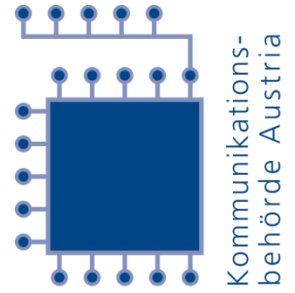


**Behörde** (Anschrift, Telefon, Telefax, E-Mail, DVR, URL)

Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)  
Mariahilfer Straße 77-79, 1060 Wien  
Telefon: 01/58058-0,  
Telefax: 01/58058-9191  
E-Mail: rtr@rtr.at  
http://www.rtr.at  
DVR: 4009878 Austria



KommAustria

**RSb**

Frau Dr. A  
p.A. B Rechtsanwälte

Zahl (Bitte bei Antworten angeben!)	Sachbearbeiter/in	Durchwahl	Datum
KOA 13.500/14-052	Mag. Schörg	474	10.April 2014

**Ermahnung**

Sie haben

am	um (von – bis Uhr)	in
09.04.2013 und 11.07.2013		Wien
<p>als Geschäftsführerin der M Werbung und somit als gemäß § 9 Abs. 1 Verwaltungsstrafgesetz 1991 (VStG), BGBl. Nr. 52/1991 idF BGBl. I Nr. 33/2013, nach außen hin für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften strafrechtlich Verantwortliche dieses Rechtsträgers, zu verantworten, im Rahmen der Bekanntgabe von Daten gemäß § 2 Abs. 1 Medienkooperations- und -förderungs- Transparenzgesetz (MedKF-TG), BGBl. I Nr. 125/2011, an die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) auf der unter <a href="http://www.rtr.at">www.rtr.at</a> abrufbaren Webschnittstelle unter der Rubrik „Name des Mediums“</p> <p>am 09.04.2013 durch die Eingabe der Bezeichnungen</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adcloud</li> <li>2. De Persgroep Adv Dig</li> <li>3. eMarketer</li> <li>4. e-pixler</li> <li>5. Ligatus</li> <li>6. Ligatus Österreich</li> <li>7. Performance Advertis</li> <li>8. Plista</li> <li>9. TOP KOMBI MAG. DNES</li> </ol> <p>sowie</p> <p>am 11.07.2013 durch die Eingabe der Bezeichnungen</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adcloud</li> </ol>		

2. AdTaily
3. Advertise me
4. Centrumholdings
5. Clear Channel
6. Click District
7. Digi Touch
8. Grape Media Network
9. Impression Media
10. Ligatus
11. Ligatus Österreich
12. PayPer
13. Performance Advertis
14. Plista
15. Specific Media
16. The Digital House
17. TOP KOMBI MAG. DNES
18. Travel Audience
19. Travora
20. Twyn Group

Bekanntgaben veranlasst zu haben, deren Unrichtigkeit insofern offensichtlich ist, als es sich bei den genannten Bezeichnungen nicht um die Bezeichnungen von Medien handelt.

Sie haben dadurch folgende Rechtsvorschrift(en) verletzt:

§ 5 Abs. 2 2. Fall in Verbindung mit § 2 Abs. 1 Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG), BGBl. I Nr. 125/2011 in Verbindung mit § 9 Abs. 1 Verwaltungsstrafgesetz 1991 (VStG), BGBl. Nr. 52/1991 i.d.F. BGBl. I Nr. 33/2013.

Es wird jedoch von der Verhängung einer Strafe abgesehen und Ihnen eine **Ermahnung** erteilt.

**Rechtsgrundlage:** § 45 Abs. 1 letzter Satz des Verwaltungsstrafgesetzes 1991 – VStG

## Begründung:

### 1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 23.09.2013, KOA 13.500/13-193, leitete die KommAustria gegen die Beschuldigte als zur Vertretung nach außen berufenes Organ der M Werbung und damit als für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften strafrechtlich Verantwortliche ein Verwaltungsstrafverfahren ein und forderte sie zur Rechtfertigung hinsichtlich des Vorwurfs auf, sie habe es zu verantworten, dass die M Werbung am 09.04.2013, somit in der Meldephase betreffend das erste Quartal des Jahres 2013, sowie am 11.07.2013, somit in der Meldephase betreffend das zweite Quartal des Jahres 2013, durch die Eingabe von Bezeichnungen in die Webschnittstelle der KommAustria, mehrere Bekanntgaben veranlasst habe, deren Unrichtigkeit offensichtlich ist, da es sich bei diesen Eingaben nicht um die Namen von Medien handle.

Mit Schreiben vom 25.10.2013, eingelangt am selben Tag, bezog die Beschuldigte zu diesem Vorwurf Stellung und brachte im Wesentlichen Folgendes vor:

Bei den Bekanntgaben im Sinne der §§ 2 und 4 MedKF-TG handle es sich um „Sammelmeldungen“ aller Medien in einem Quartal. Eine solche „Sammelmeldung“, welche aus einer Vielzahl von Einzelmeldungen bestehe, sei jedenfalls dann als richtig im Sinne des Gesetzes einzustufen, sofern nur ein niedriger Prozentsatz Irrtümer enthalten sei. Dass bei einer Vielzahl von abzugebenden Einzelmeldungen (wie bei der M Werbung) Fehler nicht vermieden werden könnten, könne nicht ernsthaft in Frage gestellt werden. Somit sei der Prozentsatz der fehlerhaften Meldungen anhand der Gesamtzahl der erfolgten Einzelmeldungen pro Quartal zu ermitteln. Ergebe sich hierbei unter Außerachtlassung der Online-Werbenetzwerke eine Fehlerquote von 3-5 %, sei dies vertretbar und stelle keine offensichtlich falsche oder unrichtige Bekanntgabe dar. Die Fehlerquote der M Werbung liege sogar weit darunter.

Zum Vorliegen eines wirksamen Kontrollsystems führte die Beschuldigte aus, dass die M Werbung interne Maßnahmen getroffen habe und die Einhaltung derselben auch kontrolliert worden sei. Zum Nachweis wurden entsprechende „Guidelines“ der M Werbung vorgelegt. Insbesondere habe die M Werbung ihre Vertragspartner gebeten eine Aufschlüsselung der konkreten Medien samt der auf sie entfallenden Beträge anzufertigen. Insbesondere ausländische Vermarkter und Verleger hätten jedoch der M Werbung einen vertraglichen Anspruch auf Nennung der konkreten Medien und Beträge aus datenschutzrechtlichen Gründen oder aus Kostengründen verweigert. Die Beschuldigte habe somit die für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften erforderlichen und zumutbaren Maßnahmen gesetzt, womit ihr keine Sorgfaltspflichtenverletzung vorgeworfen werden könne. Unter Punkt 20 der Stellungnahme wurde außerdem ausgeführt, dass gemäß den internen Vorschriften der M Werbung in Zusammenhang mit dem MedKF-TG bis spätestens zum elften Tag des auf ein Quartal folgenden Monats alle Inserate in Medien gesammelt und bis spätestens zum 15. vorschriftsgemäß der KommAustria gemeldet werden müssten. Anzumerken sei außerdem, dass die fehlerhaften Meldungen im niedrigen Prozentbereich lägen. Dies spreche infolge der Vielzahl der pro Quartal abzugebenden Meldungen für eine hohe Gewähr der Richtigkeit. Eine Überspannung der Kontrollpflicht läge dann vor, wenn die einzige Möglichkeit rechtmäßigen Handelns im Unterbleiben des Inseratenauftrages bestünde.

Weiters wurde ausgeführt, dass die meisten Online-Vermarkter keine Agenturen darstellten, sondern selbst Medien oder zumindest mediengleich seien. Dies lasse sich damit begründen, dass die Online-Vermarkter Werbeflächen in bestimmten Online-Medien buchen und es nicht dem Erscheinungsmedium (der Website) sondern dem Vermarkter vorbehalten bleibe, ob und an welcher Stelle sowie zu welchem Zeitpunkt die Werbung erscheine. Somit werde der Online-Vermarkter selbst zum Medium. Zwischen dem Erscheinungsmedium und dem Auftraggeber bestehe kein Vertragsverhältnis. Auch wisse das Erscheinungsmedium nicht, wer hinter dem Intermediär (Vermarkter) stehe. Es sei daher nicht offensichtlich, dass die Rechtsansicht der KommAustria, es sei anstelle des Online-Vermarkters immer das Medium zu nennen, richtig sei.

Hinsichtlich der einzelnen Bekanntgaben, welche durch die M Werbung veranlasst wurden, brachte die Beschuldigte Folgendes vor:

Die Eingabe „Elsevier Niederlande“ stelle tatsächlich ein konkretes Medium, und zwar ein Printmedium, dar. Lediglich der Zusatz „Niederlande“ sei nicht Bestandteil des Namens des Mediums. Die Beifügung einer Länderbezeichnung sei zwar nicht erforderlich aber auch nicht unzulässig.

Bei „Click District“ handle es sich um ein Unternehmen welches nunmehr unter der Bezeichnung „161Media“ firmiere.

Bei der Bekanntgabe „TOP KOMBI MAG. DNES“ wiederum handle es sich um eine Sammelbezeichnung von vier konkreten Magazinen und zwar des „Magazin DNES+ TV“, „Pátek LN“, „ONA DNES“ und „DOMA DNES“. Diese könne man im Paket buchen, sodass Werbung in allen vier Magazinen geschaltet wird. Die zuständigen Mitarbeiter der M Werbung seien hierbei der Ansicht gewesen, es handle sich um ein einziges Medium. Für Werbeschaltungen in diesen vier Magazinen habe die M Werbung den Betrag von EUR 17.000,- bezahlt, womit auf jedes einzelne Magazin der Durchschnittsbetrag von EUR 4.250,- entfalle, sodass eine gesonderte Meldeverpflichtung für die genannten Medien gar nicht bestanden habe.

