



KOA 2.250/17-025

Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 50/2016, iVm § 61 Abs. 1 Satz 1 1. Fall Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 86/2015, fest, dass die A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH (FN 437125 g beim Handelsgericht Wien) als Veranstalterin des Satellitenfernsehprogramms „oe24 TV“ am 12.06.2017 im Rahmen der zwischen 14:00 und 15:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „OE24.TV Zu Mittag – Mittag Show“ die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G jeweils dadurch verletzt hat, dass der von ca. 14:56:05 bis ca. 14:56:45 Werbespot zugunsten der Lugner City weder

- a. an seinem Anfang um ca. 14:56:05 Uhr noch
- b. an seinem Ende um ca. 14:56:45 Uhr

durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt war.

2. Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Der A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH wird aufgetragen

- a) den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides an einem Werktag (Montag bis Freitag) in ihrem Fernsehprogramm „oe24 TV“ zwischen 13:00 und 15:00 Uhr durch Verlesung und Einblendung im Bild in folgender Weise zu veröffentlichen:

„Die Kommunikationsbehörde Austria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter Folgendes festgestellt:

Die A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH hat am 12.06.2017 zwischen 14:00 und 15:00 Uhr in ihrem Fernsehprogramm „oe24 TV“ die Sendung „OE24.TV Zu Mittag – Mittag Show“ ausgestrahlt. Dabei wurde ein Werbespot zugunsten der „Lugner“ City gesendet. Dieser war nicht eindeutig durch optische, akustische oder räumliche Mittel von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt.

Dadurch wurde die gesetzliche Vorschrift, wonach Fernsehwerbung durch optische,

akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt sein muss, verletzt.“

sowie

- b) binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria gemäß § 29 Abs. 1 AMD-G einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Im Rahmen der nach § 2 Abs. 1 Z 6 KOG der KommAustria obliegenden Aufgabe der Wahrnehmung der Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und Mediendienstanbieter wurden Auswertungen der am 12.06.2017 zwischen 14:00 und 15:00 Uhr im Programm „oe24 TV“ der A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH ausgestrahlten Sendung „OE24.TV Zu Mittag – Mittag Show“ vorgenommen.

Mit Schreiben vom 03.08.2017 leitete die KommAustria ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen wegen des Verdachts ein, dass die A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH als Veranstalterin des Satellitenfernsehprogramms „oe24 TV“ am 12.06.2017 im Rahmen der von ca. 14:00 bis 15:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „OE24.TV Zu Mittag – Mittag Show“ die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G verletzt hat. Der A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH wurde eine Frist zur Stellungnahme binnen zwei Wochen ab Zustellung des Schreibens eingeräumt.

Mit Schreiben vom 18.08.2017 nahm die A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH zu der vermuteten Rechtsverletzung Stellung und führte Folgendes aus:

Zutreffend sei, dass die A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH in der am 12.06.2017 auf „oe24 TV“ ausgestrahlten Sendung „Mittag-Show“ in der Rubrik „Star des Tages“ über Richard Lugner bzw. den neuen Werbespot der „Lugner City“ berichtet habe. Bei diesem Beitrag handle es sich jedoch um einen Beitrag im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung. Dies sei bereits dadurch erkennbar, dass eine Stimme aus dem Off den Werbespot kommentiere. Weiteres sei während des gesamten Beitrags die Headline „Richard Lugner: Neuer Werbe-Spot“ im unteren mittleren Bildschirmbereich eingeblendet. Zudem sei am linken unteren Bildrand das „oe24 TV“-Logo sowie im Lauftext aktuelle Nachrichten („Breaking News“) eingeblendet. Eine derartige Gestaltung finde bei Fernsehwerbung nicht statt.

