



# Bescheid

## I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und Mediendienstanbieter gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 und 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 190/2021, iVm § 60, § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 190/2021, fest, dass die Red Bull Media House GmbH (FN 297115i) am 28.03.2021 von 15:30 bis 18:45 Uhr im Fernsehprogramm „Servus TV“ die Bestimmung des § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G verletzt hat, indem die in der Sendung „Grand Prix – Der große Preis von Bahrain“ enthaltene Produktplatzierung zu Sendungsbeginn und jeweils bei Fortsetzung der Sendung nach Werbeunterbrechungen um ca. 15:53:56 Uhr, ca. 16:19:47 Uhr, ca. 16:58:51 Uhr, ca. 17:29:28 Uhr, ca. 18:09:42 Uhr und ca. 18:41:51 Uhr nicht entsprechend gekennzeichnet wurde.
2. Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Der Red Bull Media House GmbH wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung im Fernsehprogramm „Servus TV“ an einem Sonntag zwischen 15:30 und 18:45 Uhr in folgender Weise durch Verlesung und Einblendung des Texts im Bild zu veröffentlichen:

*„Die Kommunikationsbehörde Austria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und audiovisuelle Mediendienstanbieter Folgendes festgestellt:*

*Am 28.03.2021 wurde im Fernsehprogramm Servus TV die Sendung „Grand Prix – Der große Preis von Bahrain“ ausgestrahlt. Die darin enthaltene Produktplatzierung wurde nicht ordnungsgemäß zu Sendungsbeginn und nach den während der Sendung erfolgten Werbeunterbrechungen gekennzeichnet. Dadurch wurde gegen die Bestimmungen des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes verstoßen.“*

3. Der Red Bull Media House GmbH wird gemäß § 29 Abs. 1 AMD-G aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln.

## **II. Begründung**

### **1. Gang des Verfahrens**

Mit Schreiben vom 29.03.2021 wurde die Red Bull Media House GmbH aufgefordert, Aufzeichnungen der Sendung „Grand Prix – Der große Preis von Bahrain“ vom 28.03.2021 von 15:30 bis 18:45 Uhr vorzulegen.

Mit Schreiben vom 02.04.2021 kam die Red Bull Media House GmbH der Aufforderung nach und übermittelte einen Link zum Download der gegenständlichen Sendung.

Mit Schreiben vom 23.04.2021 leitete die KommAustria gegen die Red Bull Media House GmbH ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen wegen des Verdachts von Verletzungen der Bestimmung des § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G ein. Der Red Bull Media House GmbH wurde dabei die Möglichkeit zur Stellungnahme eingeräumt.

Mit Schreiben vom 12.05.2021 nahm die Red Bull Media House GmbH zu den vermuteten Rechtsverletzungen Stellung und führte aus, dass die gegenständliche Übertragung tatsächlich keine Kennzeichnungen gemäß § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G enthalten habe.

### **2. Sachverhalt**

Aufgrund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

#### **2.1. Zur Mediendiensteanbieterin**

Die Red Bull Media House GmbH ist eine zur Firmenbuchnummer FN 297115i eingetragene Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Wals bei Salzburg.

Sie ist auf Grund des Bescheides der KommAustria vom 10.04.2013, KOA 4.455/13-003, zuletzt geändert mit Bescheid der KommAustria vom 18.03.2019, KOA 4.425/19-002, Zulassungsinhaberin für das Fernsehprogramm „Servus TV“.

#### **2.2. Zur gegenständlichen Sendung**

Im Programm „Servus TV“ der Red Bull Media House GmbH wurde am 28.03.2021 von 15:30 bis 18:45 Uhr die Sendung „Grand Prix – Der große Preis von Bahrain“ ausgestrahlt.

Zu Beginn wird ein überleitendes Element ausgestrahlt („Sport live“) und es beginnt der Vorspann der Sendung. Dieser Vorspann endet um ca. 15:30:50 Uhr und geht nahtlos in die Sendung „Grand Prix – Der große Preis von Bahrain“ über. Es folgen Bilder, die den Veranstaltungsort Bahrain und die dortige Grand-Prix-Strecke sowie deren Umfeld zeigen.

Weder während der Einblendung des „Sport live“-Elements noch während des Vorspanns noch während der Bildersequenz von Bahrain und der Grand-Prix-Strecke wird ein Hinweis auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung ausgestrahlt.

Um ca. 15:31:20 Uhr wird ins Studio zu Moderator Andi Gröbl und dem Co-Moderator und ehemaligen Rennfahrer Nico Hülkenberg gewechselt. Dabei ist im Vordergrund für einige Sekunden eine – wohl computergenerierte – originalgetreue Abbildung des Formel-1-Rennwagens von „Red Bull Racing“ mit den entsprechenden Logos zu sehen (siehe Abbildung 1). Die Kamera schwenkt über diese Abbildung zu den beiden zunächst im Hintergrund befindlichen Moderatoren, die mit der Moderation beginnen.



