



# Bescheid

## I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk (ORF) gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 90/2024, iVm mit §§ 35, 36 und 37 ORF-Gesetz (ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 112/2023, fest, dass der ORF in den am 01.01.2024 im Fernsehprogramm „ORF 1“ ausgestrahlten Sendungen die Bestimmung des § 14 Abs. 1 zweiter Satz ORF-G dadurch verletzt hat, dass er
  - a. von ca. 00:01:21 bis ca. 00:01:26 Uhr Werbung für „Juwelier Wagner, Wien“ ausgestrahlt hat, ohne diese an ihrem Beginn eindeutig vom vorhergehenden und an ihrem Ende eindeutig vom nachfolgenden redaktionellen Programm zu trennen, und
  - b. von ca. 00:12:26 Uhr bis ca. 00:13:56 Uhr einen Werbeblock ausgestrahlt hat, ohne diesen an seinem Ende eindeutig vom nachfolgenden redaktionellen Programm zu trennen.
2. Die KommAustria erkennt gemäß § 37 Abs. 4 ORF-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Dem ORF wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung im Fernsehprogramm „ORF 1“ an einem Werktag zwischen 21:30 und 00:15 Uhr in folgender Weise durch Verlesung und Einblendung des Textes zu veröffentlichen:

*„Die Kommunikationsbehörde Austria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über den ORF Folgendes festgestellt:*

*Am 01.01.2024 wurde im Fernsehprogramm „ORF 1“ kurz nach 00:00 Uhr in zwei Fällen Werbung ausgestrahlt, ohne dass diese an ihrem Beginn und Ende bzw. an ihrem Ende vom redaktionellen Programm getrennt wurde. Dadurch wurde gegen das Gebot der eindeutigen Trennung von Werbung und redaktionellem Programm nach dem ORF-Gesetz verstoßen.“*

3. Dem ORF wird gemäß § 36 Abs. 4 ORF-G aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln.

## II. Begründung

### 1. Gang des Verfahrens

Im Zuge der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG der KommAustria obliegenden Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-G sowie der werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und 18 ORF-G durch den ORF und seine Tochtergesellschaften wurden unter anderem Auswertungen der im Fernsehprogramm „ORF 1“ von 31.12.2023, 21:30 Uhr, bis 01.01.2024, 00:15 Uhr, ausgestrahlten Sendungen vorgenommen.

Aufgrund des begründeten Verdachts von Verletzungen der Bestimmung des § 14 Abs. 1 zweiter Satz ORF-G wurde von der KommAustria mit Schreiben vom 23.01.2024 ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen eingeleitet und der ORF zur Stellungnahme aufgefordert.

Mit Schreiben vom 12.02.2024 nahm der ORF Stellung und führte im Wesentlichen aus, die KommAustria irre, wenn sie in der gegenständlichen Formulierung des Sponsorhinweises keinen eindeutigen Sendungsbezug erkennen könne. Das vorliegende Standard-Sponsoring sei als „Klammer“ verkauft worden, die aus einem Opener und einem Closer bestehe und durch die Formulierung eindeutig sei. Durch den Opener: „*Gute Unterhaltung wünscht*“ (Gegenwartsform); und den Closer: „*Diese Sendung wurde Ihnen präsentiert von*“ (Vergangenheitsform) bestehe durch die grammatikalische Umsetzung eine eindeutige Bezugnahme auf die Sendung. Da ein Sponsorhinweis gemäß § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G vorliege, sei § 14 Abs. 1 zweiter Satz ORF-G nicht verletzt.

### 2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

Am 01.01.2024 wird am Ende eines Werbeblocks um ca. 00:00:03 Uhr die Signation des Programms „ORF 1“ eingespielt und es folgt um ca. 00:00:06 Uhr die Übertragung des Läutens der „Pummerin“-Glocke des Wiener Stephansdoms sowie ab um 00:00:45 Uhr die Übertragung des Silvester-Feuerwerks mit Blick auf den Stephansdom. Um ca. 00:00:48 Uhr wird während des Feuerwerks von einem Sprecher aus dem Off ausgeführt und im Bild eingeblendet: „*Der ORF wünscht Ihnen ein schönes neues Jahr*“. Die Übertragung des Feuerwerks endet um ca. 00:01:20 Uhr.

