



KOA 1.950/19-038

Bescheid

I. Spruch

Die am 19.10.2018 bei der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) eingelangte Anzeige von **Maximilian Ratzenböck** betreffend

- a) den YouTube-Kanal „Maximilian Ratzenböck“ unter der Internetadresse <https://www.youtube.com/channel/UChyYp2qz9d1gLSTck-6jsBg>
- b) den YouTube-Kanal „Nachspielzeit“ unter der Internetadresse https://www.youtube.com/channel/UCtGI0wVcFisXl0v8_XaKlqA/feed

wird gemäß § 9 Abs. 7 Z 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 86/2015, zurückgewiesen.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 19.10.2018, bei der KommAustria am selben Tag eingelangt, zeigte Maximilian Ratzenböck, die von ihm auf YouTube bereitgestellten Dienste „Maximilian Ratzenböck“ unter der Internetadresse <https://www.youtube.com/channel/UChyYp2qz9d1gLSTck-6jsBg> und „Nachspielzeit“ unter der Internetadresse https://www.youtube.com/channel/UCtGI0wVcFisXl0v8_XaKlqA/feed an.

Die KommAustria informierte Maximilian Ratzenböck am 19.11.2018, 10.12.2018 und 16.01.2019 fernmündlich sowie mit Schreiben vom 06.02.2019 darüber, dass die Anzeige hinsichtlich einzelner Punkte noch ergänzungsbedürftig sei und forderte ihn auf die fehlenden Angaben bzw. Unterlagen vorzulegen.

Mit Schreiben vom 07.02.2019 legte Maximilian Ratzenböck die Angaben bzw. Unterlagen vor und gab im Wesentlichen an, dass der YouTube-Kanal „Maximilian Ratzenböck“ nicht mehr existiere und dass der YouTube-Kanal „Nachspielzeit“ nicht monetarisiert werde und dass auch nicht geplant sei dies zu ändern.

2. Sachverhalt

Auf Grund der Anzeige sowie des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender

Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

Mariahilfer Straße 77–79
1060 WIEN, ÖSTERREICH
www.rtr.at

E: rtr@rtr.at
T: +43 1 58058-0
F: +43 1 58058-9191

entscheidunswesentlicher Sachverhalt fest:

Maximilian Ratzenböck ist österreichischer Staatsbürger.

Maximilian Ratzenböck betreibt seit zumindest 19.10.2018 den YouTube-Kanal „Maximilian Ratzenböck“ unter der Internetadresse <https://www.youtube.com/channel/UChyYp2qz9d1gLSTck-6jsBg> sowie den YouTube-Kanal „Nachspielzeit“ unter der Internetadresse https://www.youtube.com/channel/UcTGI0wVcFisXl0v8_XaKlqA/feed.

2.1. YouTube-Kanal „Maximilian Ratzenböck“

Unter der Internetadresse <https://www.youtube.com/channel/UChyYp2qz9d1gLSTck-6jsBg> finden sich keine Inhalte – insbesondere keine Bewegtbildinhalte - vielmehr gelangt man zu der Information „Dieser Kanal ist nicht vorhanden.“ (Abbildung 1). Der YouTube-Kanal „Maximilian Ratzenböck“ ist unter der angegebenen Internetadresse nicht abrufbar. Dies entspricht auch den Angaben von Maximilian Ratzenböck.