**Abbildung 1: Einblendung Rennwagen „Red Bull Racing“ mit Logos um ca. 15:31:24 Uhr**

In ähnlicher Weise werden um ca. 15:38:03 Uhr und ca. 15:39:30 Uhr Abbildungen der Rennwägen von „Mercedes“ und „Aston Martin“, um ca. 15:42:05 Uhr und ca. 16:01:38 Uhr eine Abbildung des Rennwagens von „Scuderia AlphaTauri“, um ca. 16:06:10 Uhr und ca. 16:10:25 Uhr Abbildungen der Rennwägen von „Scuderia AlphaTauri“ und „Red Bull Racing“ und um ca. 16:15:11 Uhr eine Abbildung des Rennwagens von „Aston Martin“ eingeblendet.

Um ca. 15:31:38 Uhr beginnt die Moderation vor Ort in Bahrain mit der Moderatorin Andrea Schlager und dem Experten Christian Klien. Auf diese folgt um ca. 15:34:26 Uhr ein Wechsel zum am selben Tag in Doha stattfindenden Rennen der MotoGP-Serie. Dabei spricht die Moderatorin Eve Scheer mit dem Experten Alex Hofmann. Während dieses Interviews sind auf der Kleidung Hofmanns zahlreiche Logos sichtbar:



**Abbildung 2: Moderation Eve Scheer und Alex Hofmann (mit Logos) um ca. 15:34:36 Uhr**

In ähnlicher Weise sind während des um ca. 15:48:40 Uhr ausgestrahlten Interviews mit dem ehemaligen Formel-1-Rennfahrer Gerhard Berger, des um ca. 15:56:41 Uhr ausgestrahlten Interviews mit Rennfahrer Mick Schumacher und des um ca. 16:10:32 Uhr ausgestrahlten Interviews mit Red-Bull-Motorsportberater Dr. Helmut Marko auf der Kleidung der interviewten Personen verschiedene Logos gut sichtbar platziert. Dasselbe gilt auch für die beiden um ca. 16:35:35 und ca. 16:38:46 Uhr im Split Screen geführten Interviews mit Mercedes-Teamchef Toto Wolff und Rennfahrer Max Verstappen.

Die Sendung „Grand Prix – Der große Preis von Bahrain“ wird um ca. 15:52:09 Uhr, ca. 16:17:15 Uhr, ca. 16:58:35 Uhr, ca. 17:28:22 Uhr, ca. 18:08:41 und ca. 18:41:38 Uhr durch Werbung unterbrochen. Bei der Fortsetzung der Sendung nach diesen Unterbrechungen um ca. 15:53:56 Uhr, ca. 16:19:47 Uhr, ca. 16:58:51 Uhr, ca. 17:29:28 Uhr, ca. 18:09:42 Uhr und ca. 18:41:51 Uhr finden sich keine Hinweise auf die in der Sendung enthaltene Produktplatzierung.

### **3. Beweismwürdigung**

Die Feststellungen zur Red Bull Media House GmbH und zu deren Zulassung ergeben sich aus den zitierten Bescheiden der KommAustria, den zugrundeliegenden Akten sowie dem offenen Firmenbuch.

Die Feststellungen zum Ablauf der im Fernsehprogramm „Servus TV“ am 28.03.2021 von 15:30 bis 18:45 Uhr ausgestrahlten Inhalte gründen sich auf die vorgelegten Aufzeichnungen. Diese wurden von der Red Bull Media House GmbH auch nicht bestritten.

## **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 28.03.2021 von 15:30 bis 18:45 Uhr ausgestrahlten Inhalte war ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG iVm § 62 AMD-G einzuleiten und der Red Bull Media House GmbH Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben.

### **4.2. Rechtsgrundlagen**

§ 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 oder im Fall der lit. a auch einem nutzergenerierten Video 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;*

*[...]*

*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 oder eines nutzergenerierten Videos erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung, sofern diese von unbedeutendem Wert sind;*

[...].“

§ 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:*

[...]

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.*

(...)“.

### **4.3. Verstoß gegen § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G**

1. Bei der Sendung „Grand Prix – Der große Preis von Bahrain“ handelt es sich um eine Sendung, in der zulässigerweise Produktplatzierungen erfolgt sind, die allerdings nicht nach den Bestimmungen des § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G zu Sendungsbeginn und bei Fortsetzung der Sendung nach den Werbeunterbrechungen um ca. 15:53:56 Uhr, ca. 16:19:47 Uhr, ca. 16:58:51 Uhr, ca. 17:29:28 Uhr, ca. 18:09:42 Uhr und ca. 18:41:51 Uhr entsprechend gekennzeichnet wurden.

