



Bescheid

I. Spruch

Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt auf Antrag der **A** vom 04.10.2021 gemäß § 9 Abs. 8 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 55/2022, fest, dass es sich bei dem im Rahmen des Live-Shopping-Kanals angebotenen Livestream sowie dem Video-on-Demand Angebot nicht um audiovisuelle Mediendienste im Sinne von § 2 Z 3 AMD-G handelt.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 04.10.2021 beantragte die A die bescheidmäßige Feststellung, ob es sich bei dem Live-Shopping-Kanal, welcher über die „Mein dm App“ angeboten werden soll, um einen audiovisuellen Mediendienst handelt.

Durch dieses Live-Shopping Angebot wolle sie ihre besondere Stärke – die Beratungsleistung in den Filialen – auch einer digitalen Welt erlebbar machen. Da sie davon ausginge, dass dieses Angebot nur geringe Bedeutung für die individuelle und öffentliche Meinungsbildung entfalte, nach ihrer Ansicht jedoch noch keine vergleichbaren anderen Angebote am Markt seien, stelle sie den Antrag auf Feststellung einer Anzeigepflicht.

Zum Inhalt des Programmes, einschließlich Zielgruppe und Möglichkeiten der Nutzer zur Interaktion, führt die A aus, Videoshopping sei der neueste Commerce-Trend, bei dem Marken oder Produkte auf digitalen Kanälen vorgestellt, erklärt und direkt vom Verbraucher gekauft werden können. Folglich wolle auch sie einen Live-Shopping-Kanal anbieten. Dieser solle über die „Mein dm App“ erreichbar sein und die Kunden über das gesamte Warensortiment von dm unterrichten. Die Kunden könnten sich die Live-Videos über die „Mein dm App“ ansehen über eine geplante Chat-Funktion mit der A in Kontakt treten (um bspw. Fragen zu den vorgestellten Produkten zu stellen), Emotionen über Emoticons versenden und natürlich die Produkte und Marken direkt online im angebundenen Onlineshop einkaufen. Die Zielgruppe des Live-Shopping-Kanals seien die Nutzer der „Mein dm App“, also digital agierende Kunden von dm. Weiters seien die entsprechenden Inhalte nur für Nutzer sichtbar, welche ein „Mein dm“-Konto besitzen und auch innerhalb der App

eingeloggert seien. Zuvor Live angebotene Inhalte würden innerhalb der App auch als gespeicherter Inhalt verfügbar sein, wobei diesbezüglich keine Chat-Funktion mehr zur Verfügung stehen würde.

Zur Häufigkeit und Dauer der Ausstrahlung führt die A aus, dass sie derzeit plane, ein zweiwöchentliches Live-Video über die „Mein dm App“ auszustrahlen. Die Dauer eines solchen Live-Videos solle zwischen 30 und 60 Minuten betragen. Selbstverständlich wolle sie auch die Entwicklung dieses Trends weiter beobachten. Sollten ihre Kunden das Live-Shopping-Angebot vermehrt in Anspruch nehmen, könnte sie sich auch eine Erhöhung der Anzahl der Live-Videos vorstellen.

Zu den tatsächlich genutzten und geplanten Übertragungswegen wird ausgeführt, dass der Live-Shopping-Kanal ausschließlich über die „Mein dm App“ für angemeldete Kunden verfügbar sein solle. Die Übertragung finde mithilfe eines Livestreaming-Anbieters statt. Zur technischen und tatsächlichen Reichweite wird ausgeführt, aktuell könne man noch keine genauen Angaben machen, da der Live-Shopping-Kanal noch in der Entwicklung sei und den Kunden noch nicht zur Verfügung stehe. Auf Basis der aktuellen Kundenzahl der „Mein dm App“ und einer marktüblichen Beteiligungsrate ginge man aktuell von maximal 5.000 Zuschauern pro Monat aus.

2. Sachverhalt

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

Die Antragstellerin beabsichtigt, einen Live-Shopping-Kanal einzurichten. Dieser soll über die „Mein dm App“ erreichbar sein und die Kunden über das gesamte Warensortiment von dm unterrichten.