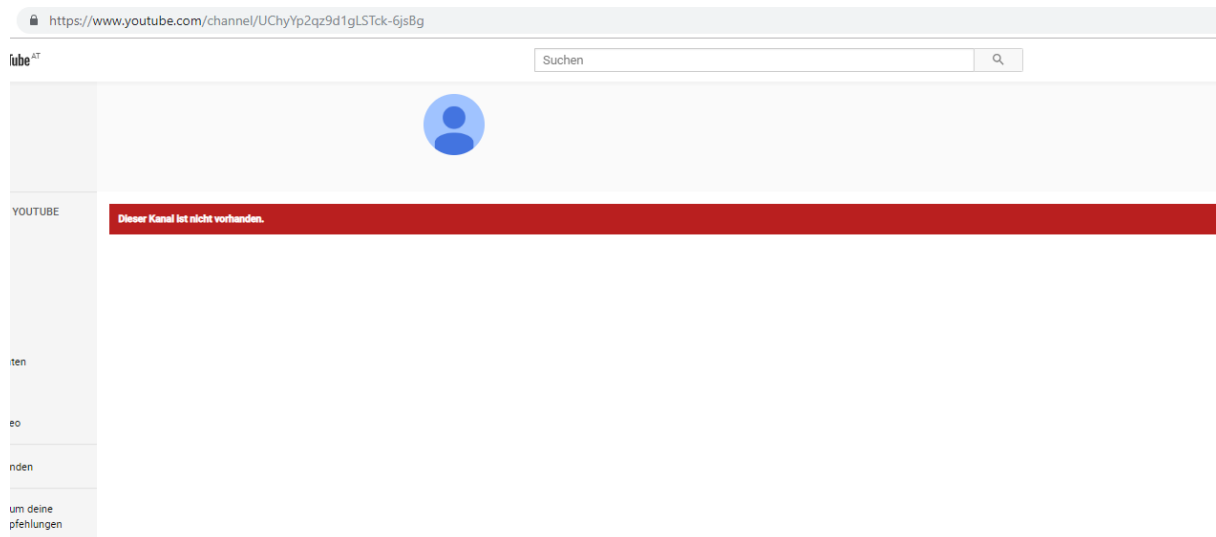


Abbildung 1

2.2. YouTube-Kanal „Nachspielzeit“

Maximilian Ratzenböck gab bekannt, etwa einmal wöchentlich ein Video auf seinem YouTube-Kanal „Nachspielzeit“ unter der Internetadresse https://www.youtube.com/channel/UcTGI0wVcFisXl0v8_XaKlqA/feed hochzuladen. Der YouTube-Kanal beinhaltet Videos zum Thema Sport und Unterhaltung. Mit dem Dienst würden keine Einnahmen erzielt und dies sei auch in Zukunft nicht beabsichtigt.

Der YouTube-Kanal „Nachspielzeit“ wird zumindest seit dem 19.10.2018 von Maximilian Ratzenböck bereitgestellt. Im Übersicht- und Video-Bereich des YouTube-Kanals „Nachspielzeit“ werden den Nutzern derzeit rund 40 Videos auf Abruf angeboten (Abbildung 2). Die verschiedenen Videos sind nach ihrer Aktualität gereiht. Die Beiträge sind in der Regel zwischen ca. 20 Sekunden und fünf Minuten lang.

