



Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und Mediendienstanbieter gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 219/2022, iVm § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 55/2022, fest, dass die R9 Regional TV Austria GmbH (FN 404347d) im Fernsehprogramm „R9 Österreich“ am 27.01.2022
 1. die Bestimmung des § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G verletzt hat, indem sie zu Beginn der Sendung „KT 1 Wochenprogramm“ um ca. 13:00:30 Uhr und an deren Ende um ca. 13:57:26 Uhr Hinweise auf in dieser Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt hat, obwohl diese keine solche enthalten hat;
 2. die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G verletzt hat, indem sie um ca. 13:08:46 Uhr nach einem Werbeblock und vor dem Wiederbeginn des redaktionellen Programms kein optisches, akustisches oder räumliches Trennmittel ausgestrahlt hat;
 3. die Bestimmung des § 43 Abs. 1 AMD-G verletzt hat, indem sie
 - a. um ca. 14:26:52 Uhr Werbung für die HTL Leoben, und
 - b. um ca. 14:27:14 Uhr Werbung für die Sendung „Clubgespräche“ ausgestrahlt hat, die nicht leicht als solche erkennbar war;
 4. die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G verletzt hat, indem sie
 - a. um ca. 14:26:28 Uhr („Veranstaltungen“), und
 - b. um ca. 14:27:12 Uhr („Steiermark Kultur“)während eines Werbeblocks optische Trennmittel ausgestrahlt hat, die eindeutig den Beginn des redaktionellen Programms ankündigen, obwohl Werbung folgt.
2. Der R9 Regional TV Austria GmbH wird gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G aufgetragen, den Spruchpunkt 1. innerhalb von sechs Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides an einem

Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 13:00 und 15:00 Uhr in folgender Weise durch Verlesung und Einblendung des Textes im Bild zu veröffentlichen:

„Die KommAustria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über die R9 Regional TV Austria GmbH Folgendes festgestellt:

Am 27. Jänner 2022 wurde in der Sendung „KT1 Wochenmagazin“ zwischen 13:00 und 14:00 Uhr durch nicht erforderliche Hinweise auf nicht vorhandene Produktplatzierungen zu Beginn und am Ende der Sendung gegen das Gebot der eindeutigen Kennzeichnung von Sendungen, die Produktplatzierung enthalten, verstoßen. Darüber hinaus wurde in dieser Sendung durch Unterlassen einer eindeutigen Trennung nach Ende eines Werbeblocks vom nachfolgenden redaktionellen Programm gegen das Gebot der eindeutigen Trennung der Werbung von redaktionellen Programmteilen verstoßen.

Weiters wurde in der Sendung „Steiermark Magazin“ zwischen 14:00 und 15:00 Uhr Werbung in Form eines Veranstaltungshinweises und eines Programmhinweises ausgestrahlt, die nicht leicht als Werbung zu erkennen waren. Zudem wurden vor diesen Hinweisen in irreführender Weise optische Trennmittel ausgestrahlt, die eindeutig den Wiederbeginn des redaktionellen Programms ankündigen. Dadurch wurde gegen das Gebot der leichten Erkennbarkeit von Werbung und gegen das Gebot der eindeutigen Trennung der Werbung von redaktionellen Programmteilen verstoßen.“

3. Der R9 Regional TV Austria GmbH wird gemäß § 29 Abs.1 AMD-G aufgetragen, der KommAustria zum Nachweis der Erfüllung des Auftrags gemäß Spruchpunkt 2. binnen weiterer zwei Wochen Aufzeichnungen von der Veröffentlichung zu übermitteln.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 27.01.2022 wurde die R9 Regional TV Austria GmbH aufgefordert, Aufzeichnungen des am 27.01.2022 von 13:00 bis 15:00 Uhr ausgestrahlten Programms „R9 Österreich“ vorzulegen.

Am 02.02.2022 kam die R9 Regional TV Austria GmbH der Aufforderung nach und übermittelte einen Link zum Download der angeforderten Sendestunden.

Mit Schreiben vom 22.02.2022 leitete die KommAustria gegen die R9 Regional TV Austria GmbH ein Rechtsverletzungsverfahren wegen des Verdachts von Verletzungen der Bestimmungen der §§ 38 und 43 AMD-G ein. Der R9 Regional TV Austria GmbH wurde darin die Gelegenheit eingeräumt, Stellung zu nehmen.

Mit Schreiben vom 18.03.2022 nahm die R9 Regional TV Austria GmbH Stellung und führte – soweit noch relevant – im Wesentlichen aus, dass es sich bei dem Programm „KT1 Wochenmagazin“ entgegen der Annahme der KommAustria um keine einheitliche Sendung handle.

Zu den vorgehaltenen überschießenden Produktplatzierungshinweisen erläuterte sie, dass diese irrtümlicher Weise aktiviert worden seien. Die im Rahmen des Magazins „FilmBlitz“ verlorene Blue Ray Disc mit dem Film „Stillwater“ sei von Universal Pictures kostenlos zur Verfügung gestellt worden, weshalb es sich dabei um eine Produktionshilfe von unbedeutendem Wert handle. Zum Nachweis legte sie eine E-Mail von Universal Pictures vor. Der fehlende Werbetrenner nach dem Werbespot für „Debra“ wiederum gehe darauf zurück, dass beim Erstellen der Playout-Liste der Moderationsblock irrtümlicher Weise vor dem abschließenden Werbetrenner programmiert worden sei.

