



Bescheid

I. Spruch

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. 90/2024, iVm § 60, § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 135/2023, fest, dass die **Canal+ Austria GmbH** (FN 563090z) am 31.10.2023 im Fernsehprogramm „Canal+ First Kabel“ die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G idF BGBl. I Nr. 83/2023 dadurch verletzt hat, dass sie

a) von ca. 19:20:57 Uhr bis ca. 19:21:10 Uhr, und

b) von ca. 19:48:57 Uhr bis ca. 19:49:10 Uhr

einen werblich gestalteten Sponsorhinweis für „Quooker“ ausgestrahlt hat, ohne diesen an seinem Beginn vom vorhergehenden und an seinem Ende vom nachfolgenden redaktionellen Programm zu trennen.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 02.11.2023 wurde die Canal+ Austria GmbH im Rahmen der monatlichen Werbebeobachtung gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 aufgefordert, der KommAustria Aufzeichnungen des am 31.10.2023 von 18:00 bis 20:00 Uhr ausgestrahlten Fernsehprogramms „Canal+ First Kabel“ vorzulegen.

Mit Schreiben vom 10.11.2023 kam die Canal+ Austria GmbH der Aufforderung nach und übermittelte die Aufzeichnungen ihres Programms mittels Download-Link an die KommAustria.

Mit Schreiben vom 28.11.2023 leitete die KommAustria ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen wegen des Verdachts von Verletzungen der Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G gegen die Canal+ Austria GmbH ein und räumte dieser die Möglichkeit zur Stellungnahme ein.

Mit Schreiben vom 20.12.2023 kam die Canal+ Austria GmbH dieser Aufforderung nach und

Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

Mariahilfer Straße 77–79
1060 Wien, Österreich
www.rtr.at

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

fürte im Wesentlichen aus, dass man die Einschätzung der Behörde teile. Grund für die vorgehaltenen Verfehlungen seien Fehleinschätzungen und Nachlässigkeit aufgrund von interner Reorganisation von diversen Aufgabengebieten.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

2.1. Zur Mediendienstanbieterin

Die Canal+ Austria GmbH ist eine zu FN 563090z eingetragene Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Wien.

Sie ist aufgrund ihrer Anzeige vom 24.04.2022, protokolliert zu KOA 1.950/22-072, als Anbieterin des audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf „Canal+“ registriert. Der Inhalt dieses Abrufdienstes ist eine Mischung aus Serien, Spielfilmen und weiteren Inhalten wie Dokumentationen, Kabarettmitschnitten oder Theateraufzeichnungen. Der Fokus liegt auf hochwertigen europäischen Produktionen, die dem österreichischen Publikum noch nicht bekannt sind, aber auch auf in Österreich für das einheimische Publikum produzierten Inhalten.

Die Canal+ Austria GmbH war im Ausstrahlungszeitpunkt aufgrund ihrer Anzeige vom 15.11.2021, protokolliert zu KOA 1.950/21-188, Veranstalterin des Kabelfernsehprogramms „Canal+ First Kabel“. Dieses Fernsehprogramm richtete sich an eine Zuschauergruppe im Alter von über 25 Jahren, der ein österreichisches Fernsehangebot unterbreitet wurde, welches nach den aktuellen Bedürfnissen und Interessen dieser Generation gestaltet war.

Zudem war sie aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 01.02.2022, KOA 2.135/22-001, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des Satellitenfernsehprogramms „Canal+ First“.

Mit 30.06.2024 hat die Canal+ Austria GmbH das Kabelfernsehprogramm eingestellt und ihre Zulassung zurückgelegt (siehe dazu KOA 2.300/24-017).

2.2. Zur gegenständlichen Sendung

Am 31.10.2023 wurde im Fernsehprogramm „Canal+ First Kabel“ der Canal+ Austria GmbH um ca. 19:19:35 Uhr ein von einem männlichen Sprecher aus dem Off gesprochener Programmhinweis für die Sendung „*Max Verstappen – Anatomie eines Champions*“ am 01.11.2023 um 20:15 Uhr ausgestrahlt.

Auf diesen folgt um ca. 19:20:57 Uhr ein Sponsorhinweis. Dabei führt derselbe Sprecher, der bereits den vorhergehenden Programmhinweis gesprochen hat, aus: „*Max Verstappen – Anatomie eines Champions, die dreiteilige Doku auf ‚Canal+ First‘ wird präsentiert von ‚Quoker‘, der Wasserhahn, der alles kann.*“

Zu Beginn dieses Sponsorhinweises ist zu einem Trommelintro eine Metallkonstruktion vor rotem Hintergrund im Bild zu sehen (siehe Abbildung 1).