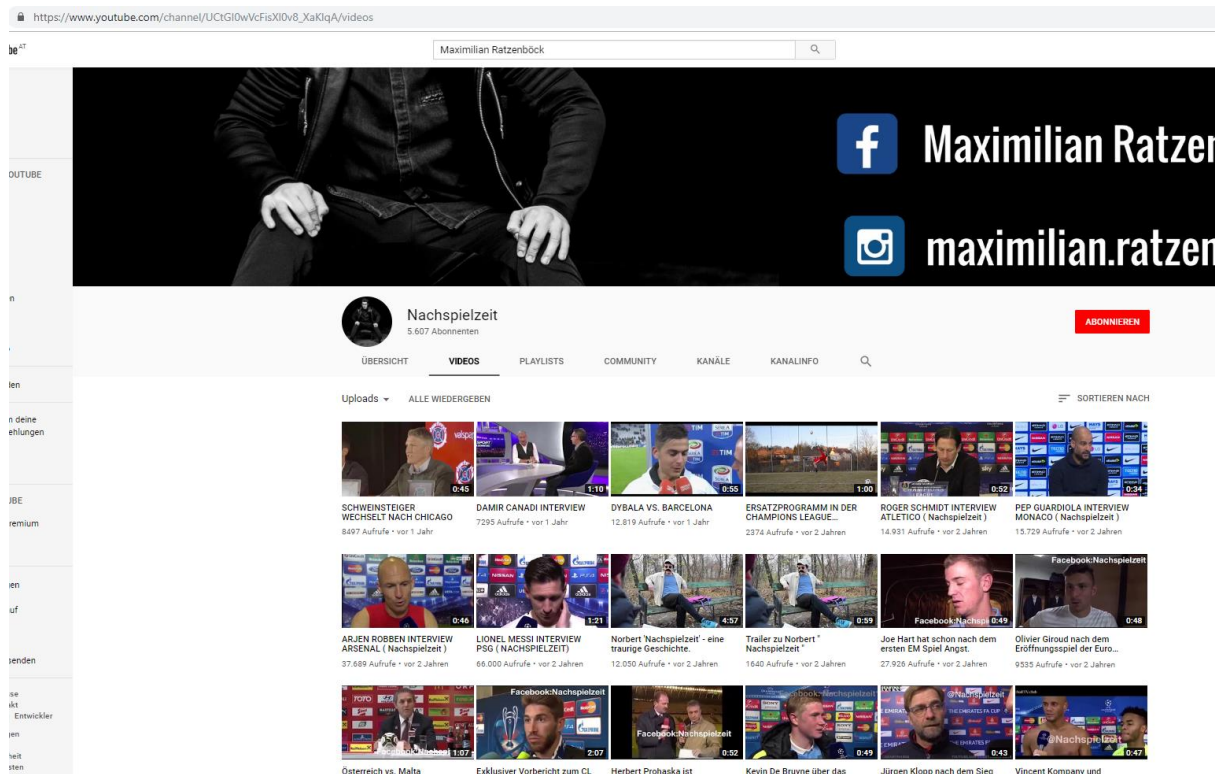
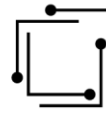


Abbildung 2

Die Beiträge umfassen Inhalte zum Thema Sport und Unterhaltung. Es werden fast ausschließlich synchronisierte Sportbeiträge mit satirischem Charakter gezeigt.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen hinsichtlich der angezeigten Dienste gründen sich auf dem glaubwürdigen Vorbringen von Maximilian Ratzenböck sowie der behördlichen Einsichtnahme in die gegenständlichen Dienste unter den Internetadressen <https://www.youtube.com/channel/UChyYp2qz9d1gLSTck-6jsBg> und https://www.youtube.com/channel/UcTG10wVcFisXl0v8_XaKlqA/feed durch die KommAustria.

4. Rechtliche Beurteilung

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist:

[...]

3. audiovisueller Mediendienst: eine Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendiensteanbieters, deren Hauptzweck die Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze (§ 3 Z 11 TKG 2003) ist. Darunter fallen Fernsehprogramme und audiovisuelle Mediendienste auf Abruf;

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

§ 9 AMD G lautet auszugsweise:

„Anzeigepflichtige Dienste

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

(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. 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*
[...],

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.“

Verfahrensgegenständlich ist die Frage, ob Maximilian Ratzenböck audiovisuelle Mediendienste im Sinne des § 2 Z 3 AMD-G, und zwar audiovisuelle Mediendienste auf Abruf im Sinne des § 2 Z 4 AMD-G anbietet, welche der Anzeigepflicht gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G unterliegen.

Aus den Erläuterungen zur Regierungsvorlage (RV 611 BlgNR, 24. GP) ergibt sich, dass ein audiovisueller Mediendienst gemäß § 2 Z 3 AMD-G – entsprechend der Vorgaben der AVMD-RL (vgl. Art. 1 lit. a bis d AVMD-RL sowie ErwG 16 bis 23 AVMD-RL) – kumulativ sechs Kriterien erfüllen muss:

- Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV
- eines Mediendiensteanbieters unter dessen redaktioneller Verantwortung
- mit dem Hauptzweck
- der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung
- der allgemeinen Öffentlichkeit
- über elektronische Kommunikationsnetze.