Hinsichtlich des „Steiermark Magazins“ von kanal 3 und der in diesem Rahmen gesendeten Veranstaltungs- und Programmhinweise erläuterte die R9 Regional TV Austria GmbH, dass es sich bei der Ankündigung des Infotages der HTL Leoben und der „Clubgespräche“ um gegen Entgelt geschaltete Hinweise gehandelt habe und diese deshalb im Werbeblock ausgestrahlt worden seien. Dass durch die Zwischenschaltung von Einblendungen (wie „Steiermark“ und „Kultur“) eine Irreführung der Zuseher herbeigeführt werden könnte, sei für die Programmverantwortlichen nicht vorhersehbar gewesen, werde aber zukünftig nicht mehr passieren. Die R9 Regional TV Austria GmbH werde eine weitere Korrekturschleife auf Ebene der Sendungsabnahme einrichten.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

2.1. Zur Fernsehveranstalterin

Die R9 Regional TV Austria GmbH ist aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 28.05.2015, KOA 2.135/15-002, zuletzt geändert mit Bescheid vom 21.10.2019, KOA 2.150/19-012, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des Satellitenfernsehprogramms „R9 Österreich“.

Bei dem bewilligten Programm handelt es sich um ein 24-stündiges Vollprogramm mit regionalen Inhalten. Das Programm bietet ein Angebot an Sendungen aus den einzelnen Bundesländern mit einem Mix aus tagesaktuellen Informationen und Nachrichten, Beiträgen zu den Themen Kultur, Sport, Wirtschaft, Menschen, Veranstaltungen sowie Gesellschaft. Der Anteil an Eigenproduktionen liegt bei rund 80 %.

2.2. Sendestunde von 13:00 bis 14:00 Uhr („KT1 Wochenmagazin“)

Nach zwei Werbespots wird am 27.01.2022 um ca. 13:00:25 Uhr zunächst die Signation von „R9“ („R9. Österreich“) ausgestrahlt. Unmittelbar auf diese folgt die Signation von „KT1“. Während dieser wird um ca. 13:00:30 Uhr kaum sichtbar, hinter der in die Aufzeichnung eingebetteten Zeitanzeige (links oben im Bild), für einige Sekunden ein Produktplatzierungshinweis eingeblendet (siehe die blaue Markierung in Abbildung 1).

Daraufhin begrüßt die Moderatorin Katharina Mikl die Zuseher mit den Worten: *„Hallo und herzlich willkommen zum neuen Wochenprogramm von ‚KT1‘, Ihrem Kärntner Fernsehen. Wir sind heute am Leendkanal und wir werden hier ein bisschen eislaufen. Das gibt’s gleich, vorher geht es bei uns aber weiter mit dem ‚KT1 Info-Service‘.“*

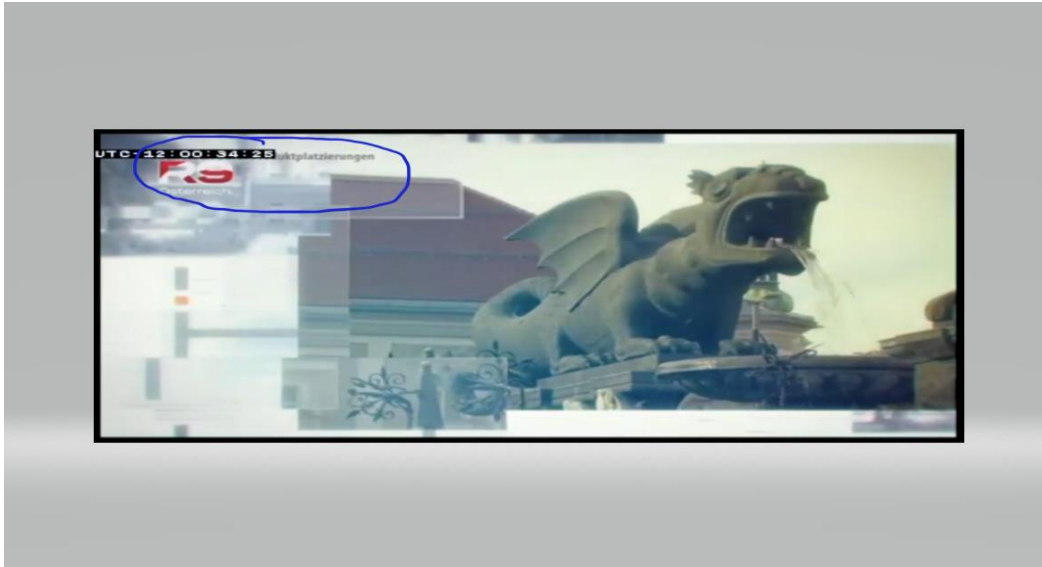


Abbildung 1: Sendersignation „KT1“ mit Produktplatzierungshinweis (Anfang)

Es folgt um ca. 13:01:15 Uhr die Signation des „KT1 Info Service. Die Nachrichten“. Diese werden von Florian Pacheiner aus dem Studio moderiert. Sie behandeln die Themen „steigende Energiepreise“ und „neues Gewährleistungsrecht für Konsumenten“. Um ca. 13:07:39 Uhr endet das „KT1 Info Service“ mit einem Abspann.

Es folgen ein Werbetrenner und zwei Werbespots. Nach dem zweiten Werbespot für „Debra“, einer Organisation zur Unterstützung von Schmetterlingskindern, um ca. 13:08:46 Uhr ist unmittelbar anschließend wieder die Moderatorin Katharina Mikl im Bild zu sehen. Diese führt aus: *„Bei uns geht es jetzt weiter mit Berichten aus der Region und dafür geht es vom Eis am Lendkanal direkt hinaus auf die Piste am Katschberg.“* Während dieser Ausführungen sitzt sie auf einer Bank am Lendkanal und ist offensichtlich dabei, sich gerade Eislaufschuhe anzuziehen (siehe Abbildung 2).



Abbildung 2: Anmoderation Beitrag „Familienskitag am Katschberg“

Nach dieser Anmoderation wird um ca. 13:08:56 Uhr ein Werbetrenner ausgestrahlt. Auf diesen folgt das Intro der Rubrik „Regionales“. Es folgt der angekündigte Bericht über die Kärntner

Familienskitage. Auf diesen folgt ein Beitrag über das neue Buskonzept in Klagenfurt. Dieser wird ebenfalls von Katharina Mikl vom Lendkanal aus anmoderiert. Am Ende des Beitrags folgt das Outro der Rubrik „Regionales“. Auf dieses folgt das Intro der Rubrik „Kultur“. Wiederum moderiert Katharina Mikl vom Lendkanal aus den nächsten Beitrag an. Dieser hat eine Ausstellung der Werke von Pepo Pichler im Museum Moderner Kunst Kärnten zum Gegenstand. Auf diesen folgt das Outro der Rubrik „Kultur“.