Unmittelbar anschließend wird um 00:01:21 Uhr ein Hinweis auf das Unternehmen „Juwelier Wagner Wien“ ausgestrahlt (siehe Abbildung 1). Dabei funkeln die drei abgebildeten Solitaire-Diamanten. Zu dieser Einblendung führt eine Sprecherin aus dem Off aus: „*Ein glückliches neues Jahr und gute Unterhaltung wünscht Ihnen ‚Juwelier Wagner‘, Wien*“. Der Hinweis endet um ca. 00:01:26 Uhr.



**Abbildung 1: Hinweis auf „Juwelier ‚Wagner Wien‘“ mit Solitaire-Ringen**

Nach diesem Hinweis folgen um ca. 00:01:27 Uhr leise Musik und ein grün-braunes Bild. Die Musik wird sodann als der „Donauwalzer“ von Johann Strauß Sohn erkennbar und das Bild als die Donau. Es folgen Bilder von Stift Melk und ein dort aufgeführtes Ballett zum „Donauwalzer“. Dieses endet um ca. 00:11:07 Uhr.

Unmittelbar anschließend um ca. 00:11:08 Uhr wird erneut der Hinweis auf das Unternehmen „Juwelier Wagner, Wien“ eingeblendet (siehe Abbildung 1). Diesmal führt die Sprecherin aus: „Diese Sendung wurde Ihnen präsentiert von ‚Juwelier Wagner‘, Wien“.

2. Um ca. 00:12:26 Uhr beginnt nach einem Trennmittel ein Werbeblock. Um ca. 00:13:56 Uhr sind unmittelbar anschließend an den letzten Spot dieses Blocks Bilder aus einem Backstage-Bereich zu sehen sowie der Rücken des Moderators Gerald Fleischhacker, der den Backstage-Bereich betritt und dazu ausführt: „Gleich geht’s los mit ‚Schluss mit lustig‘“ (siehe Abbildung 2).

(Abbildung 2: anonymisiert)

**Abbildung 2: Beginn Ankündigung „Schluss mit lustig“**

In der Folge spricht der Moderator kurz mit einigen der anwesenden Künstlerinnen und Künstlern über den kommenden Jahresrückblick. Darauf folgen unkommentierte Einspielungen von verschiedenen sportlichen, kulturellen und politischen Ereignissen des letzten Jahres. Mit diesen endet die Auswertung der Aufzeichnungen um 00:15 Uhr.

### **3. Beweiswürdigung**

Die Feststellungen zum Inhalt der am 01.01.2024 von 00:00 bis 00:15 Uhr im Fernsehprogramm „ORF 1“ ausgestrahlten Sendungen beruhen auf den amtswegig angefertigten Aufzeichnungen derselben.

## 4. Rechtliche Beurteilung

### 4.1. Zuständigkeit der Behörde

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria unter anderem die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-G („Kommerzielle Kommunikation“) sowie der werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und 18 ORF-G durch den ORF und seine Tochtergesellschaften. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber monatlichen Abständen Auswertungen von Sendungen und Mediendiensten, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen und binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung, jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen.

Im vorliegenden Fall hat die Auswertung der am 01.01.2024 von 00:00 bis 00:15 Uhr ausgestrahlten Sendungen den begründeten Verdacht von Verletzungen der Bestimmung des § 14 Abs. 1 zweiter Satz ORF-G ergeben, weshalb in weiterer Folge ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG iVm §§ 35, 36 und 37 ORF-G einzuleiten und dem ORF Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben war.

Die Entscheidung der KommAustria besteht gemäß § 37 Abs. 1 ORF-G in der Feststellung, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung dieses Bundesgesetzes verletzt worden ist. Vor diesem Hintergrund wird der Beurteilung daher jene Fassung des ORF-G zugrunde gelegt, die zum Zeitpunkt des die Rechtsverletzung begründenden Sachverhaltes in Geltung stand, demnach die Fassung BGBl. I Nr. 112/2023.