4.1. YouTube-Kanal „Maximilian Ratzenböck“

Da sich unter der Internetadresse weder Bewegtbildinhalte noch sonstige überprüfbare Inhalte finden, kann eine Prüfung der gesetzlichen Kriterien gemäß § 2 Z 3 AMD-G unterbleiben.

Die KommAustria stellt fest, dass die Anzeige spruchgemäß gemäß § 9 Abs. 7 Z 1 AMD-G zurückzuweisen war, da der angezeigte Dienst nicht existiert und somit nicht unter § 2 Z 3 AMD-G fällt und daher nicht dem Anwendungsbereich des AMD-G unterliegt.

4.2. YouTube-Kanal „Nachspielzeit“

4.2.1. Zur Dienstleistung

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 Leistungen einen wirtschaftlichen Charakter in einem weiteren Sinn aufzuweisen haben und dass die Leistung zumindest zu Erwerbszwecken erfolgen muss (*Kogler/Trainer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, S. 434*).

Als Dienstleistungen gelten insbesondere: a) gewerbliche Tätigkeiten, b) kaufmännische Tätigkeiten, c) handwerkliche Tätigkeiten, d) freiberufliche Tätigkeiten (vgl. BVwG 19.02.2016, W194 2009539-1/4E).

Das gegenständliche Angebot enthält derzeit keine Formen der kommerziellen Kommunikation, wie beispielsweise Pre-Rolls, Bannerwerbung, die Bewerbung des eigenen Onlineshops oder die Nutzung von Affiliate-Links. Dies deckt sich auch mit den Angaben von Maximilian Ratzenböck, der angibt mit dem Dienst keine Einnahmen zu erzielen und dies auch nicht zu beabsichtigen.

Die KommAustria geht daher davon aus, dass es sich bei dem gegenständlichen Dienst derzeit um keine Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV handelt.

4.2.2. Zur redaktionellen Verantwortung

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

§ 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;“

Der Begriff der redaktionellen Verantwortung wird im AMD-G jedoch nicht näher definiert, weshalb hier die Definition des Art. 1 Abs. 1 lit. c AVMD-RL herangezogen wird.

Art. 1 Abs. 1 lit. c AVMD-RL lautet:

„c) „redaktionelle Verantwortung“ die Ausübung einer wirksamen Kontrolle sowohl hinsichtlich der Zusammenstellung der Sendungen als auch hinsichtlich ihrer Bereitstellung entweder anhand eines

chronologischen Sendeplans im Falle von Fernsehsendungen oder mittels eines Katalogs im Falle von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf. Die redaktionelle Verantwortung begründet nicht zwangsläufig eine rechtliche Haftung nach innerstaatlichem Recht für die bereitgestellten Inhalte oder Dienste;“

Gemäß Art. 1 Abs. 1 lit. c AVMD-RL 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. Mediendienstanbieter ist derjenige, der dabei die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese gestaltet werden (Art. 1 Abs. 1 lit. d AVMD-RL).

Maximilian Ratzenböck ist laut eigenen Angaben Medieninhaber des gegenständlichen Videoportals und es bestehen auch keine Hinweise darauf, dass die Auswahl der Inhalte durch jemand anderen als ihn selbst erfolgt. Die redaktionelle Verantwortung für die Gestaltung des gegenständlichen Dienstes ist daher zu bejahen.

4.2.3. Zum Hauptzweck

Für das Vorliegen des Hauptzwecks ist zu prüfen, ob die Bereitstellung von Sendungen den Hauptzweck des angebotenen Dienstes darstellt.

Das Bundesverwaltungsgericht hat in seinem Erkenntnis vom 19.02.2016, GZ W194-2009539-1/4E, das sich auf das Urteil des EuGH C 347/14 vom 21.10.2015, bezieht, zum Hauptzweck von Mediendiensten ausgeführt, dass es nicht maßgebend sein kann, ob sich die betreffende Website als Ganzes betrachtet auf die Haupttätigkeit eines Unternehmens bezieht oder auf eine Tätigkeit, die für das Unternehmen nur eine Nebenrolle spielt. Es ist daher entsprechend dem Wortlaut des Art. 1 Abs. 1 lit. a Z i AVMD-RL bei der Prüfung, ob der betroffene Dienst als solcher und unabhängig von dem Rahmen, in dem er angeboten wird, den Hauptzweck hat, eine Sendung zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit bereitzustellen, von einem materiellen Ansatz auszugehen.