Unmittelbar anschließend moderiert Katharina Mikl eislaufend das „KT1 Stadtgespräch“ zum Thema „Sparen“ an. Dieses beginnt um ca. 13:17:45 Uhr mit einer Signation. Es folgt ein von Florian Pacheiner geführtes Studiointerview mit der Spartenobfrau Banken und Versicherungen der Wirtschaftskammer Kärnten. Dieses endet um ca. 13:42:57 Uhr mit einem Abspann. Auf diesen folgt um ca. 13:43:08 Uhr ein Werbetrenner und ein Werbeblock.

Nach einem weiteren Werbetrenner kündigt die Moderatorin um ca. 13:44:27 Uhr das Kinomagazin „FilmBlitz“ an mit den Worten: *„Als ‚Engel mit den Eisaugen‘ erlangte die US-Studentin Amanda Knox zweifelhaften Weltruhm im Rahmen eines Mordprozesses in Italien. Der Film ‚Stillwater‘ handelt zwar nicht explizit davon, aber die Parallelen sind mehr als offensichtlich. Ob das Drama mit Matt Damon und Abigail Breslin überzeugen kann, das erfahren Sie jetzt in unserem ‚FilmBlitz‘.“* Es folgt ein Intro und schließlich ein Beitrag, in dem über den neuen Kinofilm „Stillwater“ berichtet wird. Der Beitrag endet um ca. 13:50:18 Uhr mit einem Abspann (siehe Abbildung 3).



Abbildung 3: Abspann „FilmBlitz – Das Filmmagazin“

Auf diesen folgt um ca. 13:50:28 Uhr ein Werbetrenner. Im anschließenden Gewinnspiel ist die Blue Ray Disc des zuvor präsentierten Films zu sehen. Eine männliche Stimme erklärt dazu im Hintergrund, dass „KT1“ in Kooperation mit Universal Pictures Home Entertainment den Film „Stillwater“ auf Blue Ray verlost und die Zuseher dafür die Frage beantworten müssen, wer das Drehbuch zu „Stillwater“ geschrieben hat. Darauf werden zwei Auswahlmöglichkeiten genannt. Anschließend wird noch erklärt, wohin die richtige Antwort geschickt werden soll und wann der Einsendeschluss ist.



Abbildung 4: „KT1“ Gewinnspiel

Im Anschluss daran wird wiederum ein Werbetrenner ausgestrahlt. Dieser unterscheidet sich ebenso wie der vor dem Gewinnspiel ausgespielte Werbetrenner sowohl in seiner Farbgebung (dunkelblau) als auch in seinem Aufbau (unmittelbare Einblendung des Schriftzugs „Werbung“) erheblich von den übrigen während des Programms „KT1“ ausgestrahlten Werbetrenner (hellblau, Einblendung der Konturen des Bundeslandes Kärnten, langsame Ein- bzw. Ausblendung des Schriftzugs „Werbung“).

Die als Preis des Gewinnspiels präsentierte Blue Ray Disc mit dem Film „Stillwater“ wurde von Universal Pictures kostenlos zur Verfügung gestellt.

Um ca. 13:50:58 Uhr ist im Bild wieder Katharina Mikl am Lendkanal zu sehen. Sie kündigt den nächsten Beitrag an, der sich mit den Sorgen von Eltern schulpflichtiger Kinder befasst. Es folgen ein Intro für die Rubrik „Video Tipps für die ganze Familie“ und die Tipps selbst. Unmittelbar anschließend moderiert Katharina Mikl wiederum vom Lendkanal „Kärnten aktuell“ an. Dieses beginnt mit einem Intro und beinhaltet von einem Sprecher aus dem Off zu entsprechendem Bildmaterial gesprochene aktuelle Informationen, wie etwa zur Gültigkeitsdauer von Impfzertifikaten. Nach dem Abspann ist wiederum Katharina Mikl am Lendkanal zu sehen. Diese verabschiedet sich von den Zusehern mit den Worten: *„Wir sind nun am Ende unseres Programms angekommen. An dieser Stelle dürfen wir uns bei Ihnen zuhause verabschieden und danken Ihnen fürs Zuschauen.“*

Es folgt eine längere Signation für „KT1“ mit Hinweisen zur Redaktion und Produktionsleitung. Kurz vor Ende der Signation ist um ca. 13:57:26 Uhr neuerlich ein Produktplatzierungshinweis links oben im Bild zu erkennen (siehe die blaue Markierung in Abbildung 5). Die Signation endet um ca. 13:57:30 Uhr.



Abbildung 5: „KT1“ Sendersignation mit Produktplatzierungshinweis (Ende)

Anschließend wird das Bild rot und es erscheint der Schriftzug „R9 Werbung“. Danach folgt ein Werbeblock.

2.3. Sendestunde von 14:00 bis 15:00 Uhr („Steiermark Magazin“)

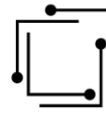
Um ca. 14:00:46 Uhr startet nach einem Werbespot und einem Programmhinweis die Signation von „kanal 3 Steiermark“. Unmittelbar anschließend begrüßt die Moderatorin Nina Wilding zum „Steiermark Magazin“.

Um ca. 14:26:15 Uhr wird ein Werbetrenner ausgestrahlt und danach ein Werbespot für das BFI. Unmittelbar anschließend wird um ca. 14:26:48 Uhr eine Einblendung mit dem Titel „Veranstaltungen“ ausgestrahlt (siehe Abbildung 6).