Die Kunden können sich über die App Live-Videos ansehen und über die Chat-Funktion mit der A in Kontakt treten, Emotionen über Emoticons versenden und Produkte und Marken direkt online im angebotenen Online Shop einkaufen. Zuvor Live angebotene Inhalte sind auch innerhalb der App als gespeicherter Inhalt ohne Chat-Funktion verfügbar.

Derzeit ist geplant, zweiwöchentlich ein Live-Video auszustrahlen, die Dauer der Videos soll zwischen 30 und 60 Minuten betragen. Sollten die Kunden das Angebot vermehrt in Anspruch nehmen, ist eine Erhöhung der Anzahl der Videos denkbar.

Zielgruppe sind die Nutzer der „Mein dm App“, die Inhalte sind nur für Nutzer sichtbar die ein „Mein dm“ Konto besitzen und in der App eingeloggt sind.

Betreffend die technische Reichweite wird von der aktuellen Kundenzahl der „Mein dm App“ ausgegangen, das sind derzeit max. 5000 Nutzer pro Monat.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zu verfahrensgegenständlichem Angebot ergeben sich aus dem glaubwürdigen Antrag der Antragstellerin.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Behördenzuständigkeit und Zulässigkeit des Feststellungsantrages

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 51/2022, obliegt der KommAustria unter anderem die Wahrnehmung der Rechtsaufsicht nach den Bestimmungen des AMD-G.

Gemäß § 9 Abs. 8 AMD-G hat die Regulierungsbehörde, das ist gemäß § 66 AMD-G die KommAustria, auf Antrag festzustellen, ob ein angezeigter Mediendienst unter § 2 Z 3 fällt.

Die Antragstellerin beantragt die Feststellung, ob das unter Punkt 2. dargestellte Angebot einen audiovisuellen Mediendienst gemäß § 2 Z 3 AMD-G darstellt. Verfahrensgegenständlich ist daher die Frage, ob die Einschreiterin einen audiovisuellen Mediendienst im Sinne des AMD-G anbietet, welcher der Anzeigepflicht gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G unterliegt.

4.2. Rechtsgrundlagen

§ 2 lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist:

[...]

3. audiovisueller Mediendienst: eine Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, bei der der Hauptzweck oder ein trennbarer Teil der Dienstleistung darin besteht, unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendienstanbieters der Allgemeinheit Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung über elektronische Kommunikationsnetze (Art. 2 Z 1 der Richtlinie (EU) 2018/1972 über den europäischen Kodex für die elektronische Kommunikation, ABl. Nr. L 321 vom 17.12.2018, S. 36) bereitzustellen; darunter fallen Fernsehprogramme und audiovisuelle Mediendienste auf Abruf;

4. audiovisueller Mediendienst auf Abruf: ein audiovisueller Mediendienst, der von einem Mediendienstanbieter für den Empfang zu dem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und auf dessen individuellen Abruf hin aus einem vom Mediendienstanbieter festgelegten Programmekatalog bereitgestellt wird (Abrufdienst);

[...]

§ 2a AMD-G lautet auszugsweise:

Begriffseingrenzung

§ 2a. (1) Nicht als Abrufdienst im Sinne von § 2 Z 4 zu qualifizieren ist insbesondere die Bereitstellung audiovisueller Inhalte, auch wenn diese in einem trennbaren Teil des vom Bereitsteller inhaltlich gestalteten Angebots ausgewiesen sind, durch

[...]

4. Unternehmen zur Präsentation der von ihnen hergestellten oder vertriebenen Waren oder der von ihnen angebotenen Dienstleistungen;

[...]

(2) Die in Abs. 1 genannten Angebote stellen nur dann keinen Abrufdienst im Sinne dieses Bundesgesetzes dar, wenn die Bereitstellung der audiovisuellen Inhalte weder eigenständig noch durch Beifügung oder Einblendung audiovisueller kommerzieller Kommunikation vermarktet oder verwertet wird und auch nicht durch regelmäßige sonstige Zuwendungen finanziell unterstützt wird.“

§ 9 AMD G lautet auszugsweise:

„Anzeigepflichtige Dienste

§ 9. (1) Fernsehveranstalter, soweit sie nicht einer Zulassungspflicht nach § 3 Abs. 1 unterliegen, haben ihre Tätigkeit spätestens zwei Wochen vor Aufnahme der Regulierungsbehörde anzuzeigen, Anbieter von Abrufdiensten spätestens zwei Monate nach Aufnahme der Tätigkeit.