### 4.2. Rechtsgrundlagen

§ 1a ORF-G lautet auszugsweise:

#### *„Begriffsbestimmungen*

*§ 1a. Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet*

*[...]*

*5. „Sendung“*

*a) in Fernsehprogrammen und Abrufdiensten eine einzelne, unabhängig von ihrer Länge in sich geschlossene Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die im Fall eines Fernsehprogramms Bestandteil eines Sendeplans oder im Fall eines Abrufdienstes Bestandteil eines Katalogs ist; der Begriff schließt insbesondere Spielfilme, Videoclips, Sportberichte, Sitcoms, Dokumentationen, Nachrichten, Kunst- und Kultursendungen, Kindersendungen und Originalproduktionen ein;*

*[...]*

*8. „Fernseh- oder Hörfunkwerbung (Werbung)“*

*a) jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von*

*Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern oder*

*b) jede Äußerung zur Unterstützung einer Sache oder Idee, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung gesendet wird;*

*[...]*

*11. „Sponsoring“, wenn ein nicht im Bereich der Bereitstellung von audiovisuellen Mediendiensten, in der Produktion von audiovisuellen Werken oder von Hörfunkprogrammen oder -sendungen tätiges öffentliches oder privates Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung solcher Werke mit dem Ziel leistet, den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistungen des Unternehmens zu fördern.“*

§ 14 ORF-G lautet auszugsweise:

#### **„Fernseh- und Hörfunkwerbung, Werbezeiten**

**§ 14.** (1) *Werbung muss leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein. Sie ist durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen.*

*[...].“*

§ 17 ORF-G lautet auszugsweise:

#### **„Sponsoring**

**§ 17.** (1) *Gesponserte Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:*

*[...]*

*2. Sie sind durch den Namen oder das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen am Anfang oder am Ende eindeutig als gesponserte Sendung zu kennzeichnen (Sponsorhinweise). Sponsorhinweise während einer Sendung sind unzulässig. Das Verbot von Sponsorhinweisen während einer Sendung gilt nicht für die Einblendung von Hinweisen während der Übertragung von Veranstaltungen sowie während deren Wiederholung oder zeitversetzter Ausstrahlung, sofern der Österreichische Rundfunk und seine Tochtergesellschaften keinen Einfluss auf die Platzierung der Hinweise haben und hierfür weder unmittelbar noch mittelbar ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erhalten.*

*[...].“*

### **4.3. Verletzung des Trennungsgebots (§ 14 Abs. 1 zweiter Satz ORF-G)**

#### **4.3.1. Verletzung des Trennungsgebots durch Ausstrahlung eines Werbespots für „Juwelier Wagner Wien“**

Bei dem Hinweis auf das Unternehmen „Juwelier Wagner, Wien“ (siehe Abbildung 1) handelt es sich um Werbung im Sinne des § 1a Z 8 lit. a ORF-G. Diese ist nach § 14 Abs. 1 zweiter Satz ORF-G

von den anderen Programmteilen eindeutig zu trennen. Da weder vor diesem Werbespot um ca. 00:01:21 Uhr noch nach diesem um ca. 00:01:26 Uhr eine derartige Trennung erfolgt ist, wurde gegen diese Bestimmung verstoßen.

Dem um ca. 00:01:21 Uhr ausgestrahlten Hinweis „*Ein glückliches neues Jahr und gute Unterhaltung wünscht Ihnen ‚Juwelier Wagner‘ Wien*“ ist – anders als jenem am Ende der Sendung um ca. 00:11:08 Uhr („*Diese Sendung wurde Ihnen präsentiert von ‚Juwelier Wagner‘, Wien*“) – nicht zu entnehmen, dass es sich bei der nachfolgenden Sendung um eine gesponserte Sendung im Sinne des § 1a Z 11 iVm § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G handelt. Dies ergibt sich schon daraus, dass die durchschnittlich aufmerksame und informierte Zuseherin und der durchschnittlich aufmerksame und informierte Zuseher die Aufforderung „*gute Unterhaltung*“ – so sie bzw. er diese aufgrund der unmittelbar zuvor mit Bildern vom Läuten der „Pummerin“ und dem Feuerwerk aus der Wiener Innenstadt nicht ohnehin auf die Feier des Jahreswechsels an sich bezieht – nicht dahingehend versteht, dass jenes Unternehmen, das „*gute Unterhaltung*“ wünscht, auch einen Beitrag zur Finanzierung der nachfolgenden Sendung geleistet hat. Damit fehlt diesem Hinweis die von § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G geforderte Eindeutigkeit.