2. Bei der Produktplatzierung (vgl. die Definition in § 2 Z 27 AMD-G) werden der Name, die Marke, die Leistung, die Waren usw. eines Unternehmens gefördert, wobei es um deren werbewirksame Einbeziehung (Platzierung) in einer Sendung geht; eine Zurschaustellung erfolgt (erst) dann werbewirksam, wenn dem durchschnittlich informierten und aufmerksamen Konsumenten das präsentierte Produkt als Marke bekannt ist (vgl. VwGH 08.10.2010, 2006/04/0089; 26.07.2007, 2005/04/0153).

Weitere Voraussetzung für das Vorliegen von Produktplatzierung ist die Entgeltlichkeit, dass also irgendjemand irgendwann an irgendjemanden irgendein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung für die Erwähnung oder Darstellung geleistet hat (vgl. *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetz<sup>4</sup>, 446). Auf die Höhe des Entgelts kommt es für die Qualifikation als Produktplatzierung nicht an. Vor dem Hintergrund der ständigen Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes (VwGH) ist davon auszugehen, dass das Vorliegen der Entgeltlichkeit gemäß § 2 Z 27 AMD-G an einem objektiven Maßstab zu messen ist. Für die Beurteilung des Merkmals der Entgeltlichkeit bei einer Produktplatzierung ist daher von einem üblichen Maßstab und dem üblichen Verkehrsgebrauch und nicht von einem tatsächlich geleisteten Entgelt auszugehen (vgl. zum ORF-G VwGH 21.10.2011, 2009/03/0173, 28.02.2014, 2012/03/0019).

Damit ist es für die Beurteilung, ob eine Produktplatzierung vorliegt, nicht maßgeblich, ob der Fernsehveranstalter überhaupt ein Entgelt erhält oder ob ein Entgelt gegebenenfalls lediglich einem Dritten zukommt. Auch das Akzeptieren von auf entgeltlichen Vereinbarungen zwischen Dritten beruhenden Logo-Präsentationen in Fernsehsendungen begründet demnach die Entgeltlichkeit der Produktplatzierung (vgl. wiederum zum ORF-G VwGH 28.02.2014, Zl. 2012/03/0019).

3. Seit der AMD-G-Novelle 2020, BGBl I. Nr. 150/2020, ist Produktplatzierung nach § 38 Abs. 1 AMD-G grundsätzlich zulässig, sofern nicht eine der in diesem Absatz angeführten Ausnahmen vorliegt. Dies ist gegenständlich nicht der Fall: Bei der im Beobachtungszeitraum ausgestrahlten Sendung „Grand Prix – Der große Preis von Bahrain“ handelt es sich um eine von diesen Ausnahmen nicht erfasste Übertragung einer Sportveranstaltung.

4. Gegenständlich kommen Produktplatzierungen in zwei Konstellationen vor: Erstens als Logos auf den als Requisiten im Studio eingeblendeten Formel-1-Rennwägen, und zweitens als Logos auf der Kleidung von Experten und Interviewpartnern. Die Logos auf den Rennwägen sind dabei um ca. 15:31:24 Uhr, ca. 15:38:03 Uhr, ca. 15:39:30 Uhr, ca. 15:42:05 Uhr, ca. 16:01:38 Uhr, ca. 16:06:10 Uhr, ca. 16:10:25 Uhr und ca. 16:15:11 Uhr jeweils für mehrere Sekunden deutlich sichtbar und erkennbar. Dies gilt auch für die Logos auf den Kleidungsstücken von Alex Hofmann um ca. 15:34:36 Uhr, von Gerhard Berger um ca. 15:48:40 Uhr, von Mick Schumacher um ca. 15:56:41 Uhr, von Dr. Helmut Marko um ca. 16:10:32 Uhr, von Toto Wolff um ca. 16:35:35 Uhr und von Max Verstappen um ca. 16:38:46 Uhr.

Bei all diesen abgebildeten Logos und Marken handelt es sich um solche, die der durchschnittlichen Zuseherin und dem durchschnittlichen Zuseher bekannt sind.