Hinsichtlich der Bekanntgaben „Adcloud“, „AdTaily“, „Advertise Me“, „eMarketer“, „e-pixler“, „Grape Media Network“, „Ligatus“, „Ligatus Österreich“, „PayPer“, „Plista“, „Specific Media“, „The Digital House“ und „Twyn Group“ wurde vorgebracht, dass es sich bei den Werbeschaltungen, die diesen Eingaben zuzurechnen sind, um Online-Schaltungen gehandelt habe. Hierbei sei die Werbeform „Cost per Click“ zur Anwendung gekommen, die sich dadurch auszeichne, dass eine Anzeige geschaltet werde, die auf die Website des Inserenten verlinke. Die Bezahlung erfolge erfolgsabhängig, das heißt nur dann, wenn die verlinkte Website tatsächlich besucht werde. Da für einen Click lediglich der Betrag von zwei bis zehn Cent verrechnet werde, werde der Schwellenwert von EUR 5.000,- in der Regel nicht überschritten.

Die Beschuldigte führte weiter aus, dass die M Werbung auch im Fall der im Folgenden genannten Eingaben davon ausgehe, dass es sich hierbei um Online-Vermarkter handle und dass hinsichtlich keines Einzelmediums (Website) der Betrag von EUR 5.000,- überstiegen worden sei: „Centrumholdings“, „click District“ (nunmehr: 161 Media), „DigiTouch“, „Impression Media“, „Performance Advertising“, „Travel Audience“ und „Travora“.

In diesem Zusammenhang wurde außerdem vorgebracht, dass die Zielsetzung bei der Beauftragung eines Online-Vermarkters durch die M Werbung nicht sei, in einem *bestimmten* Medium zu schalten, sondern in einem Online-Werbenetzwerk. Hierbei biete sich der Vorteil, bestimmte Zielgruppen zu erreichen, wobei eben das Online-Werbenetzwerk selbst situativ entscheide wie diese Zielgruppe am besten erreicht werden kann. Folglich sei es in manchen Vereinbarungen zwischen M Werbung und Online-Vermarktern auch nicht möglich die Bekanntgabe der Erscheinungsmedien zu vereinbaren.

Weiters wurde ausgeführt, dass das MedKF-TG an den Begriff des Mediums nach § 1 Abs. 1 Z 1 MedienG anknüpfe. Diese Definition umfasse aber hauptsächlich inländische Medien und ausländische nur so weit als sie gemäß § 50 Abs. 1 MedienG ausschließlich oder überwiegend im Inland verbreitet werden. Zudem seien ausländische Medien nicht an die Definitionen des MedKF-TG oder des MedienG gebunden. Nach manchen ausländischen Mediengesetzen sei die Unterscheidung zwischen Medium, Medieninhaberschaft und Herausgeberschaft nicht zwingend vorgesehen, sodass sich Unklarheiten bei der Feststellung eines ausländischen Mediums ergeben könnten. Eine Anwendung der österreichischen Definitionen auf ausländische Unternehmen stelle eine schwierige und oft nicht eindeutig vornehmbare Prüfung dar.

Zudem wurde vorgebracht, die M Werbung habe die Online-Vermarkter um Aufschlüsselung der konkreten Medien und auch der auf sie entfallenden Beträge gebeten. Diese Auskunft sei jedoch teils ganz verweigert worden und teils seien nur Medien, nicht jedoch auch die Beträge, aufgelistet worden. Zum Nachweis wurden die Antwortschreiben der entsprechenden Vermarkter vorgelegt in welchen diese bestätigten, dass sie die einzelnen Medien und/oder Beträge nicht offenlegen würden. Die M Werbung wisse somit nicht, wie viel des – von ihr an die Online-Vermarkter gezahlten – Gesamtbudgets auf die einzelnen Medien entfallen sei. Daher könne die M Werbung keine im Sinne des MedKF-TG „richtige“ Meldung abgeben.

Zum Telos des MedKF-TG führte die Beschuldigte aus, dass dieses darin bestehe, eine politische Einflussnahme auf die österreichische Bevölkerung durch Werbeschaltungen mit öffentlichen Mitteln hintanzuhalten. Die Werbeaktivitäten der M Werbung würden jedoch nicht zu einer solchen Beeinflussung führen, da der „Werbeerfolg“ im Ausland eintrete. Eine politische Einflussnahme auf die österreichische Bevölkerung finde nicht statt. Die Hoheitsgewalt des Staates ende außerdem grundsätzlich an dessen Staatsgrenzen. Dem österreichischen Gesetzgeber komme für Auslandssachverhalte grundsätzlich keine Hoheitsgewalt zu (Verweis auf Art 49 B-VG). Tatbestände mit Auslandsbezug seien allgemein nur dann zulässig, wenn ein sinnvoller innerstaatlicher Anknüpfungspunkt zur Regelung solcher Sachverhalte vorliege. Zugleich wurde von Seiten der Beschuldigten zugestanden, dass ein solcher Anknüpfungspunkt im Hinblick auf das MedKF-TG wohl gegeben sei. Das Gesetz enthalte jedoch keine ausdrücklichen Bestimmungen zum territorialen Geltungsbereich. Nach Rechtsauffassung der Beschuldigten ist die Meldeverpflichtung auf Schaltungen im Inland einzuschränken, da ausländische Schaltungen vom Regelungszweck der Norm

keinesfalls mehr erfasst sein könnten.

Weiters wurde die Rechtsansicht bekräftigt, dass die meisten Online-Vermarkter nicht Agenturen sondern selbst Medien darstellen. Dies lasse sich damit begründen, dass es letztlich nicht dem Erscheinungsmedium sondern dem Vermarkter obliege, ob und an welcher Stelle sowie zu welchem Zeitpunkt die Werbung erscheine. Die Veröffentlichung erfolge über einen, vom Vermarkter geschriebenen, Algorithmus, welcher auch in der Lage sei nach Internet-Nutzern zu differenzieren (d.h. es hängt vom Nutzer ab, welche Werbung eingeblendet wird). Es handle sich damit um keine Inseratenwerbung im klassischen Sinn, da sie nicht unabhängig von einem bestimmten Algorithmus aufscheine und sei daher keineswegs offensichtlich, dass die Rechtsansicht der Behörde, es sei anstelle des Online-Vermarkters immer das Medium zu nennen, zutreffend sei. Jedenfalls treffe auf viele der, von der KommAustria in der Einleitung zum Strafverfahren, angeführten Unternehmen die Definition eines Medienunternehmens im Sinne des § 1 Abs. 1 Z 6 MedienG zu. Bei den genannten Unternehmen handle es sich nämlich um die tatsächlichen Entscheidungsträger.

Abschließend bezog die Beschuldigte Stellung zu den Schreiben der KommAustria vom 13.06.2013 mit dem Betreff: „Dieses Mail betrifft Sie als Rechtsträger M Werbung: Fehler bei den Bekanntgaben nach dem Medientransparenzgesetz!“. In einem weiteren Schreiben vom selben Tag sei ausdrücklich ausgeführt worden, dass das zuvor gesendete Schreiben ein Missverständnis beinhaltet habe, da es sich nicht um den Vorhalt von Fehlern handelte, sondern um ein (bloßes) Informationsschreiben. Vielmehr würden alle Rechtsträger denen Fehler zur Last gelegt werden nochmals konkret angeschrieben werden. Aus diesen Schreiben sei seitens der M Werbung der Schluss gezogen worden, dass dieser keine Verstöße zur Last gelegt werden, dass aber für den Fall, dass dies zukünftig erfolgen sollte, eine gesonderte Verständigung erfolgen würde. Dass es sich dabei dann um eine Aufforderung zur Rechtfertigung im Sinne des VStG handeln würde, sei besonders empörend. Die M Werbung habe auf derartige „Missverständnis-Verständigungen“ vertrauen dürfen und habe somit im Vertrauen gehandelt, alles richtig gemacht zu haben.

## 2. Entscheidungsrelevanter Sachverhalt

Die M Werbung ist ein, im zentralen Vereinsregister zu ZVR-Zahl xxxxx registrierter, Verein mit Sitz in 1030 Wien dessen Vereinszweck darin besteht Österreich als Tourismusland zu bewerben. Die Beschuldigte ist jedenfalls seit 02.11.2011 Geschäftsführerin des Vereins M Werbung und hatte diese Funktion somit auch am 09.04.2013 sowie am 11.07.2013 inne.

Am 06.08.2013 hat der Rechnungshof des Bundes auf Grundlage seiner Verpflichtung gemäß § 1 Abs. 3 BVG Medienkooperation und Medienförderung (BVG MedKF-T) der KommAustria die – zum Stand 01.07.2013 aktualisierte – Liste mit ihm bekannten, seiner Kontrolle unterliegenden Rechtsträger übermittelt. Die M Werbung ist auf dieser Liste angeführt. Sie war auch bereits auf der Liste des Rechnungshofes zum Stand 01.01.2013 angeführt.

Für die M Werbung wurden am 09.04.2013 im Rahmen der Bekanntgabe von Werbeaufträgen/entgeltlichen Veröffentlichungen nach § 2 MedKF-TG in der dafür vorgesehenen Webschnittstelle der KommAustria unter der Rubrik „Name des Mediums“ unter anderem folgende Bekanntgaben veranlasst:

1. Adcloud
2. De Persgroep Adv Dig
3. ELSEVIER NIEDERLANDE
4. eMarketer
5. e-pixler
6. Ligatus
7. Ligatus Österreich
8. Performance Advertis
9. Plista
10. TOP KOMBI MAG. DNES

Bei der „Adcloud GmbH“ handelt es sich um eine nach deutschem Recht gegründete Gesellschaft mit Sitz in Köln und dem Unternehmensgegenstand des Betriebs einer Online-Werbeplattform. Die Gesellschaft ist ein Tochterunternehmen der „Deutschen Post DHL“. Das von ihr betriebene Online-Werbenetzwerk trägt den Namen „United Internet Media“.

„De Persegroep“ bezeichnet ein belgisches Medienunternehmen, welches Herausgeber/Medieninhaber zahlreicher Druckwerke ist und mehrere Fernseh- und Radiostationen in den Niederlanden und in Belgien betreibt. Zudem betreibt das Unternehmen mehrere Websites, darunter auch Nachrichtentportale.