Folglich kommt es für die Bestimmung des „Hauptzwecks“ nicht auf das gesamte Leistungsspektrum eines Diensteanbieters an, sondern auf das abgrenzbare audiovisuelle Angebot.

Bei dem YouTube-Kanal „Nachspielzeit“ unter der Internetadresse https://www.youtube.com/channel/UCtGI0wVcFisXI0v8_XaKlqA/feed handelt es sich um ein eigenständiges, abgrenzbares Angebot, dessen Wesen es ist ausschließlich Videoinhalte verfügbar zu machen. Es besteht daher nach Ansicht der KommAustria kein Zweifel daran, dass das Kriterium des Hauptzwecks hinsichtlich der gegenständlichen Videoangebote erfüllt ist.

4.2.4. Zur „Fernsehähnlichkeit“

Weiters ist zu prüfen, ob mit den Angeboten Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung angeboten werden, kurz ob das Angebot fernsehähnlich ist. Die „Sendung“ ist in § 2 Z 30 AMD-G definiert als ein einzelner, in sich geschlossener Teil eines Fernsehprogramms oder eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf, der aus einer Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton besteht und Bestandteil eines von einem Mediendienstanbieter erstellten Sendeplans

oder Katalogs ist (vgl. ausführlich BKS 13.12.2012, GZ 611.191/0005-BKS/2012; siehe auch Art. 1 Abs.1 lit. b AVMD-RL).

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. Im Bereich der Abrufdienste muss eine Vergleichbarkeit mit Form und Inhalten von Fernsehsendungen vorliegen, damit eine Sendung vorliegt.

Bei den hier relevanten Begriffsdefinitionen orientierte sich der Gesetzgeber, wie er in den Erläuterungen zur Regierungsvorlage ausdrücklich betonte, „strikt an den Vorgaben der Mediendiensterichtlinie“, sodass für das Begriffsverständnis auf die einschlägigen Vorschriften des Unionsrechts, insbesondere auf Art. 1 AVMD-RL Bedacht genommen werden muss (vgl. VwGH 16.12.2015, Zl. 2015/03/0004).

Gemäß ErwG 24 AVMD-RL ist ein typisches Merkmal der Abrufdienste, dass sie „fernsehähnlich“ sind, d.h. dass sie auf das gleiche Publikum wie Fernsehsendungen ausgerichtet sind und der Nutzer aufgrund der Art und Weise des Zugangs zu diesen Diensten vernünftigerweise einen Regelungsschutz im Rahmen dieser Richtlinie erwarten kann. Angesichts dieser Tatsache sollte zur Vermeidung von Diskrepanzen bei der Dienstleistungsfreiheit und beim Wettbewerb der Begriff „Sendung“ unter Berücksichtigung der Entwicklungen auf dem Gebiet der Fernsehsendungen dynamisch ausgelegt werden.