Nach ständiger Rechtsprechung werden bekannte Logos, die auf der Bekleidung von Moderatoren und Interviewpartnern angebracht sind, durch die Moderations- oder Interviewsituation in die Handlung der Sendung einbezogen und „erscheinen“ damit innerhalb dieser im Sinne des § 2 Z 27 AMD-G (vgl. zum ORF-G BVwG 24.10.2018, W120 2119111-1/8E, bestätigt durch VwGH 06.03.2019, Ra 2018/03/0138 mwN). Dasselbe gilt für die Logos auf den als (computergenerierte) Requisiten verwendeten Formel-1-Rennwägen (vgl. *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetz<sup>4</sup>, 447). Diese werden gegenständlich insbesondere durch die (immer gleiche) Art der Darstellung – Schaltung ins Studio, im Vordergrund dabei der logobedeckte Rennwagen, Schwenk über den Rennwagen auf die Moderatoren – in die Sendung einbezogen. Damit ist die Einbeziehung noch stärker als bei Logowänden, die nach ständiger Rechtsprechung unzweifelhaft als Produktplatzierungen zu qualifizieren sind (vgl. zum ORF-G VwGH 28.02.2014, 2012/03/0019).

Nach Ansicht der KommAustria ist daher für alle angeführten Logopräsentationen das Tatbestandsmerkmal der Einbeziehung in die Sendung, durch die mittelbar der Absatz der entsprechenden Produkte gefördert werden soll, erfüllt (vgl. VwGH 08.10.2010, 2006/04/0089; 11.10.2007, 2005/04/0294; 26.07.2007, 2005/04/0153).

Diese werbewirksame Zurschaustellung bekannter Marken erfolgt auch gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung.

In diesem Zusammenhang ist zunächst hinsichtlich des Tragens von bekannten Logos auf der Bekleidung in Fernsehsendungen festzuhalten, dass dieses regelmäßig einen kommerziellen

Hintergrund hat, da nicht anzunehmen ist, dass eine derartige werbewirksame Zurschaustellung eines Logos auf Freiwilligkeit seitens des Logoträgenden basiert. Demnach erfolgt eine solche Logopräsentation „nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt“ (vgl. zum ORF-G VwGH 28.02.2014, 2012/03/0019). Dass das Entgelt dabei regelmäßig an den Logoträgenden und nicht an den Fernsehveranstalter geleistet wird, schadet nicht: Nach der ständigen Rechtsprechung ist das Tatbestandsmerkmal der Entgeltlichkeit einer Produktplatzierung auch dann erfüllt, wenn der Fernsehveranstalter Logopräsentationen, die auf entgeltlichen Vereinbarungen zwischen Dritten beruhen, „akzeptiert“, also ausstrahlt (vgl. wiederum VwGH 28.02.2014, 2012/03/0019).

Dies gilt in gleicher Weise auch für die Sponsorenlogos auf den als Requisite dienenden Formel-I-Rennwägen: Die Anbringung der Logos auf diesen Rennwägen erfolgt nach dem Verständnis der KommAustria aufgrund einer entgeltlichen Vereinbarung zwischen dem Sponsor und dem Formel-I-Rennstall. Indem der Fernsehveranstalter einen solchen Rennwagen samt Logos „originalgetreu“ in eine Sendung einbezieht, „akzeptiert“ er diese auf dieser Vereinbarung beruhenden Logo-Präsentationen.

5. Zulässige Produktplatzierungen sind nach § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G sowohl am Anfang als auch am Ende der Sendung sowie nach einer Werbeunterbrechung eindeutig zu kennzeichnen ist. Eine solche Kennzeichnung wurde am Beginn der Sendung und nach den erfolgten Werbeunterbrechungen um ca. 15:53:56 Uhr, ca. 16:19:47 Uhr, ca. 16:58:51 Uhr, ca. 17:29:28 Uhr, ca. 18:09:42 Uhr und ca. 18:41:51 Uhr nicht gesetzt. Dies gesteht die Red Bull Media House GmbH auch zu.

6. Es war daher festzustellen, dass durch das Unterlassen eines Hinweises auf die in der Sendung „Grand Prix – Der große Preis von Bahrain“ enthaltene Produktplatzierung am Beginn der Sendung um ca. 15:30 Uhr und nach den Werbeunterbrechungen um ca. 15:53:56 Uhr, ca. 16:19:47 Uhr, ca. 16:58:51 Uhr, ca. 17:29:28 Uhr, ca. 18:09:42 Uhr und ca. 18:41:51 Uhr die Bestimmung des § 38 Abs. 2 Z 4 AMD-G verletzt wurde (Spruchpunkt 1.).

#### **4.4. Zur Veröffentlichung der Entscheidung (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 Red Bull Media House GmbH auf, diese binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung gemäß Spruchpunkt 2. im Fernsehprogramm „Servus TV“ an einem Sonntag zwischen 15:30 bis 18:45 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 2.250/21-027“, 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 30. Dezember 2021

**Kommunikationsbehörde Austria**

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