Bei der Bekanntgabe „ELSEVIER NIEDERLANDE“ handelt es sich um ein niederländisches Printmedium mit dem Titel „Elsevier“.

Bei der Eingabe „eMarketer“ handelt es sich um ein auf den digitalen Markt spezialisiertes Marktforschungsunternehmen, welches unter anderem untersucht, welche Websites von welchen Nutzern zu welcher Zeit abgefragt werden.

Bei der „e-pixler NEW MEDIA GmbH“ handelt es sich um eine nach deutschem Recht gegründete Gesellschaft mit Sitz in Berlin deren Unternehmensgegenstand im Betrieb einer Werbeagentur besteht. Zum Leistungsportfolio des Unternehmens gehört auch Online-Marketing (z.B. Suchmaschinenmarketing oder Social-Media-Marketing).

Bei der „Ligatus GmbH“ handelt es sich ebenfalls um eine nach deutschem Recht gegründete und im deutschen Handelsregister eingetragene Gesellschaft (Sitz: Köln). Der Unternehmensgegenstand besteht im Betrieb eines Online-Vermarkternetzwerks. Das Unternehmen verfügt auch über Niederlassungen in den Niederlanden (Hilversum) und in Frankreich.

Die „Performance Advertising GmbH“ ist eine nach deutschem Recht gegründete Gesellschaft mit Sitz in Hamburg, deren Unternehmensgegenstand im Betrieb eines Online-Werbenetzwerks besteht.

Auch die „plista GmbH“ ist eine nach deutschem Recht gegründete Gesellschaft mit Sitz in Berlin. Sie betreibt eine Online-Werbepattform und fungiert somit als Vermittlerin zwischen Werbetreibenden und Webseitenbetreibern.

Bei der Eingabe „TOP KOMBI MAG. DNES“ handelt es sich um einen Sammelbegriff für vier Druckwerke in denen die M Werbung im ersten und zweiten Quartal 2013 Werbeschaltungen im Wert von EUR 17.195,- je Quartal beauftragte und veröffentlichte. Diese Druckwerke sind das „Magazin DNES + TV“, „Pátek LN“, „ONA DNES“ und „DOMA DNES“. Im Ergebnis handelt es sich somit um ein Werbeprodukt, welches die Veröffentlichung von Werbeaufträgen in allen vier Medien zugleich ermöglicht.

Abgesehen von den Eingaben „ELSEVIER NIEDERLANDE“ und „TOP KOMBI MAG. DNES“ kann nicht festgestellt werden, welchen periodischen Medien die jeweiligen Bekanntgaben zuzuordnen sind.

Für die M Werbung wurden am 11.07.2013 im Rahmen der Bekanntgabe von Werbeaufträgen/entgeltlichen Veröffentlichungen nach § 2 MedKF-TG in der dafür vorgesehenen Webschnittstelle der KommAustria unter der Rubrik „Name des Mediums“ unter anderem folgende Bekanntgaben veranlasst:

1. Adcloud
2. AdTaily
3. Advertise me
4. Centrumholdings
5. Clear Channel
6. Click District
7. Digi Touch
8. Grande
9. Grape Media Network
10. Impression Media
11. Ligatus
12. Ligatus Österreich
13. PayPer
14. Performance Advertis
15. Plista
16. S-klik
17. Smart Mailing
18. Specific Media
19. The Digital House
20. TOP KOMBI MAG. DNES

21. Travel Audience
22. Travora
23. Twyn Group

Bei der Bezeichnung „AdTaily“ handelt es sich um ein Werbenetzwerk welches von einer polnischen Gesellschaft betrieben wird (Agora SA), welche wiederum ihren Sitz in Warschau hat.

Bei der Eingabe „Advertise me“ handelt es sich um die Bezeichnung eines Unternehmens mit Niederlassungen in Frankreich und Italien dessen Unternehmensgegenstand im Betrieb einer Online-Werbeagentur besteht.

Bei der Eingabe „Centrumholdings“ handelt es sich um ein Online-Medienunternehmen (der Gesellschaft Centrum Holdings s.r.o.), welches seinen Sitz in Prag hat und Tätigkeiten in Mittel- und Osteuropa entfaltet.

Bei der Bezeichnung „Clear Channel“ handelt es sich um ein großes US-amerikanisches Medienunternehmen, dessen Werbenetzwerk zahlreiche Rundfunkprogramme und Websites umfasst.

Bei der Bezeichnung „Click District“ handelt es sich um ein nunmehr unter dem Namen „161 Media“ firmierendes Unternehmen welches sich insbesondere auf Dienstleistungen im Bereich digitale Werbung spezialisiert hat und über Niederlassungen in Deutschland, den Niederlanden, Spanien und Schweden verfügt.

Die „Digi Touch Performance Media Group“ ist ein auf Online-Marketing spezialisiertes Unternehmen mit Sitz in der Türkei (Istanbul).

Hinsichtlich der Bezeichnung „Grande“ kann nicht eindeutig festgestellt werden ob es sich hierbei um ein Medium, eine juristische Person, ein Unternehmen oder eine sonstige Entität handelt.

Bei der Eingabe „Grape Media Network“ handelt es sich um ein Online-Werbenetzwerk, welches von der „Grape Media s.r.o.“ betrieben wird, die ihren Sitz in Prag hat.

Hinsichtlich der Bezeichnungen „S-klik“ und „Smart Mailing“ kann nicht eindeutig festgestellt werden ob es sich hierbei um ein Medium, eine juristische Person, ein Unternehmen, eine Werbeform oder eine sonstige Entität handelt.

Bei der Eingabe „Impression Media, s.r.o.“ handelt es sich um den Betreiber eines tschechischen Werbenetzwerkes mit Sitz in Prag.

Bei der Bekanntgabe „PayPer“ handelt es sich um ein Werbenetzwerk des polnischen Unternehmens „Agora SA“, welches seinen Sitz in Warschau hat.

Bei der Bekanntgabe „Specific Media“ handelt es sich um ein auf den digitalen Markt spezialisiertes Marktforschungsunternehmen, welches in mehreren europäischen Staaten über Niederlassungen verfügt.

Bei „The Digital House“ handelt es sich um eine Werbeagentur mit Sitz in London, die sich auf Online-Marketing spezialisiert hat, wobei zum Produktportfolio insbesondere Werbung in sozialen Netzwerken und Suchmaschinenmarketing gehört.

Bei der „travel audience GmbH“ handelt es sich um eine nach deutschem Recht gegründete Gesellschaft mit Sitz in Bonn deren Unternehmensgegenstand insbesondere in der Erbringung von Marketingdienstleistungen für die Reisebranche besteht. Ein Schwerpunkt liegt hierbei im Online-Marketing.

Auch bei „Travora Networks“ (nunmehr: „MediaShift“) handelt es sich um ein Online-(Werbe)Netzwerk, welches Werbevermittlungs-Dienstleistungen an die Reisebranche erbringt, wobei dem Netzwerk etwa 300 Websites angehören.

Bei der „twyn group IT solutions & marketing services AG“ handelt es sich um eine nach österreichischem Recht gegründete Gesellschaft, die unter FN 149808 h im Firmenbuch eingetragen ist und ihren Sitz in Wels hat. Der Unternehmensgegenstand besteht im Betrieb eines Werbenetzwerkes, wobei ein Schwerpunkt auf Online-Marketing liegt.

Nicht festgestellt werden kann hingegen welchen konkreten Medien die in der Webschnittstelle der KommAustria getätigten Bekanntgaben zuzuordnen sind. Seitens der Beschuldigten wurde lediglich vorgebracht, dass es sich um Online-Schaltungen gehandelt habe.

Mit undatiertem Schreiben bestätigte die „Adcloud GmbH“ gegenüber der M Werbung, dass sie hinsichtlich der Online-Schaltungen keine vollständige Transparenz der Preise gegenüber dem

Kunden kommunizieren könne, was auf die Vereinbarungen zwischen der „Adcloud GmbH“ und den Medienpartnern zurückzuführen sei.

Mit Schreiben vom 16.10.2013 bestätigte die „Agora SA“ gegenüber der M Werbung, dass es aus technischen Gründen nicht möglich sei, die vollständige Liste von allen zu den Netzwerken „PayPer“ und „AdTaily“ gehörenden Werbeschaltungen zur Kampagne „Sommer 2013 in Österreich“ (Termin 25.04.2013 bis 18.08.2013), bekannt zu geben.

Weiters teilte das Unternehmen „Advertise me“ mit undatiertem Schreiben der M Werbung mit, in welchen Unternehmen im Rahmen der Kampagne vom 01.05.2013 bis zum 30.06.2013 Werbeschaltungen erfolgten. Eine Angabe der Web-URLs erfolgte ebenso wenig wie eine Anführung der jedem Medium zuzurechnenden Beträge. Angeführt wird lediglich, dass ein Werbevolumen von 18.750 Clicks (Seitenaufrufe) erzielt haben werde können.

Mit undatiertem Schreiben verweigerte auch die „Grape Media s.r.a.“ die Auskunft darüber, die Auskunft darüber auf welchen Websites bzw. Online-Portalen und in welcher Anzahl Werbeschaltungen (konkret: Bannerwerbung) aufgeschienen sind.

Mit Schreiben vom 16.10.2013 bestätigten „Ligatus Niederlande“ und „Ligatus Deutschland“ gegenüber der M Werbung, dass eine Auskunftserteilung über die auf einzelne Websites entfallenden Beträge nicht erteilt werde. Begründend wird ausgeführt, dass Vereinbarungen mit Medienpartnern bestünden, denen zufolge keine vollkommene Transparenz gegenüber Kunden kommuniziert werden könne. Der weiteren Begründung zufolge diene dieses Arrangement dem Schutz der Medienpartner (Inhaber der Websites). „Ligatus Frankreich“ übermittelte eine Auflistung derjenigen Medien in welchen Werbeaufträge geschaltet würden, jedoch ohne Angabe der einzelnen Beträge.