Abbildung 6: Einblendung „Veranstaltungen“

Es folgt um ca. 14:26:52 Uhr ein Veranstaltungshinweis für den Infotag der HTL Leoben. Zu einem Standbild mit Daten zum Infotag führt eine Sprecherin aus dem Off aus: „Ohne Genies kein Big Bang.“



Virtueller Infotag der HTL Leoben. Mit live-chats, persönlichen Führungen und digitaler Beratung. Am 28. Jänner ab 11 Uhr unter www.htl-leoben.at.

Um ca. 14:27:12 Uhr wird anschließend auf grünem Hintergrund der weiße Schriftzug „Steiermark“ (siehe Abbildung 7), gefolgt von dem weißen Schriftzug „Kultur“ auf rotem Hintergrund (siehe Abbildung 8) ausgestrahlt.



Abbildung 7: „kanal 3 Steiermark“ – Intro ‚Steiermark Kultur‘

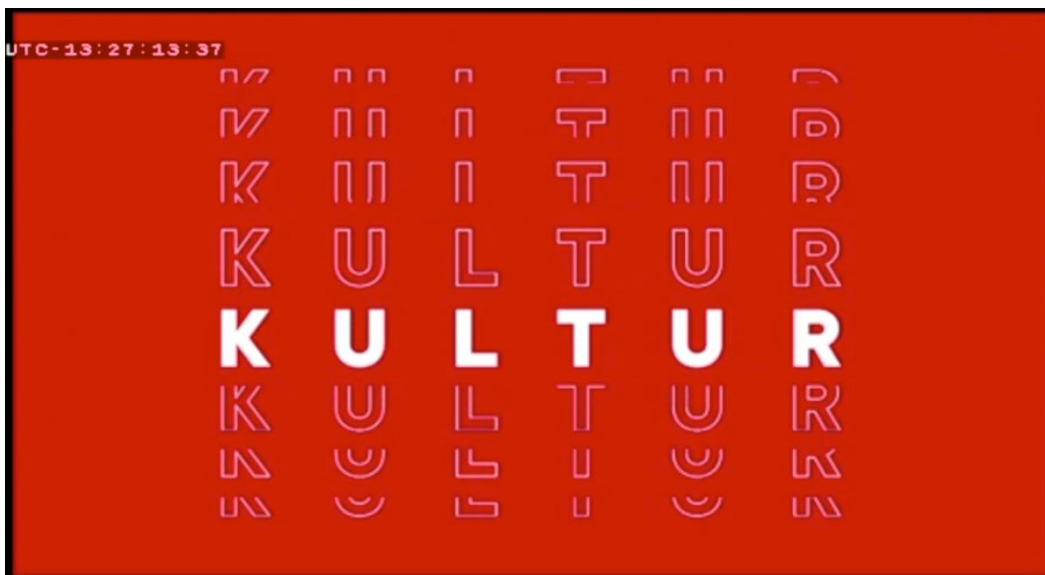


Abbildung 8: „kanal 3 Steiermark“ – Intro ‚Steiermark Kultur‘

Hierauf werden um ca. 14:27:14 Uhr die sogenannten „Clubgespräche“ angekündigt. Im Bild ist der Moderator der „Clubgespräche“, der Klubobmann des SPÖ Landtagsklubs Steiermark, Hannes Schwarz, zu sehen. Dieser führt aus: *„Die Club-Gespräche sind ein neues Format, wo wir uns in den nächsten Monaten quer durch die Steiermark wichtige Kulturinitiativen anschauen wollen, wo wir uns die kulturelle Vielfalt in diesem Land vor Augen führen wollen.“*

Ein Sprecher aus dem Off fügt an: „Die Clubgespräche live auf kanal 3 am Donnerstag, den 27. Jänner um 20 Uhr. Wiederholung am Sonntag, den 30. Jänner um 9 Uhr, am Donnerstag, den 3. Februar um 20 Uhr und am Sonntag, den 6. Februar um 9 Uhr. Die Clubgespräche live auf kanal 3.“ Währenddessen werden die Termine auch im Bild eingeblendet (siehe Abbildung 9).



Abbildung 9: „kanal 3 Steiermark“ – Clubgespräche

Unmittelbar anschließend folgt um ca. 14:27:47 Uhr ein Werbetrenner. Auf diesen folgt die Anmoderation des nächsten Beitrags.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zur Zulassung und zum derzeit bewilligten Satellitenfernsehprogramm der R9 Regional TV Austria GmbH beruhen auf den angeführten Bescheiden der KommAustria sowie den diesen zugrundeliegenden Akten.

Die Feststellungen zum Ablauf der am 27.01.2022 zwischen 13:00 und 15:00 Uhr ausgestrahlten Inhalte beruhen auf den der KommAustria vorgelegten Aufzeichnungen und wurden seitens der R9 Regional TV Austria GmbH nicht bestritten.

Die Feststellung, dass die als Preis des Gewinnspiels präsentierte Blue Ray Disc mit dem Film „Stillwater“ von Universal Pictures kostenlos zur Verfügung gestellt worden ist, beruht auf den glaubwürdigen Angaben der R9 Regional TV Austria GmbH in ihrer Stellungnahme vom 18.03.2022 und der zum Nachweis hierfür vorgelegten E-Mail von Universal Pictures an Florian Pacheiner, einen der Geschäftsführer der KT1 Privatfernsehen GmbH.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 35 Abs. 1, § 36 Abs. 1 und 2, §§ 37 und 38 sowie 42 bis 45 AMD-G

durch private Rundfunkveranstalter und Mediendienstanbieter. Zur Erfüllung der Aufgabe nach Z 7 hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern und Mediendienstanbietern Auswertungen von Sendungen und Mediendiensten, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, hat die Regulierungsbehörde jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen.

Aufgrund der Ergebnisse der Auswertung der am 27.01.2022 von 13:00 bis 15:00 Uhr ausgestrahlten Inhalte war ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG iVm § 62 AMD-G einzuleiten und der R9 Regional TV Austria GmbH Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben.

4.2. Rechtsgrundlagen

„Begriffsbestimmungen

§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist:

[...]