Der Beitrag über Richard Lugner sei von redaktionellem Interesse, zumal in dem gezeigten Werbespot erstmals Richard Lugners neue Lebensgefährtin zu sehen wäre. Zudem enthalte der Spot sehr komödiantische Elemente, was auch zahlreiche andere Medien dazu bewegt habe, darüber redaktionell zu berichten und den Werbespot ebenfalls in voller Länge zu zeigen (vgl zB <http://www.heute.at/people/promis/story/Lugner-Video---Ich-bin-der-Donau-Trump---44855212>, <http://www.krone.at/stars-society/lugner-huepft-im-batman-kostuem-ueber-die-leinwandextrem-schraeg-story-574762>, <http://www.kronehit.at/news/lugner-nennt-sich-donald-trump>).

Da die Komik des Spots erst erkennbar werde, wenn man den Spot zur Gänze sehe, habe sich die A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH dazu entschieden, den Spot – nach einleitenden Worten über Richard Lugner und Details des Spots – im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung in voller Länge zu zeigen.

Weiters wird vorgebracht, dass der inkriminierte Beitrag nicht das Ziel verfolge, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern. Der Beitrag sei eindeutig redaktionell und verfolge allein das Ziel, die Zuseher über Neuigkeiten von Richard Lugner und seiner Familie zu informieren.

Da im gegebenen Fall keine „Werbung“ vorliege, könne auch nicht gegen das Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot nach § 43 AMD-G verstoßen werden. Es handle sich beim inkriminierten Beitrag um redaktionelle Berichterstattung und somit nicht um Fernsehwerbung iSd § 2 Z 40 AMD-G. Folglich könne kein Verstoß gegen § 43 Abs. 2 AMD-G vorliegen. Die A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH stellte den Antrag, die KommAustria möge feststellen, dass eine Verletzung der Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G nicht erfolgt sei.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

Die A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH ist aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 24.08.2016, KOA 2.135/16-005, Inhaberin einer Zulassung zur Verbreitung des Satellitenfernsehprogramms „oe24 TV“.

Am 12.06.2017 wurde im Fernsehprogramm „oe24 TV“ von ca. 14:00 bis 15:00 Uhr die Sendung „OE24.TV Zu Mittag – Mittag Show“ ausgestrahlt.

Um 14:55:16 Uhr beginnt im Zuge der Sendung „OE24.TV Zu Mittag – Mittag Show“ die Rubrik „Star des Tages“. Der Moderator der Sendung spricht einleitend folgende Worte:

„Der Baumeister der Nation, Richard Lugner, macht jetzt große Werbung für seine Lugner City. Wir haben jetzt den neuesten funny Clip für Sie.“

Nach einem kurzen Ausschnitt aus dem Spot für das Sushi Restaurant, in dem man Richard Lugner in traditionell asiatischer Kleidung sieht, wie er den Satz *„Bei mir gibt's das beste Sushi von Peking bis Tokyo“* spricht, folgt die Einblendung von verschiedenen Szenen aus dem neuen Werbespot in Bild und Ton, die jeweils von einer Sprecherin kommentiert werden. Im Bild sind rechts oben das Insert „MITTAG SHOW“ und am unteren Rand ein Banner eingeblendet, das links das „oe24 TV“ - Logo sowie die „Breaking News“, in der Mitte den Schriftzug „RICHARD LUGNER: NEUER WERBESPOT“ und auf der rechten Seite die aktuelle Uhrzeit zeigt.



(Abb. 1)

Die Sprecherin führt zwischen den einzelnen Ausschnitten (siehe die nachfolgenden Abbildungen) aus: „Richard Lugner veröffentlicht gerade die Spots seiner neuen Werbekampagne für die Lugner City. Nach der Werbung für das Sushi Restaurant folgt jetzt das Video zum mexikanischen Laden ‚Santos‘. Und wieder ist die gesamte Familie mit dabei: neben Tochter Jaqueline, Exfrau Mausi sowie Omi Heidinger, spielt auch Andrea im Clip mit. Die Freundin vom Badesee ist nun anscheinend gar nicht mehr so kamerascheu wie zu Beginn der Liebesbeziehung.“



(Abb. 2)



(Abb. 3)



(Abb. 4)



(Abb. 5)