Mit Schreiben, ebenfalls vom 16.10.2013, übermittelte die „plista GmbH“ der M Werbung die Information, dass im Rahmen von Werbeaufträge im Online-Netzwerk eine Aufschlüsselung auf einzelne Websites nicht vorgenommen werde, was auf die Vereinbarungen mit den Medienpartnern zurückzuführen sei. Die „plista GmbH“ teilte mit, lediglich zur Nennung einiger exemplarischer Medien bereit zu sein, nicht jedoch zur vollständigen Offenlegung.

Mit Schreiben vom 17.10.2013 teilte die „Specific Media“ der M Werbung diejenigen Websites mit, im Rahmen derer im Zeitraum von 13.05.2013 bis 23.06.2013 Werbeschaltungen erfolgten. Zudem wurde bestätigt, dass sich die Schaltungen auf drei verschiedene Kampagne aufgeteilt habe. Eine Nennung der Geldbeträge erfolgte nicht.

Auch die „twyn group IT solutions & marketing services AG“ gab mit Schreiben bekannt, dass sie die einzelnen Medienpartner nicht offenlegen werde.

Mit Schreiben vom 17.10.2013 bestätigte die „Centrum Holding s.r.o.“, dass hinsichtlich derjenigen Werbeschaltungen, die mittels des Online-Werbeportals vermittelt werden, eine Aufschlüsselung der einzelnen Websites samt Beträgen nicht erfolgen werde.

In einem undatierten Schreiben der „161 MEDIA B.V.“ (vormals „Click District“) verweigerte diese eine separate Nennung der einzelnen Websites auf denen Schaltungen erfolgten, wenngleich versichert wird, dass es sich um „Qualitätswebsites“ handle.

Auch die „Impression Media, s.r.o.“ verweigerte mit Schreiben vom 16.10.2013 die Nennung der betreffenden Websites.

Mit Schreiben vom 16.10.2013 teilte die „Performance Advertising GmbH“ der M Werbung mit, dass aufgrund von bestehenden Verträgen mit Mediapartnern es nicht gestattet sei, einzelne Websites des Netzwerkes offen zu legen bzw. die, durch das Netzwerk generierten, Clicks einzelner Seiten auszuweisen.

Mit Schreiben, ebenfalls vom 16.10.2013, bestätigte die „travel audience GmbH“, dass sie ein Online-Marketingnetzwerk betreibe, verweigerte jedoch die Nennung der für einzelne Websites verrechneten Preise.

### **3. Beweiswürdigung**

Die Feststellungen zur M Werbung beruhen auf der Einsichtnahme in das zentrale Vereinsregister. Aus den Listen des Rechnungshofes welcher dieser der KommAustria gemäß § 1 Abs. 3 BVG MedKF-T übermittelt hat, ergibt sich insbesondere, dass es sich bei der M Werbung um einen der Rechnungshofkontrolle unterliegenden Rechtsträger handelt. Die Liste der Prüfobjekte des Rechnungshofes ist zudem auch online unter folgender URL verfügbar:



<http://www.rechnungshof.gv.at/beratung/pruefobjekte.html>.

Die Feststellungen zur Funktion der Beschuldigten als Geschäftsführerin ergeben sich aus dem Vorbringen der Beschuldigten in Zusammenhang mit der Einsichtnahme in das zentrale Vereinsregister.

Die Feststellung, dass für die M Werbung am 09.04.2013 sowie am 11.07.2013 unter anderem die angeführten Bezeichnungen eingegeben wurden, ergibt sich einerseits aus den – auch für die Beschuldigte einsehbaren – Aufzeichnungen der Webschnittstelle und andererseits aus der von der KommAustria gemäß § 3 Abs. 3 MedKF-TG veröffentlichten Liste der bekanntgegebenen Daten (online abrufbar unter: [https://www.rtr.at/de/m/veroeffent\\_medkftg\\_bisher](https://www.rtr.at/de/m/veroeffent_medkftg_bisher)).

Die näheren Feststellungen zu den eingegebenen Bezeichnungen bzw. den dahinter stehenden Unternehmen und juristischen Personen beruhen auf der Einsichtnahme in folgende Websites:

<http://adcloud.com/de/>,

<http://www.persgroep.be/>,

<http://www.emarketer.com/>,

<http://www.e-pixler.de/>,

<http://www.ligatus.at/>,

<http://www.performance-advertising.de/>,

<https://www.plista.com/>,

<http://www.adtaily.com/>,

<http://www.advertise-me.fr/>,

<http://www.centrumholdings.com/novinky/>,

<http://www.clearchannel.com/Pages/Home.aspx>,

<http://161media.de/>,

<http://www.digitouch.com.tr/en/index.html>,

<http://specificmedia.de/de/>,

<http://www.thedigitalhouse.co.uk/>,

<http://www.travelaudience.com/>,

<http://www.travoramedia.com/>,

<https://www.twyn.com/>

Aus der Einsichtnahme in die Website <http://www.elsevier.nl/> sowie aus dem Vorbringen des Beschuldigten ergibt sich außerdem, dass es sich bei „Elsevier“ (Niederlande) um ein tatsächlich bestehendes Printmedium handelt.

Die Feststellung, dass es sich bei der Eingabe „TOP KOMBI MAG. DNES“ (erstes und zweites Quartal 2013) um einen Sammelbegriff für vier Druckwerke handelt, ergibt sich aus den Ausführungen der Beschuldigten. Ebenfalls wurde seitens der Beschuldigten vorgebracht, hinsichtlich keines der vier einzelnen Medien sei der Betrag in der Höhe von EUR 5.000,- überstiegen worden. Dies konnte jedoch mangels Nachweises durch die Beschuldigte nicht in die Feststellungen aufgenommen werden.

Die Feststellungen zur „twyn group IT solutions & marketing services AG“ beruhen, neben der Einsichtnahme in die Website [www.twyn.com](http://www.twyn.com), auch auf der Einsichtnahme in das Firmenbuch.

Hinsichtlich der, in der Meldephase des zweiten Quartals, bekanntgegebenen Bezeichnungen „s-klik“ und „Smart Mailing“ konnte nicht festgestellt werden ob es hierbei um juristische Personen, um Unternehmen, um Werbeformen oder doch um die Bezeichnungen von konkreten (Online-)Medien handelt. Wenngleich der Verdacht nahe liegt, dass es sich hierbei um Unternehmen oder um Werbeformen handelt, kann zugleich nicht ausgeschlossen werden, dass dadurch Medien bezeichnet werden.

Die Feststellungen über die Auskunftsverweigerung einiger Online-Netzwerke hinsichtlich der von der M Werbung beauftragten Werbeschaltungen beruhen auf den von der Beschuldigten im Rahmen der schriftlichen Stellungnahme vorgelegten Schreiben. In diesen haben die betreffenden Netzwerke explizit die Aufschlüsselung des Gesamtwerbevolumens auf einzelne Online-Medien (Websites) verweigert. Begründend wurde seitens der Vermarktungsunternehmen überwiegend angeführt, dass

aufgrund von vertraglichen Vereinbarungen mit den Online-Werbepartnern (den Betreibern der Websites) eine Auskunftserteilung nicht möglich sei.

## 4. Rechtliche Beurteilung

### 4.1. Zuständigkeit der Behörde/Rechtsgrundlagen

Nach § 1 Abs. 3 des Bundesgesetzes über die Einrichtung einer Kommunikationsbehörde Austria („KommAustria“) und eines Bundeskommunikationssenates (KommAustria-Gesetz – KOG, BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 125/2011) ist die KommAustria für die Kontrolle der Einhaltung der Bekanntgabepflichten in Bezug auf Medienkooperationen, Werbeaufträge und Förderungen nach Maßgabe bundesgesetzlicher Vorschriften zuständig. Die „Wahrnehmung der Aufgaben nach dem MedKF-TG, BGBl. I Nr. 125/2011“ zählt demgemäß nach § 2 Abs. 1 Z 12 KOG zu den Aufgaben der KommAustria.

Gemäß § 5 Abs. 2 MedKF-TG begeht eine Verwaltungsübertretung und ist mit Geldstrafe bis zu 20.000 Euro, im Wiederholungsfall mit einer Geldstrafe bis zu 60.000 Euro, zu bestrafen, wer eine Bekanntgabe veranlasst, deren Unvollständigkeit oder Unrichtigkeit offensichtlich ist oder von der KommAustria aus Anlass einer Mitteilung des Rechnungshofes im Zuge der Gebarungskontrolle eines Rechtsträgers festgestellt wurde.

### 4.2. Zum objektiven Tatbestand – Verletzung des § 5 Abs. 2 MedKF-TG

Auf Grund der Ergebnisse des Ermittlungsverfahrens steht fest, dass die M Werbung von den Bekanntgabepflichten nach § 2 und nach § 4 MedKF-TG betroffen ist und zu den in den Feststellungen sowie im Spruch genannten Zeitpunkten die angeführten Eingaben veranlasst wurden.

§ 5 Abs. 2 MedKF-TG lautet:

#### **„Verwaltungsstrafe**

§ 5. (1) ...