2. audiovisuelle kommerzielle Kommunikation: Bilder mit oder ohne Ton, die

a) der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, oder

b) der Unterstützung einer Sache oder einer Idee dienen.

Diese Bilder sind einer Sendung gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der lit. a als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung, die Darstellung von Produktionshilfen von unbedeutendem Wert, Sponsorhinweise und auch Werbung gemäß Z 40;

[...]

17. Fernsehveranstalter: wer Fernsehprogramme (analog oder digital) für die Verbreitung in Kabel- und anderen elektronischen Kommunikationsnetzen, über Satellit oder auf drahtlosem terrestrischem Wege schafft, zusammenstellt und verbreitet oder durch Dritte vollständig und unverändert verbreiten lässt. Fernsehveranstalter ist nicht, wer Fernsehprogramme ausschließlich weiterverbreitet;

[...]

27. Produktplatzierung: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung, sofern diese von unbedeutendem Wert sind;

[...]

30. 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 Mediendienstanbieter erstellten Sendeplans oder Katalogs ist; der

Begriff schließt insbesondere Spielfilme, Videoclips, Sportberichte, Sitcoms, Dokumentationen, Nachrichten-, Kunst- und Kultursendungen, Kindersendungen und Originalproduktionen ein;

[...]

40. Werbung: jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die in Fernsehprogrammen vom Anbieter (Fernsehwerbung) oder als Bestandteil eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf vom Anbieter entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet oder bereitgestellt wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern. Werbung umfasst weiters jede Äußerung zur Unterstützung einer Sache oder Idee, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung verbreitet wird (ideelle Werbung);

[...].“

§ 38 AMD-G lautet auszugsweise:

„Produktplatzierung

§ 38. (1) *Produktplatzierung ist mit Ausnahme von Nachrichtensendungen, Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts sowie Kindersendungen unter Einhaltung der nachfolgenden Bestimmungen gestattet.*

(2) Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Ihr Inhalt und bei Fernsehprogrammen ihr Programmplatz, bei Abrufdiensten auch ihre Platzierung im Katalog, dürfen keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters beeinträchtigt wird.

2. Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.

3. Sie dürfen das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen.

4. Sie sind zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig durch einen Hinweis über das Vorhandensein einer Produktplatzierung zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern.

(3) ...

(4) Abs. 2 Z 4 kommt nicht zur Anwendung, sofern die betreffende Sendung nicht vom Mediendiensteanbieter selbst oder von einem mit dem Mediendiensteanbieter verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben wurde und der Mediendiensteanbieter keine Kenntnis vom Vorliegen einer Produktplatzierung hatte.“

§ 43 AMD-G lautet auszugsweise:

„Erkennbarkeit und Trennung

§ 43. (1) *Fernsehwerbung und Teleshopping müssen leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein.*

(2) *Fernsehwerbung und Teleshopping müssen durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt sein.*

[...].“

4.3. Zur Fernsehveranstalterin

Die R9 Regional TV Austria GmbH ist im Sinne des § 2 Z 17 AMD-G Veranstalterin des Fernsehprogramms „R9 Österreich“. Bei diesem Programm handelt es sich um ein 24-stündiges Vollprogramm mit regionalen Inhalten. Das Programm bietet ein Angebot an Sendungen aus den einzelnen Bundesländern mit einem Mix aus tagesaktuellen Informationen und Nachrichten, Beiträgen zu den Themen Kultur, Sport, Wirtschaft, Menschen, Veranstaltungen sowie Gesellschaft. Der Anteil an Eigenproduktionen liegt bei rund 80 % (vgl. Bescheid der KommAustria vom 21.10.2019, KOA 2.150/19-012).

Als Veranstalterin ist die R9 Regional TV Austria GmbH unter anderem für die Einhaltung der Bestimmungen des AMD-G zur kommerziellen Kommunikation verantwortlich.

4.4. Sendung „KT1 Wochenmagazin“ (13:00 bis 14:00 Uhr)

4.4.1. Überschießende Produktplatzierungshinweise (Verletzung von § 38 Abs. 2 Z 4 iVm § 2 Z 27 AMD-G)

1. Nach der Begriffsdefinition des § 2 Z 27 AMD-G stellt Produktplatzierung jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation dar, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen. Die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen, wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung, stellt hingegen keine Produktplatzierung dar, sofern diese von unbedeutendem Wert sind.

2. Gemäß § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G sind Sendungen, die Produktplatzierung enthalten, zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung der Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig durch einen Hinweis über das Vorhandensein einer Produktplatzierung zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern.

Wie im Sachverhalt ausgeführt, erscheint zu Beginn der Sendung „KT 1 Wochenmagazin“ während der Sendersignation um ca. 13:00:30 Uhr hinter der in die Aufzeichnung eingebetteten Zeitanzeige (links oben im Bild) für einige Sekunden ein Produktplatzierungshinweis (siehe Abbildung 1). Ebenso erscheint am Ende der Sendung, kurz vor Ende der Sendersignation um ca. 13:57:26 Uhr, ein Produktplatzierungshinweis links oben im Bild (siehe Abbildung 5). Damit ergibt sich aus diesen Hinweisen für den durchschnittlich aufmerksamen und informierten Zuseher, dass in der gegenständlichen Sendung Produktplatzierung enthalten ist.

3. Festgestellt wurde ferner, dass im Anschluss an das Filmmagazin „FilmBlitz“ ein Gewinnspiel ausgestrahlt wurde, bei dem als im Bild ersichtlicher Preis eine Blue Ray Disc des zuvor besprochenen Films „Stillwater“ präsentiert wird. Dieses Gewinnspiel einschließlich Gewinnpräsentation ist an seinem Anfang um ca. 13:50:28 Uhr und seinem Ende um ca. 13:50:58 Uhr durch Werbetrenner vom übrigen Programm getrennt. Die Präsentation des Gewinnspielpreises erfolgt allerdings in neutraler Form; so werden insbesondere keine werblichen Aussagen zugunsten von Universal Pictures oder zugunsten des Films „Stillwater“ getroffen; auch werden keine derartigen Aussagen in Schriftform eingeblendet.