Abbildung 1: Beginn des Sponsorhinweises für „Quooker“

Um ca. 19:21:00 Uhr und damit knapp drei Sekunden nach Beginn des Sponsorhinweises wird im Bild das Wort „Werbung“ in der linken unteren Ecke des Bildes eingeblendet, sowie die Marke des beworbenen Produktes „Quooker“ in der rechten oberen Ecke. Im Bild wird die vielfältige Funktionsweise des Wasserhahns dargestellt und mit Einblendungen hervorgehoben (etwa: „100°C kochendes“ – „gekühltes prickelndes“).

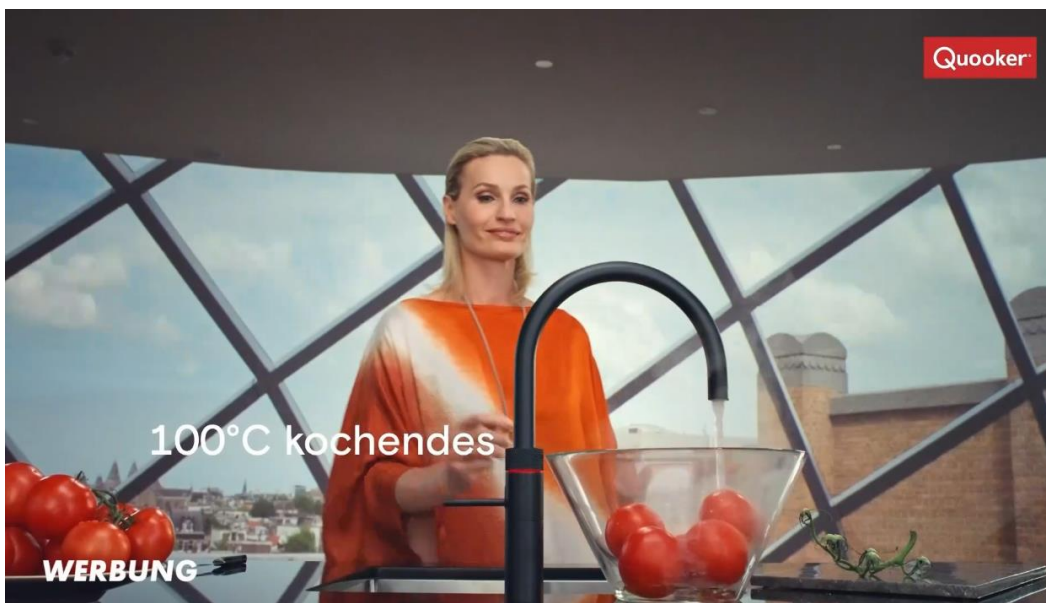


Abbildung 2: Einblendungen „Werbung“ und „Quooker“ während des Sponsorhinweises

Die Einblendung „Werbung“ ist bis ca. 19:21:08 Uhr zu sehen. Der Sponsorhinweis endet um ca. 19:21:10 Uhr mit der Einblendung „Quooker. Mehr Infos auf quooker.at“ (siehe Abbildung 3).



Abbildung 3: Einblendung am Ende des Sponsorhinweises von „Quooker“

Unmittelbar anschließend folgt ein Programmhinweis.

Der Sponsorhinweis wird in gleicher Weise von ca. 19:48:57 Uhr bis ca. 19:49:10 Uhr wiederholt.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zur Mediendienstanbieterin ergeben sich aus den angeführten Akten der KommAustria sowie aus dem offenen Firmenbuch.

Die Feststellungen zu deren Tätigkeiten als Anbieterin von audiovisuellen Mediendiensten ergeben sich aus den angeführten Akten der KommAustria.

Die Feststellungen zum Ablauf der im Fernsehprogramm „Canal+ First Kabel“ am 31.10.2023 ausgestrahlten Inhalte ergeben sich aus der Einsichtnahme in die von der Mediendienstanbieterin vorgelegten Aufzeichnungen.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit und Verfahren

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria unter anderem 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 dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber in monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern und Mediendienstanbietern Auswertungen von Sendungen, 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 Aufzeichnungen der am 31.10.2023 im Fernsehprogramm „Canal+ First Kabel“ der Canal+ Austria GmbH von 18:00 bis 20:00 Uhr ausgestrahlten Sendungen war ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 AMD-G einzuleiten und der Veranstalterin Gelegenheit zur Stellungnahme einzuräumen.

Gemäß § 62 Abs. 1 AMD-G besteht die Entscheidung der KommAustria in der Feststellung, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung dieses Bundesgesetzes verletzt worden ist. Vor diesem Hintergrund ist der Beurteilung jene Fassung des AMD-G zugrunde gelegt, die zum Zeitpunkt des die Rechtsverletzung begründenden Sachverhaltes in Geltung stand, demnach die Fassung BGBl. I Nr. 83/2023.