*(2) Weiters begeht eine Verwaltungsübertretung und ist mit einer Geldstrafe bis zu 20.000 Euro, im Wiederholungsfall mit einer Geldstrafe bis zu 60.000 Euro, zu bestrafen, wer eine Bekanntgabe veranlasst, deren Unvollständigkeit oder Unrichtigkeit offensichtlich ist oder der KommAustria aus Anlass einer Mitteilung des Rechnungshofes im Zuge der Gebarungskontrolle eines Rechtsträgers festgestellt wurde.*

Die maßgeblichen Regelungen des § 2 MedKF-TG lauten:

#### **„Bekanntgabepflicht bei Aufträgen**

§ 2. (1) *Zu dem in § 1 genannten Zweck haben die in Art. 126b Abs. 1, 2 und 3, Art. 126c, Art. 127 Abs. 1, 3 und 4, Art. 127a Abs. 1, 3, 4 und 9 und Art. 127b Abs. 1 des Bundes-Verfassungsgesetzes – B VG, BGBl. Nr. 1/1930, angeführten sowie sonstige durch Gesetz der Rechnungshofkontrolle unterworfenen Rechtsträger für sämtliche entweder direkt oder unter Vermittlung über Dritte erteilten Aufträge*

*1. über (audiovisuelle) kommerzielle Kommunikation gemäß § 1a Z 6 des ORF-Gesetzes – ORF G, BGBl. I Nr. 83/2001, § 2 Z 2 des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes – AMD G, BGBl. I Nr. 84/2001, und Werbung und Patronanz gemäß § 19 Abs. 1 und 5 des Privatradiogesetzes – PrR G, BGBl. I Nr. 20/2001, sowie über Beiträge im Dienste der Öffentlichkeit im Inhaltsangebot des ORF (§ 14 Abs. 9 ORF-G) oder in Hörfunkprogrammen nach dem PrR-G oder in audiovisuellen Mediendiensten nach dem AMD-G und*

*2. über entgeltliche Veröffentlichungen gemäß § 26 MedienG an Medieninhaber eines periodischen Druckwerks oder sonst an Medieninhaber eines periodischen elektronischen Mediums*

*den Namen des jeweiligen periodischen Mediums, in dem - mit Ausnahme der Fälle des Abs. 4 - Veröffentlichungen vorgenommen wurden, sowie die Gesamthöhe des jeweils innerhalb für die innerhalb eines Quartals erfolgten Veröffentlichungen (Z 1 und 2) zu leistenden Entgelts nach*

*Maßgabe der folgenden Bestimmungen bekanntzugeben. Für die nach Z 2 erfassten periodischen Druckwerke bezieht sich die Bekanntgabepflicht auch auf entgeltliche Veröffentlichungen in den dem periodischen Druckwerk angefügten Beilagen oder Sondertitel.*

(2) ...

*(3) Die Bekanntgabe des Auftraggebers, des Namens des periodischen Mediums und der Gesamthöhe des geleisteten Entgelts für Veröffentlichungen in dem jeweiligen periodischen Medium hat durch die dazu Verpflichteten elektronisch im Wege einer Webschnittstelle (Web-Interfaces) an die KommAustria zu erfolgen. Die Bekanntgabe hat quartalsweise jeweils innerhalb von zwei Wochen gerechnet ab dem Ende eines Quartals zu erfolgen. Die Veröffentlichung dieser Daten durch die KommAustria bestimmt sich nach § 3 Abs. 3.*

(4) ...

*(5) Das geleistete Entgelt ist jeweils als Nettoentgelt anzugeben. Bei Tausch- oder tauschähnlichen Geschäften ist der gemeine Wert anzugeben. Für die Bekanntgabepflicht maßgeblich ist jeweils der Zeitpunkt der Leistungserbringung.“*

Die Bekanntgabepflichten gemäß §§ 2 und 4 MedKF-TG betreffen sämtliche Rechtsträger, die unter der Kontrolle des Rechnungshofes stehen. Das Gesetz trifft keine Unterscheidung dahingehend, ob ein Rechtsträger tatsächlich Werbeaufträge verteilt, Medienkooperationen eingetht oder Förderungen zusagt, oder ob er dazu überhaupt befugt oder in der Lage ist.

Gemäß § 2 Abs. 1 i.V.m. Abs. 4 MedKF-TG haben alle vom Anwendungsbereich des Gesetzes erfassten Rechtsträger sämtliche entweder direkt oder unter Vermittlung über Dritte erteilten Aufträge über entgeltliche Veröffentlichungen in periodischen Medien bekanntzugeben, sofern die Gesamthöhe des zu leistenden Entgelts im betreffenden Quartal EUR 5.000,- übersteigt. Diese Bekanntgabepflicht umfasst nach Abs. 1 die Angabe des Namens des jeweiligen periodischen Mediums sowie den im Quartal an den betreffenden Medieninhaber geleisteten Gesamtbetrag.

§ 2 Abs. 1 MedKF-TG verpflichtet die Rechtsträger zur Bekanntgabe des „Namens des jeweiligen periodischen Mediums“ in dem die entgeltliche Veröffentlichung *in concreto* stattgefunden hat. Angesichts der Bestimmung des § 1 Abs. 1 Z 1 MedienG handelt es sich bei einem Medium um ein Mittel zur Verbreitung von Mitteilungen oder Darbietungen mit gedanklichem Inhalt in Wort, Schrift, Ton oder Bild an einen größeren Personenkreis im Wege der Massenherstellung oder der Massenverbreitung. Die Gesetzesmaterialien (ErlRV 1276 BlgNR 24. GP zu § 2 MedKF-TG) betonen, dass bei der Bekanntgabe nach § 2 Abs. 1 MedKF-TG der Name des Mediums, d.h. das konkrete Druckwerk, Rundfunkprogramm oder die Website anzugeben ist. Nicht in Einklang mit § 2 Abs. 1 MedKF-TG stehen daher beispielsweise Bekanntgaben eines Medieninhabers, einer juristischen Person, einer Werbe- bzw. Medienagentur, eines Vermarktungsunternehmens, einer Druckerei oder eines Verlegers bzw. Verlages.

Das Tatbild nach § 5 Abs. 2 2. Fall MedKF-TG besteht in der Veranlassung einer offensichtlich unrichtigen Bekanntgabe. Der Bericht des Verfassungsausschusses zum MedKF-TG hat in diesem Zusammenhang festgehalten, dass die Bestimmung des § 5 Abs. 2 MedKF-TG der KommAustria die Möglichkeit eröffnen soll, bei einem qualifizierten und begründeten Verdacht einer Falschmeldung ein Verwaltungsstrafverfahren einzuleiten. Diese Bestimmung erweitert somit die Möglichkeit einer Verwaltungsstrafsanktion auf Sachverhalte, bei denen eine offensichtlich unvollständige oder unrichtige Bekanntgabe erfolgt (vgl. AB 1607 BlgNR 24. GP zu § 5 Abs. 2 MedKF-TG).

Nach dem allgemeinen Sprachgebrauch bedeutet „offensichtlich“, dass etwas klar zu erkennen ist. Eine Unrichtigkeit ist insbesondere dann offensichtlich, wenn sie ohne aufwändige Recherche als solche erkannt werden kann. Unrichtig ist die Bekanntgabe bzw. Meldung dann, wenn sie einerseits falsche Zahlen enthält, die gemeldeten Geldbeträge also nicht der - letztlich für die Veröffentlichungen in den jeweiligen Medien - geleisteten Summe entsprechen. Unrichtig ist die Meldung jedoch auch dann, wenn einer oder mehrere der gemeldeten Geldbeträge nicht dem Medium zugeordnet werden, in dem die Veröffentlichung jeweils vorgenommen wurde. Ebenso unrichtig ist schließlich eine Meldung die einen oder mehrere Geldbeträge einer (juristischen) Person oder einer sonstigen Entität zuweist, bei der es sich um kein Medium handelt.

Im Lichte der bisherigen Ausführungen zu § 2 Abs. 1 MedKF-TG sind die durch die Beschuldigte veranlassten Bekanntgaben unrichtig im Sinne des § 5 Abs. 2 2. Fall MedKF-TG, da sie einen oder mehrere Geldbeträge einer (juristischen) Person oder einer sonstigen Entität zuweisen, bei der es sich um kein Medium handelt. Die Unrichtigkeit der Meldung ist aber auch offensichtlich. Im Sinne dieser

Wortbedeutung ist es ohne tiefer gehende Recherche offensichtlich, dass es sich bei den im Spruch angeführten Bezeichnungen nicht um die Namen von Medien im Sinne des § 2 Abs. 1 MedKF-TG handelt.

In diesem Zusammenhang wurde seitens der Beschuldigten vorgebracht, dass es zwar zutreffend sei, dass in den betreffenden Fällen Online-Vermarkter bekannt gegeben worden seien. Jedoch handelt es sich nach Rechtsansicht der Beschuldigten bei den genannten Vermarktern selbst um Medien bzw. seien sie als mediengleich anzusehen. Dem ist die Legaldefinition des Mediums gemäß § 1 Abs. 1 Z 1 MedienG entgegen zu halten, der zufolge ein Medium ein „Mittel zur Verbreitung von Mitteilungen oder Darbietungen mit gedanklichem Inhalt in Wort, Schrift, Ton oder Bild“ darstellt. Unter Zugrundelegung dieser Definition des Mediums kann nach Ansicht der KommAustria von der Beschuldigten nicht ernsthaft bezweifelt werden, dass die betreffenden Eingaben in der Webschnittstelle keine Medien darstellen, bezeichnen sie doch teils Unternehmen, teils juristische Personen. Dass aber eine GmbH oder eine Vermögensgesamtheit (nichts anderes ist ein Unternehmen) selbst kein Mittel zur Verbreitung von Mitteilungen oder Darbietungen mit gedanklichem Inhalt sein kann, ist evident. Ein Online-Vermarkter kann allenfalls Medieninhaber, Verleger oder technischer Betreiber eines Onlinemediums (Website) sein. Dadurch ist jedoch für die Beschuldigte aus rechtlicher Sicht nichts zu gewinnen, als § 2 Abs. 1 MedKF-TG ausdrücklich die Nennung des Mediennamens und nicht des Medieninhabers fordert.