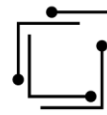
Die Sprecherin endet mit den Worten: „Wir zeigen Ihnen den lustigen Spot nun in voller Länge.“

Unmittelbar im Anschluss wird von 14:56:05 bis 14:56:45 Uhr – wie angekündigt – der Spot für die Lugner City unkommentiert und in voller Länge ausgestrahlt. Zu den folgenden Bildern spricht Richard Lugner diesen Text:

„I bin der Donald Trump. Und bei die riesen Burger, die es bei mir da gibt, da wird sogar der Donald Trump neidisch. In meiner City wird immer frisch gekocht und genau so schmeckt’s auch – afoch guat! Und die Saucen da sand a Hammer. Und wenn I zu viel gessen hab, dann gibt’s bei mir no an super Cocktail. Praktisch, dass I so guat fangen kann. Es gibt nur eins... [Alle Darsteller im Chor:] ‚Gemma Lugner!’ Muy bonito.“



(Abb. 6)



(Abb. 7)



(Abb. 8)



(Abb. 9)

Unmittelbar im Anschluss wird wieder ins Studio geschaltet, wo der Moderator die Sendung fortsetzt.

3. Beweismwürdigung

Die Feststellungen zur Zulassung ergeben sich aus dem zitierten Zulassungsbescheid der KommAustria vom 24.08.2016, KOA 2.135/16-005.

Die Feststellungen zum Inhalt der am 12.06.2017 von ca. 14:00 bis 15:00 Uhr ausgestrahlten Sendung im Fernsehprogramm „oe24 TV“ ergeben sich aus einer Einsichtnahme in die von der A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH vorgelegten Aufzeichnungen des Programms. Sie wurden von der A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH im Zuge der Stellungnahme nicht bestritten.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde und Verfahren

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 KOG obliegt der KommAustria unter anderem die Wahrnehmung der Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und Mediendiensteanbieter. Gemäß § 61 Abs. 1 Satz 1 1. Fall AMD-G entscheidet die KommAustria über Verletzungen von Bestimmungen dieses Bundesgesetzes von Amts wegen. Im Rahmen dieser Aufgabe hat die KommAustria Auswertungen der am 12.06.2017 zwischen 14:00 und 15:00 Uhr im Programm „oe24 TV“ der A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH ausgestrahlten Sendung „OE24.TV Zu Mittag – Mittag Show“ durchgeführt. Aufgrund der Ergebnisse der Auswertung wurde, den oben dargestellten Sachverhalt betreffend, ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 AMD-G eingeleitet und der A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH dazu Gelegenheit zur Stellungnahme eingeräumt.

4.2. Materiell anzuwendende Rechtsvorschriften

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist:

[...]

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);

[...]“

§ 43 AMD-G lautet auszugsweise:

„Erkennbarkeit und Trennung

§ 43. [...]

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

[...]“

4.3. Verletzung von § 43 Abs. 2 AMD-G – fehlende Trennung von Werbung (Spruchpunkt 1.)

Die gegenständliche Sequenz zerfällt in zwei voneinander abzugrenzende Teile: Im ersten Teil (ca. 14:55:16 bis 14:56:04 Uhr) wird unter dem Titel „Star des Tages“ Richard Lugners neuer Werbespot behandelt; im zweiten Teil (ca. 14:56:05 bis 14:56:45 Uhr) wird der Werbespot in voller Länge ausgestrahlt.

Bei dem den Gegenstand bildenden Spot selbst handelt es sich dem Grunde nach jedenfalls um Werbung für die Lugner City:

Der Spot beinhaltet typische werbliche Gestaltungselemente, wie das Herausstreichen des Waren- und Leistungsangebotes (insbesondere die qualitativ-wertende und anpreisende Darstellung des Leistungsangebots in der Lugner City) sowie die Anregung zum Besuch des in der Lugner City gelegenen Restaurants „Santos“. Der genannte Spot ist somit geeignet, den Absatz der darin beschriebenen – entgeltlich angebotenen – Produkte und Dienstleistungen zu fördern. Würde der Spot daher singulär, etwa im Rahmen eines Werbeblocks ausgestrahlt, läge jedenfalls Werbung iSd § 2 Z 40 AMD-G vor.