Die KommAustria hat in der Einleitung des Rechtsverletzungsverfahrens vom 22.02.2022 in ihrer Beurteilung dieses Sachverhaltes danach differenziert, ob der zur Verfügung gestellte Preis – die eingeblendete Blue Ray Disc – der Veranstalterin kostenlos oder aber gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung zur Verfügung gestellt worden ist. Im ersten Fall liege eine Produktionshilfe von unbedeutendem Wert im Sinne des § 2 Z 27 letzter Satz AMD-G vor, da der Verkehrswert derselben jedenfalls weniger als EUR 1.000,- betrage (vgl. dazu *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, 447). Im zweiten Fall liege hingegen Produktplatzierung im Sinne des § 2 Z 27 AMD-G vor. Da das Gewinnspiel trotz neutraler Präsentation des Gewinnspielpreises als Werbung vom restlichen Programm getrennt wurde, ging die KommAustria vorläufig davon aus, dass für die Präsentation der Blue Ray Disc ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung geleistet worden ist und es sich daher um Produktplatzierung im Sinne des § 2 Z 27 AMD-G handelt.

In ihrer Stellungnahme vom 18.03.2022 brachte die R9 Regional TV Austria GmbH dagegen vor, dass im Rahmen des Magazins „FilmBlitz“ aktuelle Heimkino-Releases rezensiert werden und dafür regelmäßig verschiedene Distributoren (Sony, Disney, Universal Pictures, Constantin Film, etc.) vorab ein Rezensionsexemplar sowie einige Gewinnspielsexemplare zur Verfügung stellen. Die Blue Ray Disc „Stillwater“ sei von Universal Pictures kostenlos zur Verfügung gestellt worden, weshalb es sich hierbei um eine Produktionshilfe von unbedeutendem Wert handle. Zum Nachweis legte die R9 Regional TV Austria GmbH eine E-Mail von Universal Pictures an die KT1 Privatfernsehen GmbH vor.

Da somit die gegenständliche Blue Ray Disc „Stillwater“ als Preis für das Gewinnspiel kostenlos zur Verfügung gestellt worden ist und diese zudem jedenfalls einen Verkehrswert von weniger als EUR 1.000,- aufweist, ist diese als Produktionshilfe zu qualifizieren. Damit liegt gegenständlich keine Produktplatzierung vor.

4. Vor diesem Hintergrund sind die zu Beginn und am Ende des „KT1 Wochenmagazins“ eingeblendeten Produktplatzierungshinweise als überschießend zu beanstanden. Die Verpflichtung zur Kennzeichnung von Produktplatzierung nach § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G verlangt nämlich eine eindeutige Kennzeichnung. Diese vom Gesetz geforderte Eindeutigkeit ist so zu verstehen, dass Sendungen nicht „sicherheitshalber“ mit Produktplatzierungshinweisen versehen werden dürfen, um eine Irreführung der Zuseherinnen, ob Produktplatzierung vorkommt oder nicht, zu vermeiden. Daher sind auch überschießende, weil nicht erforderliche Kennzeichnungen als Verstoß gegen § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G zu werten (vgl. dazu *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, 568; KommAustria 15.04.2017, KOA 1.965/16-010; 06.12.2016, KOA 1.965/16-018).

Soweit die R9 Regional TV Austria GmbH dagegen vorbringt, dass es sich bei dem „KT1 Wochenmagazin“ um keine einheitliche Sendung handle, ist ihr entgegen zu halten, dass sich selbst

dann, wenn man (auch) den Beitrag „FilmBlitz“ als eigenständige Sendung im Sinne des § 2 Z 30 AMD-G ansehen würde (vgl. dazu Bundeskommunikationssenat [BKS], 01.06.2005, 611.009/0035-BKS/2005; siehe auch VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172; 13.09.2016, Ra 2016/03/0047), nichts ändert, da das Gewinnspiel eindeutig nach dem Abspann dieser Sendung (siehe Abbildung 3) ausgestrahlt wurde und damit vom durchschnittlich aufmerksamen und informierten Zuseher nicht als Teil derselben wahrgenommen wird. Zudem wäre selbst dann, wenn der Beitrag „FilmBlitz“ und das anschließende Gewinnspiel als einheitliche Sendung angesehen werden, die Irreführung durch überschießende Kennzeichnung nicht beseitigt, da diesfalls erst recht die (zumindest denkmögliche, siehe das oben Gesagte) Produktplatzierung in der – durch den „FilmBlitz“ sowie allfällige andere Sendungen unterbrochenen – Sendung „KT1 Wochenmagazin“ fehlen würde.

Schließlich ist im Rahmen des gegenständlichen Rechtsverletzungsverfahrens auch ohne Bedeutung, dass die Produktplatzierungshinweise nach dem Vorbringen der R9 Regional TV Austria GmbH aufgrund eines Spurfehlers während des Renderings fälschlicher Weise aktiviert worden seien. Im Rahmen dieses Verfahrens kommt es nämlich ausschließlich auf die Frage des objektiven Vorliegens eines Verstoßes an; Fragen zur „subjektiven Tatseite“, insbesondere hinsichtlich eines allfälligen Verschuldens, sind hingegen unbeachtlich. Aus dem gegenständlichen Vorbringen lässt sich allerdings ableiten, dass auch nach eigener Ansicht der R9 Regional TV Austria GmbH in der Sendung „KT1 Wochenmagazin“ keine Produktplatzierung erfolgt ist.

5. Es war daher festzustellen, dass die R9 Regional TV Austria GmbH durch die Einblendung von Produktplatzierungshinweisen zu Beginn und am Ende der Sendung „KT1 Wochenmagazin“ die Bestimmung des § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G verletzt hat (Spruchpunkt 1.1.).