(2) Die Anzeige hat neben Namen, Adresse und allfälligen Vertretern und Zustellungsbevollmächtigten des Mediendiensteanbieters Nachweise über die Erfüllung der Anforderungen der §§ 10 und 11 zu enthalten. Weiters sind Nachweise über die für die Bestimmung der Rechtshoheit relevanten Tatsachen (Niederlassung) vorzulegen. Darüber hinaus hat die Anzeige zu enthalten:

[...]

(7) Stellt die Regulierungsbehörde aufgrund der Anzeige fest, dass

1. der angezeigte Mediendienst nicht unter § 2 Z 3 fällt und daher nicht dem Anwendungsbereich dieses Bundesgesetzes unterliegt, oder
2. der Mediendiensteanbieter die Voraussetzungen der §§ 11 oder 12 nicht erfüllt, oder
3. ein angezeigter Mediendienst offenkundig gegen § 30 Abs. 1 und 2, § 39 oder § 42 Abs. 1 verstoßen würde,

hat sie im Fall der Z 1 die Anzeige mit Bescheid zurückzuweisen. In den Fällen der Z 2 und 3 hat sie die Aufnahme der Tätigkeit nach Durchführung einer öffentlichen mündlichen Verhandlung mit Bescheid zu untersagen. Kann dieses Verfahren nicht rechtzeitig vor Aufnahme der Tätigkeit abgeschlossen werden, ist ein Verfahren zur Untersagung nach § 63 einzuleiten.“

4.3. Vorliegen von audiovisuellen Mediendiensten

Da es sich bei den zu beurteilenden Diensten einerseits um einen Livestream, andererseits um ein Video-on-Demand (VoD) Angebot handelt, und auch für einen Abrufdienst iSd § 2 Z 4 AMD-G das

Vorliegen eines audiovisuellen Mediendienstes iSd § 2 Z 3 AMD-G vorausgesetzt wird, kann die Prüfung für beide Dienste in einem vorgenommen werden.

4.3.1. Zur Dienstleistung

§ 2 Z 3 AMD-G erfordert, dass es sich bei dem Dienst um eine Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) handelt.

Unter einer Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV sind Leistungen zu verstehen, die in der Regel gegen Entgelt erbracht werden, soweit sie nicht den Vorschriften über den freien Waren- und Kapitalverkehr und über die Freizügigkeit der Personen unterliegen. Damit wird zum Ausdruck gebracht, dass die Leistung einen wirtschaftlichen Charakter in einem weiteren Sinn aufzuweisen hat und dass die Leistung zumindest zu Erwerbszwecken (zur Erzielung von Einkünften) erfolgen muss. Dabei ist der Begriff der wirtschaftlichen Gegenleistung extensiv auszulegen und schließt somit auch „Umwegrentabilitäten“ ein (vgl. *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, S. 434, mwN).

Für das Vorliegen einer Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV ist ihr wirtschaftlicher Charakter ausschlaggebend; es ist aber nicht erforderlich, dass der Leistungserbringer mit Gewinnerzielungsabsicht handelt (vgl. VwGH 05.10.2021, Ra 2021/03/0061, mit Hinweis auf EuGH 18.12.2007, C-281/06, *Jundt*, Rn. 32f). Das in Art. 57 AEUV normierte Erfordernis der Entgeltlichkeit von Dienstleistungen ist nicht zuletzt aufgrund der Formulierung „in der Regel“ in gewisser Weise abstrakt und damit weit zu verstehen. Dementsprechend ist etwa eine unmittelbare Gegenleistung des Dienstleistungsempfängers an den Dienstleistungserbringer nicht zwingend erforderlich, ebenso wenig wie eine unmittelbare rechtliche Beziehung zwischen diesen beiden (vgl. EuGH, Rs. 352/85, Slg. 1988, 2085, Rn 16 – *Bond van Adverteerders*; *Lenz/Borchardt*, EU-Verträge, Kommentar zu Art. 56, 57 AEUV, Rz 12f). Der Dienstleistungserbringer muss jedoch einen gewissen Erwerbszweck verfolgen (*Lenz/Borchardt*, EU-Verträge, Kommentar zu Art. 56, 57 AEUV, Rz 9, m.w.N.; KommAustria 25.09.2012, KOA 1.950/12-042).