Strittig ist im gegenständlichen Fall – worauf auch die Stellungnahme der A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH vom 18.08.2017 hinausläuft –, ob die Ausstrahlung des Werbespots in voller Länge in der dargestellten Form deswegen nicht unter den Werbebegriff des § 2 Z 40 AMD-G fällt, weil es sich um einen Teil der redaktionellen Berichterstattung handle und insoweit auch nicht das Ziel verfolge, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen gegen Entgelt zu fördern.

Nach Auffassung der KommAustria kann es grundsätzlich zulässig sein, im Rahmen einer redaktionellen Aufarbeitung eines Themas auch anlassbezogen Teile eines Werbespots zu zeigen und diese zu kommentieren. Wenn vorliegend unter dem Gesichtspunkt „Star des Tages“ eine Integration der – nach Meinung der Redaktion – besten und „komischsten“ Ausschnitte des Werbespots für die Lugner-City in den Beitrag erfolgt, und in neutraler Art und Weise eine von den materiell naturgemäß werblichen Inhalten des Spots unabhängige Analyse bzw. Kommentierung erfolgt, ist dies daher dem Grunde nach möglich und nicht per se zu beanstanden.

Die im Anschluss an den redaktionellen ersten Teil des Beitrags erfolgende Ausstrahlung des Spots in seiner vollen Länge überschreitet aber nach Auffassung der KommAustria die Grenze des Zulässigen. Dies einerseits aufgrund der Tatsache, dass der Großteil der „komischen“ Szenen des Werbespots bereits zuvor während der Berichterstattung über das Zustandekommen und den Inhalt desselben gezeigt wurde (vgl. hierzu die Deckungsgleichheit der oben dargestellten Abbildungen 2 und 6, 3 und 7, 4 und 8 sowie 5 und 9). Hinzu tritt, dass im zweiten Teil keinerlei redaktionelle Rückbindung bzw. Einbettung erfolgt, etwa im Wege einer Kommentierung oder eines sonstigen Hinweises auf den zusätzlichen „Informationsgewinn“ aus der vollständigen Ausstrahlung. Die Botschaft, dass es sich hier offensichtlich um einen „funny Clip“ mit den entsprechenden „komischen“ Aussagen von Richard Lugner handelt, wurde dem Zuseher bereits im ersten Teil vollumfänglich vermittelt. Der KommAustria erschließt sich damit eine redaktionelle Rechtfertigung der zusätzlichen Ausstrahlung des Spots in voller Länge weder aus einer Erforderlichkeit für den Gegenstand der Berichterstattung, noch für die allgemeine Verständlichkeit.

Dass die „Komik“ des Spots, wie die A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH in Ihrer Stellungnahme vorbringt, erst dann erkennbar würde, wenn man den Spot zur Gänze sehe, da nahezu jeder Satz von Richard Lugner komisch sei, kann die KommAustria auf faktischer Ebene nicht nachvollziehen. Vielmehr ist ein zusätzlich bewirkter „Informationsgewinn“ des zweiten Teils gegenüber dem ersten Teil der Sequenz ausschließlich in der breitflächigen, ungekürzten und ablenkungsfreien Vermittlung der Werbebotschaft des Spots zu erblicken. Mit der Argumentation der A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH ließen sich im Ergebnis zahllose „lustige“ Werbespots, bei denen die gesamte „Komik“ ebenfalls nur ungekürzt erkennbar wird, zum Bestandteil des „redaktionellen“ Programms erheben. Daran vermag auch der Umstand nichts zu ändern, dass in den Randbereichen des Bildschirms verschiedene Inserts eingeblendet sind, die auch sonst während der Sendung „OE24.TV Zu Mittag – Mittag Show“ zu sehen sind: Hierbei handelt es sich – wenn überhaupt – um Elemente, die bei der Frage der Erkennbarkeit bzw. Unterscheidbarkeit der Werbung iSd § 43 Abs. 1 AMD-G eine Rolle spielen können, nicht aber bei der Einhaltung des Trennungsgrundsatzes nach § 43 Abs. 2 AMD-G.