In Zusammenhang mit der Einblendung eines Logos als Sponsorhinweis hat der Verwaltungsgerichtshof (VwGH) in seinem Erkenntnis vom 26.02.2016, Ra 2015/03/0087, ausgesprochen, dass für das Vorliegen eines Sponsorhinweises zusätzlich zur Einblendung des Logos auch die Klarstellung erforderlich ist, dass die Sendung von eben jenem Unternehmen gesponsert wurde, dem das Logo zuzuordnen ist. Andernfalls wäre nämlich nicht eindeutig klargestellt, dass das gezeigte Logo die Sendung als gesponsert im Sinne des § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G kennzeichnet. Nichts anderes ist gegenständlich der Fall, wenn, statt auf eine bestimmte Sendung Bezug zu nehmen, allgemein und damit ohne erkennbaren konkreten Sendungsbezug – und wie in jedem Werbespot möglich, insbesondere dann, wenn dieser wie gegenständlich unmittelbar vor einer Sendung ausgestrahlt wird – „*gute Unterhaltung*“ gewünscht wird.

Soweit der ORF dagegen vorbringt, dass durch den Opener: „*Gute Unterhaltung wünscht*“ und den Closer: „*Diese Sendung wurde Ihnen präsentiert von*“ aufgrund der grammatikalischen Umsetzung eine eindeutige Bezugnahme auf die Sendung bestehe, ist diesem entgegenzuhalten, dass nach § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G die Sendung „*am Anfang oder am Ende eindeutig als gesponserte Sendung zu kennzeichnen*“ ist. Damit muss nach dem insoweit klaren Wortlaut dieser Bestimmung jede gesetzte Kennzeichnung für sich, jene am Anfang und jene am Ende der Sendung, eindeutig sein. Hinzu kommt, dass, folgte man dem ORF, die Eindeutigkeit eines Sponsorhinweises unterschiedlich beurteilt würde, je nachdem, ob am Ende der Sendung ein weiterer Sponsorhinweis erfolgt, oder nicht. Diese Wertung aber ist dem Gesetz, das einen einzelnen Hinweis – sei es am Beginn oder am Ende der Sendung – ausreichen lässt, nicht zu entnehmen. Zudem erscheint es der KommAustria überdehnt, der durchschnittlich aufmerksamen und informierten Zuseherin und dem durchschnittlich aufmerksamen und informierten Zuseher zu unterstellen, dass diese bzw. dieser – wie gegenständlich – einem Hinweis ein Verständnis zugrunde legt, das sie bzw. er erst beinahe zehn Minuten später mit der Ausstrahlung des abschließenden Sponsorhinweises entwickeln kann.

Bei dem gegenständlichen Hinweis handelt es sich damit um keinen Sponsorhinweis im Sinne des § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G, sondern um Werbung im Sinne des § 1a Z 8 lit. a ORF-G. Dabei kann offen bleiben, ob es sich aufgrund der Darstellung der Solitaire-Ringe, insbesondere aufgrund des Funkelns der Diamanten, sowie aufgrund der Einblendung des Slogans „*Diamonds and Time*“ (siehe Abbildung 1) um Werbung handelt; dies ergibt sich nämlich schon daraus, dass der Hinweis nicht

die Anforderungen des § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G erfüllt (vgl. dazu EuGH, Rechtssache C-314/14, *Sanoma Media Finland Oy*, Rz 49; dem folgend Bundesverwaltungsgericht [BVwG] 21.12.2018, W219 2135500-1/10E, wonach Sponsorhinweise, die nicht die Anforderungen des § 17 ORF-G erfüllen, unabhängig von der Frage, ob eine werbliche Gestaltung vorliegt, als Werbung zu qualifizieren sind). Damit hat dieser den Anforderungen an Werbung, insbesondere dem Erkennbarkeits- und Trennungsgebot nach § 14 Abs. 1 ORF-G, zu entsprechen.