Dass es sich bei nachstehendem Angebot um eines zur Bewerbung der dm-Produkte handelt, steht gegenständlich nicht in Zweifel, dass es sich um eine Dienstleistung im Sinne des Art 56 und 57 AEUV handelt.

4.3.2. Zur redaktionellen Verantwortung

Die redaktionelle Verantwortung für die Gestaltung des audiovisuellen Mediendienstes ist zentraler Anknüpfungspunkt für dessen Vorliegen.

§ 2 Z 28b AMD-G lautet:

„redaktionelle Verantwortung: die Ausübung einer wirksamen Kontrolle sowohl hinsichtlich der Zusammenstellung der Sendungen als auch hinsichtlich ihrer Bereitstellung entweder anhand eines chronologischen Sendeplans eines Fernsehprogrammes oder mittels eines Katalogs eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf;“

§ 2 Z 20 AMD-G lautet:

„20. Mediendiensteanbieter: die natürliche oder juristische Person, die die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese gestaltet werden;“

Gemäß § 2 Z 28b AMD-G ist die redaktionelle Verantwortung bei audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf als Ausübung einer wirksamen Kontrolle sowohl hinsichtlich der Zusammenstellung der Sendungen als auch hinsichtlich ihrer Bereitstellung mittels eines Katalogs zu verstehen. Mediendiensteanbieter gemäß § 2 Z 20 AMD-G ist derjenige, der dabei die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese gestaltet werden.

Die redaktionelle Verantwortung ist aufgrund der Angaben der Einschreiterin zweifelsfrei zu bejahen.

4.3.3. Zum Hauptzweck

Die angebotenen Streams bzw. das VoD-Angebot stellen einzigen Inhalt des Live-Shopping-Kanals dar, es handelt sich daher bei dem in Rede stehenden Angebots um ein solches mit dem Hauptzweck der Bereitstellung audiovisueller Inhalte.

4.3.4. Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung

Weiters ist zu prüfen, ob im Rahmen gegenständlicher Angebote Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitgestellt werden.

§ 2 Z 30 AMD-G lautet:

„Sendung: ein einzelner, in sich geschlossener Teil eines audiovisuellen Mediendienstes, der unabhängig von seiner Länge aus einer Abfolge von Bewegtbildern mit oder ohne Ton besteht und Bestandteil eines von einem Mediendiensteanbieter erstellten Sendepfades oder Katalogs ist; der Begriff schließt insbesondere Spielfilme, Videoclips, Sportberichte, Sitcoms, Dokumentationen, Nachrichten-, Kunst- und Kultursendungen, Kindersendungen und Originalproduktionen ein;“

Nach den Erläuterungen zur Regierungsvorlage (RV 611 BlgNR, 24. GP) folgt die Definition der Sendung in § 2 Z 30 AMD-G der bestehenden Rechtsprechung der Regulierungsbehörden im Bereich des Fernsehens, auf die insoweit zurückgegriffen werden kann. Eine Mindestdauer ist nicht erforderlich. Gegenständlich handelt es sich, wie aus dem Antrag hervorgeht, um Werbebeiträge. Dabei handelt es sich um Inhalte, die grundsätzlich dem Sendungsbegriff entsprechen.

An dieser Stelle ist jedoch zwischen dem Livestream und dem VoD-Angebot zu unterscheiden.