4.4.2. Fehlender Werbetrenner nach dem Werbespot für „Debra“ (Verletzung von § 43 Abs. 2 AMD-G)

1. Um ca. 13:08:46 Uhr endet ein Werbeblock mit einem Werbespot für „Debra“. Unmittelbar anschließend kündigt die Moderatorin der Sendung den nächsten Beitrag über den Familienskitag am Katschberg an. Erst nach dieser Anmoderation folgt um ca. 13:08:56 Uhr ein Werbetrenner. Damit ist nach dem Werbespot für „Debra“ eine eindeutige Trennung vom nachfolgenden redaktionellen Programm unterblieben.

2. Nach der ständigen Rechtsprechung stellt das Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot einen „Eckpfeiler“ des Werberechts dar (vgl. VfSlg. 18.017/2006). Sobald irgendeine Äußerung den Tatbestand der Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G erfüllt, ist sie von anderen Programmteilen durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig zu trennen (vgl. KommAustria 03.03.2016, KOA 4.424/16-001; 15.04.2016, KOA 1.965/16-010; 17.03.2016, KOA 2.250/16-004).

Bei dem Werbespot für „Debra“ handelt es sich um Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G. Dafür spricht neben seiner inhaltlichen und formalen Gestaltung auch, dass dieser als Teil eines an seinem Beginn eindeutig als Werbung gekennzeichneten Werbeblocks ausgestrahlt wird. Auf diesen Spot ist damit das Trennungsgebot nach § 43 Abs. 2 AMD-G anzuwenden. Demnach hätte nach diesem und vor dem Beginn der Moderation (und nicht erst nach dieser) ein eindeutiges akustisches, optisches oder räumliches Trennmittel ausgestrahlt werden müssen. Dies ist gegenständlich nicht erfolgt.

Soweit die R9 Regional TV Austria GmbH dazu vorbringt, dass der fehlende Werbetrenner nach dem Werbespot für „Debra“ bzw. die Einspielung desselben nach dem Moderationsblock irrtümlich

durch einen Fehler beim Erstellen der Playout-Liste verursacht worden sei, teilt sie offensichtlich die Rechtsansicht der KommAustria. Im Übrigen ist auch in diesem Zusammenhang festzuhalten, dass es im Rahmen des Rechtsverletzungsverfahrens ausschließlich auf die Frage des objektiven Vorliegens eines Verstoßes ankommt und Fragen zur „subjektiven Tatseite“ unerheblich sind.

3. Da gegenständlich nach dem Ende des Werbespots für „Debra“ und vor Beginn der Moderation kein eindeutiges akustisches, optisches oder räumliches Trennmittel ausgestrahlt wurde, war festzustellen, dass hierdurch die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G, wonach Werbung eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen ist, verletzt worden ist (Spruchpunkt 1.2.).

4.5. Sendung „Steiermark Magazin“ (14:00 bis 15:00 Uhr)

4.5.1. Fehlende Erkennbarkeit der Werbung (Verletzung von § 43 Abs. 1 AMD-G)

1. Nach dem im „Steiermark Magazin“ um ca. 14:26:15 Uhr ausgestrahlten „Interview der Woche“ wird ein Werbetrenner ausgestrahlt, gefolgt von einem Werbespot für das BFI.

Nach diesem Werbespot erscheint die Einblendung „Veranstaltungen“ (siehe Abbildung 6), gefolgt von einem Veranstaltungshinweis für den Infotag der HTL Leoben. Um ca. 14:27:12 Uhr wird schließlich auf grünem Hintergrund der weiße Schriftzug „Steiermark“ eingeblendet (siehe Abbildung 7), gefolgt von dem weißen Schriftzug „Kultur“ auf rotem Hintergrund (siehe Abbildung 8). Daraufhin werden die sogenannten „Clubgespräche“ angekündigt, in deren Rahmen quer durch die Steiermark wichtige Kulturinitiativen vorgestellt werden sollen. Im Anschluss an diese Ankündigung folgt die Einblendung des ersten Live-Sendetermins der „Clubgespräche“ (siehe Abbildung 9). Nach diesem Hinweis wird um ca. 14:27:47 Uhr wiederum ein Werbetrenner ausgestrahlt, gefolgt von der Anmoderation des nächsten Beitrags.

2. Die KommAustria nahm auch für diesen Sachverhalt in ihrem Einleitungsschreiben eine differenzierte Beurteilung vor. Sollte es sich bei dem Hinweis auf die „Clubgespräche“ um eine rein informative Vorankündigung von Programminhalten gehandelt haben, so wäre ein derartiger Programmhinweis als redaktionelles Programm zu qualifizieren. Diesfalls wäre fälschlicherweise redaktionelles Programm vom nachfolgenden redaktionellen Programm getrennt worden. Sollten der Veranstaltungshinweis für den Infotag der HTL Leoben und/oder die Ankündigung der Sendung „Clubgespräche“ jedoch jeweils gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ausgestrahlt worden sein, so wäre eine Ausstrahlung dieser Hinweise im Rahmen des Werbeblocks und die am Anfang um ca. 14:26:15 Uhr und am Ende um ca. 14:27:47 Uhr vorgenommene Trennung zutreffend gewesen. Allerdings würden diesfalls beide Hinweise mangels leichter Erkennbarkeit als Werbung in dieser Form gegen die Bestimmung des § 43 Abs. 1 AMD-G verstoßen. Zudem wären die zwischengeschalteten Einblendungen „Veranstaltungen“ und „Steiermark Kultur“ als Trennelemente irreführend, da sie Werbung von Werbung trennen würden. Insofern würde damit auch gegen das Gebot der eindeutigen Trennung nach § 43 Abs. 2 AMD-G verstoßen werden.