4.2. Feststellung von Rechtsverletzungen

4.2.1. Rechtsrahmen

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

„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;

[...]

30. Sendung: 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 Mediendiensteanbieter erstellten Sendepans oder Katalogs ist;

[...]

32. Sponsoring: jeder Beitrag von nicht im Bereich des Anbietens von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern;

[...]

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);

[...].“

§ 37 AMD-G lautet auszugsweise:

„Sponsoring

§ 37. (1) Gesponserte audiovisuelle Mediendienste oder Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:

[...]

2. Sie sind durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen, eindeutig als gesponsert zu kennzeichnen, bei Sendungen insbesondere an ihrem Anfang oder an ihrem Ende durch eine An- oder Absage.

[...].“

§ 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.

[...].“

4.2.2. Zu den Verletzungen des Trennungsgebots (§ 43 Abs. 2 AMD-G)

1. Bei den Sponsorhinweisen von „Quooker“ für die Sendung „Max Verstappen – Anatomie eines Champions“ handelt es sich um Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G. Diese ist nach § 43 Abs. 2 AMD-G von den anderen Programmteilen eindeutig zu trennen. Durch die Einblendung des Schriftzugs „Werbung“ erst während derselben wird diesem Erfordernis nicht Rechnung getragen. Daher wird durch die Ausstrahlung der Werbespots für „Quooker“ um ca. 19:20:57 Uhr und um ca. 19:48:57 Uhr gegen diese Bestimmung verstoßen.

2. Bei dem gegenständlichen Hinweis handelt es sich, wie sich bereits aus seinem Wortlaut ergibt („*Max Verstappen – Anatomie eines Champions, die dreiteilige Doku auf ‚Canal+ First‘ wird präsentiert von ‚Quooker‘, der Wasserhahn, der alles kann.*“), um einen Sponsorhinweis im Sinne des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G („*Gesponserte [...] Sendungen [...] sind durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen, eindeutig als gesponsert zu kennzeichnen*“).

3. Die gesponserte Sendung „*Max Verstappen – Anatomie eines Champions*“ wird (erst) am folgenden Tag, dem 01.11.2023, ausgestrahlt.

Nach dem Urteil des Gerichtshofs der Europäischen Union (EuGH) in der Rechtssache C-314/14, *Sanoma Media Finland Oy*, fallen ausschließlich am Beginn, während oder am Ende der gesponserten Sendung ausgestrahlte Hinweise unter den Tatbestand der „Sponsorhinweise“ im Sinne des Art. 23 Abs. 2 der Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste), ABl. L 95 vom 15.04.2010 (AVMD-RL). Alle an anderen Stellen des Programms ausgestrahlten Hinweise auf Sponsoren von Sendungen fallen demgegenüber unter den Begriff der Werbung. Daraus ergibt sich, dass solche Hinweise abseits der gesponserten Sendung auch den sonstigen Anforderungen an die Werbung zu genügen haben, insbesondere also dem Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot nach Art. 19 Abs. 1 AVMD-RL; dies unabhängig von der Frage, ob eine „werbliche Gestaltung“ (etwa in Form verkaufsfördernder Aussagen) vorliegt, oder sich der Hinweis in einer neutralen Nennung des Sponsors bzw. der Einblendung eines Logos erschöpft (vgl. Bundesverwaltungsgericht [BVwG] 21.12.2018, W219 2135500-1/10E).

Damit handelt es sich bei dem gegenständlichen Sponsorhinweis um Werbung im Sinne des § 2 Z 40 AMD-G, und zwar unabhängig davon, ob dieser werblich gestaltet ist.

Im Übrigen liegt nach Ansicht der KommAustria auch eine werbliche Gestaltung vor, und zwar schon alleine aufgrund der eine besondere Eigenschaft des dargestellten Produktes hervorhebenden Formulierung „*der Wasserhahn, der alles kann.*“ Für die Qualifikation einer Äußerung als Werbung ist nämlich entscheidend, ob die gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung bzw. für ein eigenes Produkt des Rundfunkveranstalters gesendete Äußerung bzw. Darstellung insgesamt geeignet ist, das bislang uninformierte oder unentschlossene Publikum für den Erwerb dieses Produkts zu gewinnen, sodass auch auf das Ziel der Darstellung, nämlich den Absatz dieser Produkte zu fördern, geschlossen werden kann (vgl. VwGH 18.09.2013, 2012/03/0162, 12.12.2007, 2005/04/0244; 14.11.2007, 2005/04/0167), was bei dieser Aussage nach Ansicht der KommAustria jedenfalls zutrifft.