4.3.4.1. Zum Abrufdienst

Das verfahrensgegenständliche VoD-Angebot ist gegenständlich schon begrifflich nicht als Abrufdienst im Sinne des § 2 Z 4 AMD-G zu qualifizieren, dies aus folgenden Erwägungen:

Der EuGH hat in der Rechtssache C-132/17, Peugeot Deutschland, festgehalten, dass zwar grundsätzlich Videos, die der Absatzförderung von Produkten einer bestimmten Marke (im dort gegenständlichen Fall von Personenkraftwagen) dienen, als audiovisuelle kommerzielle

Kommunikation im Sinne der Richtlinie 2010/13/EU anzusehen seien, wenn es sich dabei um der Fernsehwerbung, dem Sponsoring, dem Teleshopping oder der Produktplatzierung vergleichbare Werbung handle. Dementsprechend könne ein Youtube-Kanal, der ausschließlich solche Videos enthalte, als audiovisueller Mediendienst im Sinne der Richtlinie 2010/13/EU, der ausschließlich Eigenwerbung enthalte, aufzufassen sein. Für eine abweichende Beurteilung könnte allerdings sprechen, dass Art. 1 Abs. 1 lit. h der Richtlinie 2010/13/EU als audiovisuelle kommerzielle Kommunikation ausschließlich solche Bilder erfasse, die einer Sendung gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung beigelegt oder darin enthalten sind. Da es sich im verfahrensgegenständlichen Fall um einen Kanal handle, bei dem der Internetnutzer lediglich kurze Werbevideos für Modelle neuer Personenkraftwagen abrufen könne, werde dieser Definition nicht entsprochen. In Rz 21-23 des Urteils heißt es wörtlich: *„Der Hauptzweck eines Werbevideokanals bei dem Internetdienst YouTube, wie er im Ausgangsrechtsstreit in Rede steht, kann jedoch nicht in der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit gesehen werden. Ohne das geklärt werden müsste, ob ein Werbevideo eine unter Art 1. Abs. 1 Buchst. a Ziff. i der Richtlinie 2010/13 fallende Sendung im Sinne ihres Art. 1 Abs. 1 Buchst. b darstellt, ist nämlich festzustellen, dass mit einem solchen Video zu rein kommerziellen Zwecken für die dargestellte Ware oder Dienstleistung geworben werden soll. Soweit ein Werbevideo, wie Peugeot Deutschland geltend macht, die Zuschauer informieren, unterhalten oder auch erziehen kann, geschieht dies nur mit dem Ziel und als Mittel, den Werbezweck des fraglichen Videos zu erreichen.“*

Im zu beurteilenden Fall handelt es sich ebenso nur um Videos zur Produktwerbung, die auf einer allein der Eigenwerbung dienenden App bereitgestellt werden.

Aufgrund der zitierten Entscheidung des EuGH ergibt sich, dass ein solcher Kanal nicht als einer angesehen werden kann, der der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung und Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit dient.

Der Vollständigkeit halber ist hinzuzufügen, dass sich auch aus § 2a Abs. 1 Z 4 AMD-G ergäbe, dass das verfahrensgegenständliche Angebot nicht als Abrufdienst zu qualifizieren ist, da sich aus dieser Bestimmung ergibt, dass Angebote von Unternehmen zur Präsentation der von ihnen hergestellten oder vertriebenen Waren oder der von ihnen angebotenen Dienstleistungen unter der Voraussetzung, dass sie nicht vermarktet werden, eben nicht als Angebote gemäß § 2 Z 4 AMD-G zu werten sind.

Zusammenfassend ist daher festzuhalten, dass das verfahrensgegenständliche VoD-Angebot die Anforderung an einen Dienst zur Bereitstellung von Sendungen zur Information, Bildung und Unterhaltung nicht erfüllt.

4.3.4.2. Zum Fernsehprogramm

Inhalte zur Bewerbung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen können etwa dann Sendungen darstellen, wenn sie dem Begriff des Teleshoppings (§ 2 Z 33 AMD-G) entsprechen. Auch die ausschließliche Bereitstellung derartiger Inhalte im Rahmen eines Livestreams kann ein Fernsehprogramm gemäß § 2 Z 16 AMD-G darstellen, wie es etwa bei Teleshopping-Kanälen der Fall ist.

Gegenständlich ist geplant, zweiwöchentlich Videos zu übertragen, die Regelmäßigkeit der Streams wird jedoch offengelassen. Ein Fernsehprogramm setzt jedoch voraus, dass die Sendungen auf

Grundlage eines (regelmäßigen) Sendeplans bereitgestellt werden, was gegenständlich offengelassen wird bzw. nicht der Fall ist.