Die R9 Regional TV Austria GmbH brachte dazu im Rahmen ihrer Stellungnahme vor, dass sowohl der Veranstaltungshinweis für den Infotag der HTL Leoben als auch der Hinweis auf die „Clubgespräche“ entgeltliche und somit werbliche Einschaltungen gewesen seien. Aus diesem Grunde seien beide Hinweise im Rahmen eines an seinem Anfang und Ende getrennten Werbeblocks ausgestrahlt worden. Die Programmverantwortlichen hätten dabei nicht vorhergesehen, dass die Zwischenschaltung von Veranstaltungs-Jingles in Kombination mit dem

Spot „Clubgespräche“, der mit den Worten „Steiermark Kultur“ gestartet sei, eine Irreführung der Zuseher herbeiführen könne. Derartiges solle zukünftig nicht mehr passieren.

Somit stellen der Veranstaltungshinweis für den Infotag der HTL Leoben und der Programmhinweis für die „Clubgespräche“ werbliche Hinweise dar. Deren Ausstrahlung innerhalb eines an seinem Anfang und Ende getrennten Werbeblocks erfolgte damit korrekt.

3. Nach § 43 Abs. 1 AMD-G muss Fernsehwerbung leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein. Nach § 43 Abs. 2 AMD-G muss Fernsehwerbung zudem durch optische, akustische oder räumliche Mittel von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt werden. Die beiden Erfordernisse – Erkennbarkeit bzw. Unterscheidbarkeit der Werbung sowie Trennung von redaktionellem Programm – müssen kumulativ erfüllt sein (vgl. *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, 585).

Gegenständlich mangelt es den beiden Hinweisen an den für die Erkennbarkeit von Werbung erforderlichen qualitativ-wertenden Aussagen. Vielmehr erschöpfen sich beide Hinweise in neutralen Informationen über die angekündigte Veranstaltung bzw. die angekündigte Sendung (Gegenstand bzw. Inhalt, Ort und Zeit). Damit ist für den durchschnittlich aufmerksamen und informierten Zuseher nicht erkennbar, dass es sich bei diesen Hinweisen um Werbung handelt. Diesen mangelt es daher an der gesetzlich geforderten klaren Unterscheidbarkeit (arg: „*leicht [als Werbung] erkennbar*“) vom redaktionellen Programm.

4. Es war daher für beide Hinweise die Verletzung des Erkennbarkeitsgebots gemäß § 43 Abs. 1 AMD-G festzustellen, wonach Werbung als solche leicht erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein muss (Spruchpunkt 1.3.). Anders könnte dies etwa dann zu beurteilen sein, wenn durchgängig ein Hinweis auf den werblichen Charakter der Ausstrahlung eingeblendet wird (vgl. dazu *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, 585).

4.5.2. Irreführung durch nicht eindeutige Trennelemente innerhalb des Werbeblocks (Verletzung von § 43 Abs. 2 AMD-G)

1. Die vor den werblichen (siehe oben Punkt 4.5.1.) Hinweisen ausgestrahlten Einblendungen „Veranstaltungen“ (siehe Abbildung 6) und „Steiermark Kultur“ (siehe Abbildungen 7 und 8) werden vom durchschnittlich aufmerksamen und informierten Zuseher nicht als (untypische) thematische Unterteilungen eines Werbeblocks, sondern als optische Trennmittel im Sinne des § 43 Abs. 2 AMD-G wahrgenommen. Damit erwecken diese bei den Zusehern den unzutreffenden Eindruck, dass nun redaktionelles Programm – Berichterstattung über Veranstaltungen bzw. über das Kulturgeschehen in der Steiermark – folgt. Dies bewirkt eine Irreführung der Zuseher über den werblichen Charakter der nachfolgenden Inhalte. Durch diese Irreführung wird die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G, die durch das Erfordernis einer eindeutigen Trennung der Werbung von anderen Programmteilen (auch) einen Irreführungsschutz bezweckt, verletzt.

2. Es war daher festzustellen, dass durch die Ausstrahlung der beiden gegenständlichen Einblendungen die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G verletzt worden ist, wonach Fernsehwerbung durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen zu trennen ist (Spruchpunkt 1.4.).

4.6. Zur Veröffentlichung der Entscheidung und zur Vorlage von Aufzeichnungen (Spruchpunkt 2. und 3.)

Die Verpflichtung zur Veröffentlichung stützt sich auf § 62 Abs. 3 AMD-G.

Nach dieser Bestimmung kann die Regulierungsbehörde auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung erkennen und dem Mediendienstanbieter auftragen, wann und in welcher Form diese Veröffentlichung zu erfolgen hat. Die Bestimmung räumt der Behörde in der Frage der Veröffentlichung ihrer Entscheidungen Ermessen ein. Bei der Ausübung dieses Ermessens sind die in der Rechtsprechung des Verfassungsgerichtshofes zu § 29 Abs. 4 Rundfunkgesetz [§ 37 Abs. 4 ORF G] entwickelten Gesichtspunkte (vgl. VfSlg. 12.497/1990) zu beachten (vgl. VwGH 14.11.2007, 2005/04/0180, zum im Wesentlichen gleichlautenden § 26 Abs. 2 PR-G, mwN).

Aus dem genannten Erkenntnis VfSlg. 12.497/1990 ergibt sich, dass bei der Ausübung dieses Ermessens zu beachten ist, dass eine begangene Rechtsverletzung durch einen „contrarius actus“ des Mediendienstanbieters nach Möglichkeit wieder ausgeglichen werden muss. In der Regel wird die angemessene Unterrichtung der Öffentlichkeit über eine verurteilende Entscheidung der Behörde stets erforderlich sein. Nur in jenem verhältnismäßig schmalen Bereich, in dem die Entscheidung für die Öffentlichkeit ohne jedes Interesse ist, kann eine Veröffentlichung unterbleiben.

Daher entscheidet die KommAustria auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der R9 Regional TV Austria GmbH auf, diese binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung gemäß Spruchpunkt 2. an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 13:00 und 15:00 Uhr vorzunehmen.

Die Vorlage der Aufzeichnungen dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 29 Abs. 1 AMD G.

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 2.250/22-039“, 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 27. Jänner 2023

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Thomas Petz, LL.M.
(Mitglied)