Irrelevant ist aus Sicht der Bekanntgabepflichtung nach § 2 MedKF-TG schließlich auch, ob zwischen dem Werbetreibenden und dem Medieninhaber der konkreten Website ein Vertragsverhältnis besteht oder ob die Schaltung über Vermittlung eines Vermarkters, einer Agentur oder eines sonstigen Dritten erfolgt. Der Gesetzgeber hat die Konstellation, dass ein Auftrag nicht unmittelbar an den Medieninhaber erteilt wird vorausgesehen und daher in die Meldepflichtung nach § 2 Abs. 1 MedKF-TG auch jeden unter Zwischenschaltung einer Medienagentur (oder eines anderen Dritten) erteilten Auftrag miteinbezogen. Dies gilt sogar dann wenn die Auswahl des Medieninhabers der beauftragt wird und des Mediums in welchem geschaltet wird einer Agentur (bzw. einem Dritten) nach eigenem Ermessen obliegt. Auch die Schaltung durch den Dritten im eigenen Namen schadet der Zurechnung an den ursprünglichen Auftraggeber (Rechtsträger) nicht (vgl. dazu ErlRV 1276 BlgNR 24. GP zu § 2 MedKF-TG). Somit handelt es sich zwar vielleicht um keine Inseratenschaltung im „klassischen“ Sinn, wohl aber um einen vom MedKF-TG erfassten Sachverhalt.

Weiters hat die Beschuldigte ausgeführt, dass das MedKF-TG an den Begriff des Mediums nach § 1 Abs. 1 Z 1 MedienG anknüpfe. Diese Definition umfasse aber vor allem inländische Medien. Ausländische Medien seien hingegen nur insofern erfasst, als sie gemäß § 50 Z 1 MedienG ausschließlich oder überwiegend im Inland verbreitet werden.

Der Wortlaut der entsprechenden Bestimmung des § 50 Mediengesetz (BGBl. Nr. 314/1981 i.d.F. BGBl. I Nr. 50/2012) lautet:

*„§ 50. Die §§ 1, 23, 28 bis 42, 43 Abs. 4, 47 Abs. 1 und 2, 48, 49, im Falle der Z 3 dieser Bestimmung auch § 43b Abs. 1, 2 und 7 sowie im Falle der Z 4 dieser Bestimmung auch § 25 Abs. 5, nicht aber die anderen Bestimmungen dieses Bundesgesetzes, sind auch anzuwenden auf*

- 1. Die Medien ausländischer Medienunternehmen, es sei denn, dass das Medium zur Gänze oder nahezu ausschließlich im Inland verbreitet wird;“*

§ 50 MedienG regelt somit den sachlichen Geltungsbereich des MedienG, der in folgender Weise zusammengefasst werden kann: das MedienG findet auf Medien inländischer Medienunternehmen volle Anwendung während auf Medien ausländischer Medienunternehmen nur einzelne Bestimmungen zur Anwendung gelangen. Dazu gehört insbesondere aber auch § 1 MedienG. Für die Anwendung der in § 1 MedienG enthaltenen Begriffsbestimmungen (Medium, Medieninhaber, Medienunternehmen, periodisches Medium usw.) ist es somit unerheblich ob es sich um ein Medium eines inländischen oder ausländischen Medienunternehmens handelt. Vielmehr sind kraft ausdrücklicher gesetzlicher Bestimmung Medien ausländischer Medienunternehmen jedenfalls als Medien im Sinne des MedienG zu qualifizieren, egal in welcher Weise sie nach ausländischem Recht zu qualifizieren wären. Daher ist der Einwand der Beschuldigten nicht nachvollziehbar, dem zufolge bei ausländischen Medien die Qualifizierung als Medium in rechtlicher Hinsicht besonders kompliziert und mit Rechtsunsicherheiten verbunden wäre. Somit kann außer Betracht bleiben, ob in den ausländischen Mediengesetzen dieselben Begriffsbestimmungen und Regelungen bestehen wie im nationalen Medienrecht. Weil auch ausländische Medien vom nationalen Medienbegriff umfasst sind,

ist davon auszugehen, dass, mangels entsprechender Ausnahme im MedKF-TG, auch Werbeaufträge in ausländischen Medien in den Anwendungsbereich des Gesetzes fallen (vgl. dazu auch Feher/Otto/Steindl, Medientransparenzgesetz<sup>2</sup>, 2013). Dies entspricht auch der ständigen Verwaltungspraxis der KommAustria (Vgl. auch <https://www.rtr.at/de/m/FAQRF54>). Soweit die Beschuldigte zum *telos* des MedKF-TG ausführt, dieser bestehe darin, eine politische Einflussnahme auf die österreichische Bevölkerung durch Werbeschaltungen mit öffentlichen Mitteln hintanzuhalten, verkennt sie die in den Materialien zum Gesetz unmissverständlich zum Ausdruck gebrachte Intention des Gesetzgebers. Demnach „soll die umfassende Transparenz bei der Vergabe von „Werbe“aufträgen und von Förderungen „öffentlicher“ Stellen gewährleistet werden“ (ErlRV 1276 BlgNR 24. GP), woraus sich die von der Beschuldigten vorgenommene Einschränkung dieses umfassenden Zieles ergeben soll, ist unklar.

Jeglicher Grundlage entbehrt das Vorbringen der Beschuldigten, wonach eine „Sammelmeldung“, die aus einer Vielzahl von einzelnen Meldungen besteht, dann als richtig im Sinne des Gesetzes einzustufen sei, sofern nur ein niedriger Prozentsatz an Irrtümern enthalten ist. Zutreffend ist zwar, dass das MedKF-TG den bekanntgabepflichtigen Rechtsträgern im Falle der Schaltung von Werbeaufträgen in mehreren Medien auch mehrere Eingaben vorschreibt; in diesem Sinne kann im Rahmen der Meldung nach § 2 MedKF-TG durchaus davon gesprochen werden, dass es sich um eine einheitliche „Sammelmeldung“ bzw. Bekanntgabe handelt im Rahmen derer gegebenenfalls auch mehrere Dateneingaben vorgenommen werden müssen. Jedoch fordert § 2 Abs. 1 MedKF-TG ausnahmslos die Nennung des Namens des periodischen Mediums (arg: „[...] für sämtliche [...] erteilten Aufträge [...] den Namen des jeweiligen periodischen Mediums, in dem [...] Veröffentlichungen vorgenommen wurden.“). Aufgrund des ausdrücklichen Wortlautes verbietet sich eine Auslegung, die es einem Rechtsträger erlauben würde in einzelnen Fällen auch andere Bezeichnungen als die der Medien anzugeben. Andernfalls stünde es den meldepflichtigen Rechtsträgern frei, anstatt des Mediennamens den Medieninhaber anzugeben, wenn nur die Anzahl der zu tätigenden Eingaben groß genug wäre. Der Argumentation der Beschuldigten, dass bei einer niedrigen Fehlerquote über einzelne unrichtige Bekanntgaben hinwegzusehen sei, ist daher abzulehnen. Vor allem findet sich weder im Gesetz noch in den Materialien ein Anhaltspunkt dafür, dass eine offensichtlich unrichtige Bekanntgabe dann nicht vorliegt, wenn die Mehrzahl der Eingaben im Sinne des Gesetzes durchgeführt wurde.

Auf Tatbestandsebene ist aber auch zu berücksichtigen, dass die Bekanntgabe „ELSEVIER NIEDERLANDE“, wie bereits in den Feststellungen ausgeführt, ein tatsächlich bestehendes Medium bezeichnet. Es handelt sich nicht um eine unrichtige Bekanntgabe. Somit ist hinsichtlich dieser Eingabe der Verwaltungsstraftatbestand des § 5 Abs. 2 MedKF-TG nicht erfüllt.

Hinsichtlich der Eingaben „s-klik“ und „Smart Mailing“ konnte nicht festgestellt werden, ob es sich bei diesen um die Bezeichnungen juristischer Personen, Unternehmen, Werbeformen oder doch um die Bezeichnungen von konkreten (Online-)Medien handelt. Da diese Unsicherheit auf Tatbestandsebene nicht zu Lasten der Beschuldigten gewürdigt werden kann, ist davon auszugehen, dass es sich bei diesen Eingaben nicht um offensichtlich unrichtige Bekanntgaben nach § 5 Abs. 2 MedKF-TG handelt.

Die anderen im Spruch genannten Bekanntgaben stellen jedoch (als Bezeichnungen von Unternehmen und juristischen Personen) im Lichte der bisherigen Ausführungen jedenfalls unrichtige Bekanntgaben im Sinne des MedKF-TG dar.

Da somit Bekanntgaben gemäß § 2 MedKF-TG veranlasst wurden, deren Unrichtigkeit offensichtlich ist, ist der objektive Tatbestand des § 5 Abs. 2 2. Fall MedKF-TG erfüllt.

### **4.3. Zur strafrechtlichen Verantwortlichkeit der Beschuldigten**

Gemäß § 9 Abs. 1 VStG ist für die Einhaltung der Verwaltungsvorschriften durch juristische Personen oder eingetragene Personengesellschaften, sofern die Verwaltungsvorschriften nicht anderes bestimmen und soweit nicht verantwortliche Beauftragte nach § 9 Abs. 2 VStG bestellt sind, strafrechtlich verantwortlich, wer zur Vertretung nach außen berufen ist. Die Beschuldigte war nach dem Ermittlungsverfahren zum Tatzeitpunkt Geschäftsführerin des Vereins M Werbung und damit zur Vertretung dieses Rechtsträgers nach außen berufen. Die Funktion der Geschäftsführung bei der M Werbung entspricht derjenigen der Obmannschaft in anderen Vereinen. Beim Obmann handelt es sich nach der Rechtsprechung und Literatur um das oberste Leitungsorgan eines Vereines, dem auch die Außenvertretungsbefugnis zukommt.

Ein für die Einhaltung der Verpflichtungen nach dem MedKF-TG verantwortlicher Beauftragter war nicht bestellt. Die Beschuldigte war daher für die Einhaltung der Verpflichtungen der M Werbung nach

dem MedKF-TG verwaltungsstrafrechtlich verantwortlich.

#### 4.4. Zum Verschulden der Beschuldigten

Zur Erfüllung der subjektiven Tatseite muss die Verwaltungsübertretung der Beschuldigten auch vorzuwerfen sein. Hierbei ist zunächst zu prüfen, ob die Verwaltungsübertretung gemäß § 5 Abs. 2 MedKF-TG als Erfolgsdelikt oder als Ungehorsamsdelikt zu qualifizieren ist.