In der Rechtsprechung hat sich das Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot als „Eckpfeiler“ des Werberechts herausgebildet (vgl. VfSlg 18.017/2006). Sobald irgendeine Äußerung den Tatbestand der Werbung erfüllt, ist sie von anderen Programmteilen durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig zu trennen. Als Trennmittel geeignet sind unterschiedliche Formen von akustischen oder visuellen Einspielungen. Erforderlich sind einerseits sowohl zu Beginn der Werbeeinschaltung eine eindeutige optische oder akustische Trennung, um eine Täuschung über den werbenden Charakter der Einschaltung zu vermeiden, als auch am Ende der Werbeeinschaltung, damit dem Zuseher der erneute Beginn der fortgesetzten redaktionellen Sendung angekündigt wird (BKS 23.06.2006, 611.001/0024-BKS/2005). Der Schutzzweck von § 14 Abs. 1 ORF-G liegt darin, Verwechslungen des redaktionellen Programms mit der kommerziellen Werbung hintanzuhalten.

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 stattfinden (vgl. VwGH 26.07.2007, 2005/04/0153).

Gegenständlich fehlt eine eindeutige Trennung des Werbespots für „Juwelier Wagner Wien“ um ca. 00:01:21 Uhr vom vorhergehenden sowie um ca. 00:01:26 Uhr vom nachfolgenden redaktionellen Programm, da keine wie auch immer gearteten Trennmittel gesetzt wurden.

Nach § 14 Abs. 1 zweiter Satz ORF-G muss Werbung eindeutig von anderen Programmteilen getrennt werden. Da dies im vorliegenden Fall nicht passierte, liegt dadurch eine Verletzung der Bestimmung des § 14 Abs. 1 zweiter Satz ORF-G vor (Spruchpunkt 1.a.).

#### **4.3.2. Verletzung des Trennungsgebots durch Ausstrahlung eines Programmhinweises unmittelbar anschließend an einen Werbespot**

Der ab ca. 00:12:26 Uhr ausgestrahlte Werbeblock geht um ca. 00:13:56 Uhr nahtlos in die Ankündigung der Sendung „*Schluss mit lustig*“ über. Dadurch wird ebenfalls gegen das Trennungsgebot nach § 14 Abs. 1 zweiter Satz ORF-G verstoßen.

Bei der Ankündigung der Sendung „*Schluss mit lustig*“ handelt es sich um einen Hinweis auf das eigene Programm („*Gleich geht's los mit ‚Schluss mit lustig‘*“). Derartige Hinweise sind als redaktionelles Programm zu qualifizieren (vgl. *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische

Rundfunkgesetze [2018]<sup>4</sup>, 598). Dasselbe gilt, wenn es sich bei dieser Sequenz bereits um den Beginn der genannten Sendung handelt (vgl. dazu den Bescheid der KommAustria vom 29.12.2021, KOA 3.500/21-041).

Vor Beginn dieses Programmhinweises um ca. 00:13:56 Uhr wird kein Trennmittel ausgestrahlt. Damit ist die vorhergehende Werbung nicht entsprechend § 14 Abs. 1 zweiter Satz ORF-G von diesem redaktionellen Hinweis getrennt.

Da nach dem um ca. 00:12:36 Uhr ausgestrahlten Werbeblock kein wie auch immer geartetes Trennmittel ausgestrahlt wurde, wurde dadurch die Bestimmung des § 14 Abs. 1 zweiter Satz ORF-G verletzt (Spruchpunkt 1.b.).

#### **4.4. Zur Veröffentlichung der Entscheidung und Vorlage der Aufzeichnungen**

Der Ausspruch über die Veröffentlichung der Entscheidung stützt sich auf § 37 Abs. 4 ORF-G und dessen Auslegung im Sinne der Rechtsprechung der Gerichtshöfe öffentlichen Rechts (vgl. VfSlg. 12.497/1990; VwGH 15.09.2004, 2003/04/0045). Nach dem zitierten Erkenntnis des VfGH ist die Veröffentlichung 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 zur vergleichbaren Sendezeit soll diesem Anliegen eines „*contrarius actus*“ Rechnung getragen werden.

Die Verpflichtung zur Vorlage der Aufzeichnungen stützt sich auf § 36 Abs. 4 ORF-G (vgl. dazu VwGH 23.05.2007, 2006/04/0204).

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 3.500/24-064“, 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.

Wien, am 20. Dezember 2024

**Kommunikationsbehörde Austria**

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