Aus diesen Überlegungen heraus ist sowohl im Hinblick auf die Absatzförderungseignung als auch in Bezug auf den „objektiven Maßstab“ iSd § 2 Z 40 AMD-G keine abweichende Sichtweise

geboten: Während für das journalistisch bearbeitete und anlassbezogene Zeigen von Ausschnitten eines Werbespots unter einem redaktionellen Thema üblicherweise kein Entgelt geleistet wird (erster Teil), ist beim zusätzlichen, ungekürzten und redaktionell nicht erforderlichen Zeigen eines Werbespots (zweiter Teil) anzunehmen, dass für eine derartige werbliche Präsentation vom beworbenen Unternehmen im geschäftlichen Verkehr üblicherweise auch ein Entgelt geleistet würde. Für die Beurteilung des Merkmals der Entgeltlichkeit bei Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G ist grundsätzlich von einem objektiven Maßstab und dem üblichen Verkehrsgebrauch, und nicht von einem tatsächlich geleisteten Entgelt auszugehen (vgl. dazu VwGH 22.05.2013, 2010/03/0008). Entscheidend ist demnach, ob für die Ausstrahlung des jeweils konkret zu beurteilenden Beitrags nach dem üblichen Verkehrsgebrauch ein Entgelt bzw. eine Gegenleistung oder ein Beitrag zur Finanzierung zu leisten wäre (vgl. VwGH 27.01.2006, 2004/04/0114; VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172, zu vergleichbaren Bestimmungen des ORF-G). Dies ist hier der Fall.

Bei dem spruchgegenständlichen zweiten Teil der Sequenz, in dem der Spot in voller Länge ausgestrahlt wird, handelt es sich somit um Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G und damit auch um Fernsehwerbung im Sinne des § 43 AMD-G.

Fernsehwerbung muss gemäß § 43 Abs. 2 AMD-G durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt sein. Somit ist der Spot durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von den vorangehenden und nachfolgenden redaktionellen Programmteilen zu trennen.

Im gegenständlichen Fall findet weder vor noch nach dem Spot eine Trennung jeglicher Art statt; vielmehr folgt die Ausstrahlung unmittelbar auf den redaktionellen Teil des Programms bzw. des Beitrags und wird anschließend – ebenso ohne Trennung – das redaktionelle Programm fortgesetzt.

Aufgrund der Unterlassung der eindeutigen Trennung des Werbespots zugunsten der Lugner City von anderen Sendungs- und Programmteilen war jeweils eine Verletzung der Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G festzustellen.

4.4. Zur Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkt 2.)

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

Nach der Rechtsprechung zur vergleichbaren Bestimmung des § 37 Abs. 4 ORF-G und dessen Auslegung im Sinne der Rechtsprechung der Gerichtshöfe öffentlichen Rechts (vgl. VfSlg. 12.497/1990 und VwGH 15.09.2004, 2003/04/0045) ist die Veröffentlichung der Entscheidung als „*contrarius actus*“ zu einem solchen Zeitpunkt im entsprechenden Programm aufzutragen, dass „*tunlichst der gleiche Veröffentlichungswert*“ erzielt wird. Mit der Veröffentlichung einer Kurzfassung der Entscheidung soll diesem Anliegen eines „*contrarius actus*“ Rechnung getragen werden. Die Wahl der Sendezeit der Veröffentlichung ergibt sich aus dem Umstand, dass die mit diesem Bescheid festgestellte Rechtsverletzung in diesem Zeitrahmen erfolgte (Spruchpunkt 2.a).

Die Vorlage der Aufzeichnungen dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 29 Abs. 1 AMD-G (Spruchpunkt 2.b).

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 Glücksspiel (IBAN: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 2.250/17-025“, 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 6. Oktober 2017

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Michael Truppe
(Mitglied)