Gemäß § 5 Abs. 1 VStG genügt, wenn eine Verwaltungsvorschrift über das Verschulden nicht anderes bestimmt, zur Strafbarkeit fahrlässiges Verhalten. Fahrlässigkeit ist bei Zuwiderhandeln gegen ein Verbot oder bei Nichtbefolgung eines Gebotes dann ohne weiteres anzunehmen, wenn der Eintritt eines Schadens oder einer Gefahr nicht zum Tatbestand einer Verwaltungsübertretung gehört und der Täter nicht glaubhaft macht, dass ihn an der Verletzung der Verwaltungsvorschrift kein Verschulden trifft.

Was die innere Tatseite anlangt, ist somit zunächst festzuhalten, dass es sich bei dem vorgeworfenen Verstoß gegen § 5 Abs. 2 iVm § 2 MedKF-TG um ein Ungehorsamsdelikt handelt: Ausweislich der Gesetzesmaterialien liegt ein Erfolgsdelikt dann vor, wenn die Strafbarkeit einer Tat zur Voraussetzung hat, dass sich die Tat entweder gegen ein bestimmtes Objekt gerichtet hat und dessen Verletzung bewirkt oder es der Gefahr einer Verletzung tatsächlich ausgesetzt hat (Vgl. VfAB 360 BlgNR 2. GP zu § 5 VStG). Der Deliktstatbestand beschränkt sich auf das Zuwiderhandeln gegen ein Verbot ohne dass es des Hinzutretens eines tatbestandlichen Erfolges bedürfte. § 5 Abs. 2 2. Fall MedKF-TG sieht als Tathandlung die Veranlassung einer offensichtlich unrichtigen Bekanntgabe vor, wobei die Frage des Vorliegens einer Unrichtigkeit nach § 2 MedKF-TG zu beurteilen ist. Mit Abgabe der unrichtigen Erklärung ist die Tat vollendet, ein darüber hinausgehender Eintritt eines Schadens ist zur Vollendung des Tatbildes nicht erforderlich. Insbesondere fordert § 5 Abs. 2 MedKF-TG nicht das Vorliegen einer konkreten Beeinträchtigung desjenigen Rechtsgutes welches durch das MedKF-TG geschützt werden soll.

Bei Ungehorsamsdelikten verlangt die in § 5 Abs. 1 zweiter Satz VStG verankerte, widerlegliche Schuldvermutung zu Lasten des Täters, dass dieser von sich aus sein mangelndes Verschulden glaubhaft zu machen hat. Das bedeutet aber, dass der Beschuldigte alles initiativ darzulegen hat, was für seine Entlastung spricht. Dazu bedarf es etwa der Darlegung, dass er im Betrieb ein wirksames Kontrollsystem eingerichtet hat, sodass er unter vorhersehbaren Verhältnissen mit gutem Grund die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften erwarten konnte (vgl. VwGH 27.04.2011, Zl. 2010/08/0172, m.w.N.). Dabei genügt es nicht, ein derartiges Kontrollsystem abstrakt zu umschreiben. Vielmehr muss ausgeführt werden, wie das Kontrollsystem im Einzelnen funktionieren hätte sollen (VwGH 10.10.2004, Zl. 2004/02/0269), wobei es insbesondere nicht ausreicht, Mitarbeitern Belehrungen oder Dienstanweisungen über die einzuhaltenden Rechtsvorschriften zu erteilen, ohne deren tatsächliche Einhaltung auch zu kontrollieren (vgl. VwGH 04.07.2000, Zl. 2000/11/0123; 25.02.2010, 2008/09/0224). Abgesehen davon muss dargelegt werden, wieso – trotz Vorliegens eines funktionierenden Kontrollsystems – die Übertretung nicht verhindert werden konnte.

Das Bestehen eines solchen Kontrollsystems wurde von der Beschuldigten behauptet. Insbesondere ist der Beschuldigten, auch in Hinblick auf die höchstgerichtliche Rechtsprechung, zuzugestehen, dass ihr die persönliche Überprüfung jeder einzelnen entgeltlichen Veröffentlichung in Hinblick auf ihre Rechtmäßigkeit tatsächlich nicht zumutbar wäre. Jedoch ist es jedenfalls Aufgabe der Beschuldigten die Einhaltung der sie treffenden Verpflichtungen durch ein hinreichend dichtes und zulänglich organisiertes Netz von Aufsichtsorganen sicherzustellen (vgl. z.B. VwGH 20.11.2008, Zl. 2007/09/0023). In diesem Zusammenhang oblag es der Beschuldigten die konkrete Aufbau- und Ablauforganisation im Unternehmen darzulegen (VwGH 16.11.1993, 93/07/0023). Wie bereits dargelegt, reicht eine abstrakte Beschreibung nicht aus.

Vorgebracht wurde in diesem Zusammenhang, dass interne Maßnahmen anhand einer Guideline festgelegt und auch eingehalten worden seien. Die erwähnte Guideline wurde der Stellungnahme beigelegt. Mit der Koordination der Informationsbeschaffung und mit der Vornahme der Meldungen seien neben einer Vielzahl von Projektverantwortlichen im In- und Ausland unter anderem Mag. Markus Haushofer und Mag. Harald Hopf betraut gewesen. So seien bis spätestens zum 11. des auf ein Quartal folgenden Monats alle Inserate in in- und ausländischen Medien zu sammeln und bis spätestens zum 15. vorschriftsgemäß der KommAustria zu melden. Eine interne Übersicht habe ergeben, dass sich fehlerhafte Meldungen im niedrigen Prozentbereich bewegen. Dies spreche infolge der Vielzahl von pro Quartal abzugebenden Meldungen für eine hohe Gewähr der Richtigkeit.

Dieses Vorbringen ist aus zwei Gesichtspunkten unbeachtlich. Wie bereits ausgeführt, reicht die

Einrichtung eines „Kontrollsystems“, das sich in der Erstellung von Richtlinien erschöpft, nicht aus, um die von der Rechtsprechung entwickelten Anforderungen an ein gemäß § 5 Abs. 1 VStG beachtliches Kontrollsystem zu erfüllen. Zum anderen ist es, wie bereits oben unter 4.2. ausgeführt, unerheblich, wie groß der Anteil an falschen Eingaben an der abgegebenen Meldung ist. Der Bestimmung des § 5 Abs. 2 MedKF-TG ist keine Abstufung zu entnehmen, aus der eine Gewichtung einer Bekanntgabe in „unrichtig“, „ein wenig unrichtig“ oder „richtig“ abgeleitet werden kann.

Zum Vorbringen der Beschuldigten, die M Werbung habe trotz Nachfrage bei den Online-Vermarktern keine Auskunft über die von diesen durchgeführten Aufträge erhalten, ist Folgendes auszuführen:

Soweit das Vorbringen der Beschuldigten im gegebenen Zusammenhang auf die vorgebliche Unzumutbarkeit des normentsprechenden Verhaltens und damit einen Entschuldigungsgrund gemäß § 5 VStG abstellt, ist darauf hinzuweisen, dass nach der ständigen Rechtsprechung des VwGH der Normadressat alles ihm tatsächlich wie rechtlich Mögliche und Zumutbare zu unternehmen hat, den ihn treffenden Verpflichtungen zu entsprechen. Bloße Unzumutbarkeit genügt nicht zur Entschuldigung nach § 5 Abs. 1 VStG (VwGH 24.04.1990, 89/07/0193). In diesem Sinne kann er verhalten sein, zwecks Erfüllung dieser Verpflichtungen Widerstand Dritter erforderlichenfalls im Rechtswege zu brechen oder sich Informationen zu verschaffen (Vgl. Wessely in Raschauer/Wessely (Hrsg.) VStG, 163 mwN). Dass seitens der Beschuldigten entsprechende Maßnahmen gegenüber den vorgeblich auskunftsunwilligen Online-Vermarktern gesetzt wurden, wurde von der Beschuldigten jedoch nicht einmal behauptet.

Dass die KommAustria als weitere zusätzliche Serviceleistung, zu der sie nach dem Gesetz nicht verpflichtet war, ein Schreiben an die Rechtsträger gerichtet hat, in dem die gegenständliche Vorschrift näher erläutert wurde und allgemein auf Fehler aufmerksam gemacht wurde, kann keine rechtliche Wirkung dahingehend entfalten, dass die Beschuldigte eine geringere Sorgfalt hätte walten lassen können. Würde man diesem Informationsschreiben überhaupt eine Wirkung zuschreiben wollen, so könnte man behaupten, dass die Beschuldigte durch dieses Schreiben auf die besondere Problematik der unrichtigen Bekanntgaben aufmerksam gemacht wurde und in Folge verstärkt auf die Richtigkeit ihrer Meldung hätte achten müssen. Tatsächlich hat auch die von der KommAustria am 13.06.2013 per E-Mail an sämtliche Rechtsträger versendete Information bei der Beschuldigten keine Wirkung gezeitigt – so wurden sowohl vor Erhalt des Informationsschreibens am 09.04.2013 als auch danach am 11.07.2013 zahlreiche Eingaben getätigt, die bei entsprechender Würdigung des Informationsschreibens klar als unrichtig erkennbar gewesen wären.

Das Vorbringen der Beschuldigten ist somit insgesamt nicht geeignet, die Schuldvermutung gemäß § 5 Abs. 1 zweiter Satz VStG zu widerlegen.

Die Beschuldigte hat jedenfalls fahrlässig die Verwaltungsübertretung nach § 5 Abs. 2 i.V.m. § 2 Abs. 1 MedKF-TG i.V.m. § 9 Abs. 1 VStG begangen.

#### **4.5. Strafbemessung/Absehen von der Strafe**

Grundlage für die Bemessung der Strafe sind gemäß § 19 Abs. 1 VStG die Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes und die Intensität seiner Beeinträchtigung durch die Tat. Gemäß § 19 Abs. 2 VStG sind im ordentlichen Verfahren (§§ 40 bis 46) überdies die nach dem Zweck der Strafdrohung in Betracht kommenden Erschwerungs- und Milderungsgründe, soweit sie nicht schon die Strafdrohung bestimmen, gegeneinander abzuwägen. Auf das Ausmaß des Verschuldens ist besonders Bedacht zu nehmen. Unter Berücksichtigung der Eigenart des Verwaltungsstrafrechtes sind die §§ 32 bis 35 des Strafgesetzbuches sinngemäß anzuwenden. Die Einkommens-, Vermögens- und Familienverhältnisse des Beschuldigten sind bei der Bemessung von Geldstrafen zu berücksichtigen.