Der EuGH hat zum Erfordernis der Fernsehähnlichkeit in seinem Urteil vom 21.10.2015, C-347/14, *New Media Online GmbH*, im Wesentlichen festgehalten, dass die Einordnung von einzelnen Videos als "Sendung" im Sinne von Art. 1 Abs. 1 lit b AVMD-RL nicht erfordere, dass die komplette Kurzvideosammlung mit einem von einem Fernsehveranstalter erstellten kompletten Sendeplan oder Katalog vergleichbar, sondern dass nur eine Vergleichbarkeit von Videosequenzen wie den in Rede stehenden mit der Form und dem Inhalt von Fernsehprogrammen notwendig sei. Es schade auch nicht, dass sie von kurzer Dauer seien, weil das Fernsehprogrammangebot neben Programmen von langer und mittlerer Dauer auch Programme kurzer Dauer enthalte. Die Videos müssten sich lediglich wie ein Fernsehprogramm an ein Massenpublikum richten und bei diesem im Sinne des ErwG 24 AVMD-RL eine deutliche Wirkung entfalten. Die AVMD-RL ziele nach ihren ErwG 11, 21 und 24 darauf ab, dass in einem besonders wettbewerbsstarken Mediumfeld für Anbieter, die sich an das gleiche Publikum richten, die gleichen Regeln gelten würden und verhindert werde, dass audiovisuelle Mediendienste auf Abruf dem herkömmlichen Fernsehen gegenüber unlauteren Wettbewerb betreiben könnten. Eine solche Wettbewerbssituation bestehe etwa, wenn Beiträge von regionalen Fernsehsendern zum Abruf gestellt würden, da diese Videos in Wettbewerb zu den von den regionalen Fernsehsendern angebotenen Informationsdiensten träten. Dies gelte auch für kurze Videos, die Kultur- oder Sportveranstaltungen oder auf Unterhaltungsreportagen bezögen und insofern mit Musikkanälen, Sportkanälen sowie Unterhaltungssendungen im Wettbewerb stünden.

Die Beiträge des gegenständlichen YouTube-Kanals umfassen Inhalte zum Thema Sport und Unterhaltung. Es werden fast ausschließlich synchronisierte Sportbeiträge mit satirischem Charakter gezeigt.

Nach Ansicht der KommAustria werden derartige synchronisierte (Sport-)Beiträge mit satirischem Charakter durchaus im Rahmen von Fernsehsendungen als Teil von Comedy-Sendungen eingesetzt, dies geschieht allerdings in der Regel nur gemeinsam mit weiteren (satirischen) Beiträgen. Die Bereitstellung lediglich einzelner synchronisierter Beiträge mit satirischem Charakter in der hier gebotenen Art ist hingegen derzeit kein typischer Inhalt von „klassischen“ Fernsehprogrammen. Insofern ist eine Vergleichbarkeit in Form und Inhalt mit Fernsehsendungen schon aus diesem Grund nicht gegeben. Der YouTube-Kanal „Maximilian Ratzenböck“ zielt im Sinne der genannten Rechtsprechung des EuGH nach Ansicht der KommAustria also nicht auf das gleiche Zielpublikum wie Fernsehsendungen ab.

4.2.5. 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 beschränkt sein.

Das Angebot unter https://www.youtube.com/channel/UctGI0wVcFisXI0v8_XaKlqA/feed ist für jedermann frei abrufbar und richtet sich damit an eine unbestimmte Anzahl möglicher Zuseher und Nutzer. Es besteht daher nach Ansicht der KommAustria kein Zweifel daran, dass die Sendungen der allgemeinen Öffentlichkeit bereitgestellt werden.

4.2.6. Zum elektronischen Kommunikationsnetz

Die Verbreitung erfolgt unter Nutzung des offenen Internets unter der Internetadresse https://www.youtube.com/channel/UctGI0wVcFisXI0v8_XaKlqA/feed und damit über ein elektronisches Kommunikationsnetz.

Zusammenfassend stellt die KommAustria daher fest, dass es sich bei dem auf dem YouTube-Kanal „Nachspielzeit“ unter der Internetadresse https://www.youtube.com/channel/UctGI0wVcFisXI0v8_XaKlqA/feed abrufbaren Angebot derzeit mangels Vorliegens der Dienstleistungseigenschaft und Fernsehähnlichkeit um keinen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf im Sinne von § 2 Z 4 iVm Z 3 AMD-G handelt. Dieser stellt daher keinen gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G anzeigepflichtigen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf dar.

Die Anzeige war daher spruchgemäß gemäß § 9 Abs. 7 Z 1 AMD-G zurückzuweisen, da der angezeigte Mediendienst nicht unter § 2 Z 3 AMD-G fällt und daher nicht dem Anwendungsbereich des AMD-G unterliegt.

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 1.950/19-038“, 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 07. Juni 2017

Kommunikationsbehörde Austria

Dr. Susanne Lackner
(Vorsitzende-Stellvertreterin)