Das Vorliegen eines Fernsehprogramms ist hinsichtlich des Livestreams daher gegenständlich zu verneinen.

4.3.5. Zur allgemeinen Öffentlichkeit

Für das Vorliegen eines audiovisuellen Mediendienstes fordert § 2 Z 3 AMD-G ausdrücklich, dass sich ein solcher an die „allgemeine Öffentlichkeit“ richtet.

Im Sinne dieser Bestimmung muss der Mediendienst daher technisch für jedermann abrufbar sein und es darf die Zugänglichkeit nicht auf einen exklusiven Adressatenkreis etwa in einem geschlossenen Netzwerk beschränkt sein. Hierbei ist darauf hinzuweisen, dass schon zum Begriff der „Allgemeinheit“ der Fernseh-RL vom EuGH ausgesprochen wurde, dass die verschlüsselte Ausstrahlung, wonach zum Empfang ein gesonderter, individueller (grundsätzlich allen Interessierten offenstehender) Vertragsschluss erforderlich ist, der Qualifizierung nicht entgegensteht, dass ein Dienst an die Allgemeinheit gerichtet ist (vgl. EuGH 2.6.2005, Rs C 89/04, Mediakabel). Dies kann auf audiovisuelle Mediendienste auf Abruf umgelegt werden.

Das verfahrensgegenständliche Angebot richtet sich an die Allgemeinheit, da es für jedermann, wenn auch durch Registrierung, in der „Mein dm App“, abrufbar ist.

Das verfahrensgegenständliche Angebot soll damit der allgemeinen Öffentlichkeit bereitgestellt werden.

4.3.6. Zum elektronischen Kommunikationsnetz

Die Verbreitung erfolgt unter Nutzung des offenen Internets und damit über ein elektronisches Kommunikationsnetz, womit auch hinsichtlich des verfahrensgegenständlichen Angebots diesem Kriterium genüge getan wird.

4.3.7. Zusammenfassung

Die KommAustria geht daher davon aus, dass einerseits hinsichtlich des Fehlens eines Angebots mit dem Hauptzweck der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Bildung oder Unterhaltung das VoD-Angebot im Rahmen des Live-Shopping-Kanals keinen Abrufdienst darstellt, andererseits aufgrund des Fehlens eines Sendeplans der Livestream kein Fernsehprogramm darstellt.

Das Vorliegen audiovisueller Mediendienste gemäß § 2 Z 3 AMD-G ist daher zu verneinen.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

III. Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Bescheid steht der/den Partei/en dieses Verfahrens das Rechtsmittel der Beschwerde gemäß Art. 130 Abs. 1 Z 1 B-VG beim Bundesverwaltungsgericht offen. Die Beschwerde ist binnen vier Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich, telegraphisch, fernschriftlich, im Wege automationsunterstützter Datenübertragung oder in jeder anderen technisch möglichen Weise bei

der Kommunikationsbehörde Austria einzubringen. Die Beschwerde hat den Bescheid, gegen den sie sich richtet, ebenso wie die belangte Behörde, die den Bescheid erlassen hat, zu bezeichnen und die Gründe, auf die sich die Behauptung der Rechtswidrigkeit stützt, das Begehren sowie die Angaben zu enthalten, die erforderlich sind, um zu beurteilen, ob die Beschwerde rechtzeitig eingebracht wurde.

Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 30,- an das Finanzamt für Gebühren, Verkehrssteuern und Glückspiel (IBAN: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 1.950/22-074“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Bei elektronischer Überweisung der Beschwerdegebühr mit der „Finanzamtszahlung“ sind die Steuernummer/Abgabenkontonummer 109999102, die Abgabenart „EEE – Beschwerdegebühr“, das Datum des Bescheides als Zeitraum und der Betrag anzugeben. Die Entrichtung der Gebühr ist durch einen Zahlungsbeleg oder einen Ausdruck über die erfolgte Erteilung einer Zahlungsanweisung nachzuweisen.

Wien, am 17. Mai 2022

Kommunikationsbehörde Austria

Dr. Susanne Lackner
(Vorsitzende-Stellvertreterin)