Gemäß § 45 Abs. 1 letzter Satz VStG kann die Behörde dem Beschuldigten unter Hinweis auf die Rechtswidrigkeit seines Verhaltens mit Bescheid eine Ermahnung erteilen, wenn dies geboten erscheint, um ihn von der Begehung strafbarer Handlungen gleicher Art abzuhalten. Dies ist möglich, wenn die Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes und die Intensität seiner Beeinträchtigung durch die Tat und das Verschulden des Beschuldigten gering sind.

Die Bestimmung des § 45 Abs. 1 VStG idF BGBl. I Nr. 33/2013 trat insofern u.a. an die Stelle des § 21 VStG vor der genannten Novellierung. Die Erläuterungen zur Regierungsvorlage (ErlRV 2009 BlgNR 24. GP, S. 19) führen dazu aus: „Im vorgeschlagenen § 45 Abs. 1 werden die derzeit in § 21 Abs. 1, § 21 Abs. 1a und § 34 VStG enthaltenen Bestimmungen an systematisch richtiger Stelle zusammengeführt. Der vorgeschlagene § 45 Abs. 1 Z 4 und der vorgeschlagene neue Schlusssatz

dieses Absatzes entsprechen im Wesentlichen § 21 Abs. 1.“

Es kann also davon ausgegangen werden, dass mit der dargestellten Novellierung keine inhaltliche Änderung der Bestimmungen zum Absehen von der Einleitung oder Fortführung eines Strafverfahrens beabsichtigt war und zur Erteilung einer Ermahnung gemäß § 45 Abs. 1 Z 4 iVm Abs. 1 letzter Satz VStG auf die Judikatur zum bisherigen § 21 Abs. 1 VStG zurückgegriffen werden kann. Nach ständiger Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes mussten die beiden in dieser Bestimmung genannten Bedingungen – geringfügiges Verschulden des Beschuldigten und unbedeutende Folgen der Tat – kumulativ vorliegen, damit von der Strafe abgesehen werden konnte (vgl. die bei *Raschauer/Wessely [Hg.]*, VStG, Rz 6 zitierte Judikatur des VwGH).

Soweit in § 45 Abs. 1 Z 4 VStG auf die Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes Bezug genommen wird, ist dies der Neuformulierung der Bestimmungen über die Strafbemessung (§ 19 VStG) geschuldet (ErlRV 2009 BlgNR 24.GP, S. 18 f). Soweit also nunmehr darauf abgestellt wird, dass „die Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes und die Intensität seiner Beeinträchtigung“ gering sein müssen, ersetzt dies das bisherige Tatbestandsmerkmal der unbedeutenden Folgen der Übertretung. Eine inhaltliche Änderung war damit nicht intendiert.

Voraussetzung für die Anwendung des § 45 Abs. 1 Z 4 VStG ist das kumulative Vorliegen der in dieser Gesetzesstelle genannten Kriterien, nämlich die geringe Bedeutung des strafrechtlich geschützten Rechtsgutes, die geringe Intensität seiner Beeinträchtigung sowie geringfügiges Verschulden.

Das durch das MedKF-TG geschützte Rechtsgut besteht in der Gewährleistung von Transparenz bei der Erteilung von Werbeaufträgen sowie der Vergabe von Förderungen „öffentlicher Stellen“ (vgl. dazu ErlRV 1276 BlgNR 24. GP sowie § 1 MedKF-TG, § 1 Abs. 1 BVG MedKF-T). Die interessierte Öffentlichkeit soll in die Lage versetzt werden sich ein Gesamtbild von Werbeaufträgen und Förderungen der öffentlichen Hand zu machen.

Die Bedeutung dieses Rechtsgutes kann – auch und gerade im Vergleich zu anderen verwaltungsstrafrechtlich geschützten Rechtsgütern – jedenfalls nicht als so hoch angesehen werden, dass eine Anwendung des § 45 Abs. 1 Z 4 VStG außer Betracht bleiben müsste.

Auch liegt die Beeinträchtigung des Rechtsgutes durch die hier gegenständliche unrichtige Meldung im unteren Intensitätsbereich. Die stärkste denkbare Beeinträchtigung des Transparenzgedankens besteht im Rahmen des § 2 MedKF-TG darin, eine Meldung, trotz des Vorliegens meldepflichtiger entgeltlicher Veröffentlichungen, vollständig zu unterlassen. Im Vergleich dazu wird das geschützte Rechtsgut durch die Angabe einer (bloß) falschen Bezeichnung, jedoch unter Angabe der Höhe des verausgabten Betrages, weitaus weniger stark beeinträchtigt.

Von geringem Verschulden im Sinne des § 45 Abs. 1 Z 4 VStG ist dann zu sprechen, wenn das tatbildmäßige Verhalten des Täters hinter dem in der betreffenden Strafdrohung typisierten Unrechtsgehalt und Schuldgehalt erheblich zurückbleibt (vgl. zur materiell gleichen Rechtlage nach § 21 VStG bis 01.07.2013: VwGH 16.09.2010, Zl. 2010/09/0141). Durch die Offenlegung der jeweils verausgabten Gesamtbeträge im maßgeblichen Quartal hat die Beschuldigte erkennen lassen, dass er grundsätzlich an der Einhaltung der Verpflichtungen aus dem MedKF-TG interessiert und zu entsprechender Mitwirkung bereit ist. Die Sorgfaltswidrigkeit der Beschuldigten ist im Lichte des § 5 Abs. 2 VStG zwar nicht gänzlich unverschuldet, beruht aber erkennbarer Weise auf einem geringen Verschulden und bleibt damit hinter dem in der Strafdrohung typisierten Unrechts- und Schuldgehalt zurück.

Von der Verhängung einer Strafe war somit gemäß § 45 Abs. 1 Z 4 VStG abzusehen.

Der bescheidmäßige Ausspruch einer Ermahnung erscheint jedoch erforderlich, um die Beschuldigte von weiteren strafbaren Handlungen gleicher Art abzuhalten. Da eine Bekanntgabe gemäß § 2 und § 4 MedKF-TG quartalsweise zu erfolgen hat, besteht angesichts dieser Meldehäufigkeit ein nicht unerhebliches Risiko, dass bei der entsprechenden Bekanntgabe auch in Zukunft vergleichbare Fehler unterlaufen. Darüber hinaus konnte auch die umfangreiche Anleitung durch die Behörde, wie sie etwa in Form eines mehrseitigen Informationsschreibens in Zusammenhang mit der Übermittlung der Zugangsdaten für die Webschnittstelle geleistet wurde, die Gesetzmäßigkeit der Bekanntgaben nicht gewährleisten.

#### **4.6. Kosten des Strafverfahrens**

Mangels Verhängung einer Verwaltungsstrafe ist keine Verpflichtung zum Kostenersatz gemäß § 64 Abs. 1 VStG auszusprechen.



Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

## Rechtsmittelbelehrung:

Sie haben das Recht gegen diesen Bescheid Beschwerde zu erheben.

Eine rechtzeitig eingebrachte und zulässige Beschwerde hat aufschiebende Wirkung, das heißt, der Bescheid kann bis zur abschließenden Entscheidung nicht vollstreckt werden.

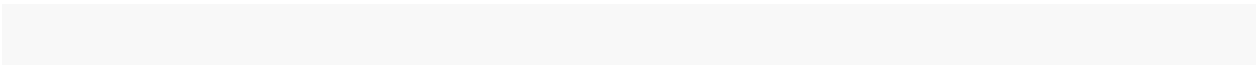
Die Beschwerde ist innerhalb von vier Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich bei uns einzubringen. Falls Sie innerhalb der Beschwerdefrist die Beigebung eines Verteidigers/einer Verteidigerin beantragen, beginnt die Beschwerdefrist erst mit dem Zeitpunkt zu laufen, in dem der Beschluss über die Bestellung des Rechtsanwalts/der Rechtsanwältin zum Verteidiger/zur Verteidigerin und der anzufechtende Bescheid diesem/dieser zugestellt sind. Wird der rechtzeitig gestellte Antrag auf Beigebung eines Verteidigers/einer Verteidigerin abgewiesen, beginnt die Beschwerdefrist mit der Zustellung des abweisenden Beschlusses an Sie zu laufen.

Die Beschwerde hat den Bescheid, gegen den sie sich richtet, und die Behörde, die den Bescheid erlassen hat, zu bezeichnen. Weiters hat die Beschwerde die Gründe, auf die sich die Behauptung der Rechtswidrigkeit stützt, das Begehren und die Angaben, die erforderlich sind, um zu beurteilen, ob die Beschwerde rechtzeitig eingebracht ist, zu enthalten.

Sie haben das Recht, in der Beschwerde zu beantragen, dass eine öffentliche mündliche Verhandlung durchgeführt wird. Bitte beachten Sie, dass Sie, falls die Behörde von der Erlassung einer Beschwerdevorentscheidung absieht, auf Ihr Recht auf Durchführung einer Verhandlung verzichten, wenn Sie in der Beschwerde keinen solchen Antrag stellen.

Die Beschwerde kann in jeder technisch möglichen Form übermittelt werden.

Technische Voraussetzungen oder organisatorische Beschränkungen des elektronischen Verkehrs sind auf folgender Internetseite bekanntgemacht:



Bitte beachten Sie, dass der Absender/die Absenderin die mit jeder Übermittlungsart verbundenen Risiken (zB Übertragungsverlust, Verlust des Schriftstückes) trägt.

Kommunikationsbehörde Austria

Dr. Florian Philipitsch, LL.M.  
(Vorsitzender-Stellvertreter)