Die Canal+ Austria GmbH ist dieser Ansicht im gegenständlichen Verfahren nicht entgegengetreten. Dies entspricht ihrer Vorgehensweise, während des Werbespots den Schriftzug „Werbung“ einzublenden (siehe Abbildung 2).

4. Nach der ständigen Rechtsprechung unterliegen werblich gestaltete An- oder Absagen von gesponserten Sendungen (Sponsorhinweise) den Anforderungen an Werbung, insbesondere dem Trennungsgebot (vgl. für viele VwGH 14.11.2007, 2005/04/0180). Sie sind in ihrer Gesamtheit

vom redaktionellen Programm durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig im Sinne des § 43 Abs. 2 AMD-G zu trennen.

Bei der Wahl der zur Trennung verwendeten Mittel besteht Gestaltungsspielraum, solange gewährleistet ist, dass für einen durchschnittlich aufmerksamen Konsumenten jeder Zweifel ausgeschlossen ist, ob nach einem bestimmten Trennelement Werbung oder redaktionelles Programm folgt (BKS 10.12.2007, 611.001/0012-BKS/2007). Um diese Zweifel auszuschließen, besteht allerdings keine Möglichkeit, Werbung durch andere Gestaltungselemente als optische oder akustische von anderen Programmteilen zu trennen. Es genügt nicht, wenn der Werbespot (bloß) durch seinen Inhalt und seine Aufmachung vom redaktionellen Teil abgegrenzt ist (VwGH 14.11.2007, 2005/04/0152). Ebenso gereicht die dauernde Einblendung des Wortes „Werbung“ im Bild während eines Spots nicht zur gesetzeskonformen Trennung, da dadurch zwar die Erkennbarkeit gewährleistet wird, jedoch keine eindeutige akustische oder optische Trennung stattfindet (vgl. VwGH 26.07.2007, 2005/04/0153).

5. Gegenständlich fehlt damit nach der dargestellten Rechtsprechung bereits aus diesem Grund (keine eindeutige Trennung durch Einblendung des Schriftzugs „Werbung“ während eines Werbespots) eine im Sinne des § 43 Abs. 2 AMD-G eindeutige Trennung zu Beginn und am Ende der beiden Werbespots für „Quooker“. Dem ist die Canal+ GmbH im gegenständlichen Verfahren ebenfalls nicht entgegengetreten.

Im Übrigen erfolgt gegenständlich die Einblendung des Schriftzugs „Werbung“ – würde man diesem entgegen der dargestellten Rechtsprechung grundsätzlich die Eignung zur eindeutigen Trennung zugestehen – erst drei Sekunden nach Beginn der Werbespots und endet bereits zwei Sekunden vor deren Ende, weshalb auch aus diesem Grund keine eindeutige Trennung zu Beginn und am Ende der Werbespots vorläge.

6. Da demnach keine eindeutige Trennung der beiden von ca. 19:20:57 bis ca. 19:21:10 Uhr und von ca. 19:48:57 bis ca. 19:49:10 Uhr ausgestrahlten werblichen Sponsorhinweise für „Quooker“ an deren Anfang und Ende erfolgte, wurde dadurch jeweils die Bestimmung des § 43 Abs. 2 AMD-G verletzt (vgl. Spruchpunkt a. und b.).

4.3. Unterbleiben der Veröffentlichung

Nach § 62 Abs. 3 AMD-G kann die Regulierungsbehörde auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung erkennen und dem Rundfunkunternehmer oder Mediendiensteanbieter 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 Mediendiensteanbieters 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.

Die Canal+ Austria GmbH hat die Verbreitung ihres Fernsehprogramms „Canal+ First Kabel“ und ihres Satellitenfernsehprogramms „Canal+ First“ am 30.06.2024 eingestellt. Der von ihr weiterhin angebotene Abrufdienst „Canal+“ richtet sich, da dieser vor allem europäische Inhalte für ein österreichisches Publikum ohne spezifische Ausrichtung auf eine bestimmte Altersgruppe zum Abruf bereitstellt, an einen anderen Personenkreis.

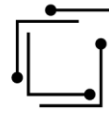
Vor diesem Hintergrund war ein „*contrarius actus*“ im Sinne der Veröffentlichung im gegenständlichen Programm – bzw. allenfalls in einem vergleichbaren Programm der Mediendienstanbieterin – nicht mehr möglich und hatte daher die Anordnung der Veröffentlichung zu unterbleiben (vgl. dazu den Bescheid der KommAustria vom 14.08.2013, KOA 1.467/13-015).

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 Österreich (IBAN: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 1.965/24-033“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Bei elektronischer Überweisung der Beschwerdegebühr mit der „Finanzamtzahlung“ 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.



KommAustria
Kommunikationsbehörde Austria

Wien, am 29. Oktober 2024

Kommunikationsbehörde Austria

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