



KOA 3.500/17-022

Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk (ORF) gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 und Z 9 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 50/2016, in Verbindung mit den §§ 35, 36 und 37 ORF-Gesetz (ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 120/2016, fest, dass der ORF im Fernsehprogramm ORF eins

1.1. am 21.01.2017 um ca. 11:18 Uhr die Bestimmung des § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G dadurch verletzt hat, indem er den um ca. 11:18:31 Uhr ausgestrahlten werblich gestalteten Sponsorhinweis zu Gunsten von „Josko“ an dessen Ende um ca. 11:18:41 Uhr nicht durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von dem anschließenden redaktionellen Programmteil getrennt hat; sowie

1.2. am 21.01.2017 um ca. 13:25:26 Uhr durch die Ausstrahlung eines Werbespots zugunsten der Tageszeitung „Österreich“ einschließlich des Hinweises „Jetzt mit Sportzeitung“ gegen § 14 Abs. 8 Satz 1 ORF-G verstoßen hat, wonach Fernsehwerbung für periodische Druckwerke auf den Titel (Namen des Druckwerks) und die Blattlinie, nicht aber auf deren Inhalte hinweisen darf.

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 an einem Samstag zwischen 11:00 und 13:30 Uhr im Fernsehprogramm ORF eins in folgender Weise durch Verlesung durch einen Sprecher und Einblendung des Textes im Bild zu veröffentlichen:

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

Der ORF hat am 21. Jänner 2017 im Fernsehprogramm ORF eins Werbung ausgestrahlt, die am Ende nicht durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Programmteilen getrennt war. Dadurch wurde gegen die gesetzliche Trennungspflicht von Werbung verstoßen.

Weiters hat der ORF am 21. Jänner 2017 im Fernsehprogramm ORF eins Werbung für die Tageszeitung „Österreich“ ausgestrahlt. Durch den Hinweis auf konkrete Inhalte wurde gegen das

gesetzliche Verbot verstoßen, wonach Fernsehwerbung für periodische Druckwerke nur auf deren Titel und die Blattlinie, nicht aber auf deren Inhalte hinweisen darf.“

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

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Im Zuge der gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 50/2016, der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) obliegenden Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-Gesetzes, BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 120/2016, („Kommerzielle Kommunikation“) sowie der werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und 18 ORF-G durch den Österreichischen Rundfunk (ORF) und seine Tochtergesellschaften, wurden u.a. Teile des am 21.01.2017 ausgestrahlten Fernsehprogramms ORF eins ausgewertet.

Aufgrund der Vermutung von Verletzungen von Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-G im Hinblick auf die Verletzung des gesetzlichen Trennungsgebotes von Werbung sowie auf die Ausstrahlung von Werbung für ein periodisches Druckwerk wurde mit Schreiben vom 30.01.2017, KOA 3.500/17-003, gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG iVm §§ 35 bis 37 ORF-G ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen eingeleitet und dem ORF Gelegenheit gegeben, binnen zwei Wochen ab Zustellung des Schreibens zum Sachverhalt und der rechtlichen Würdigung Stellung zu nehmen.

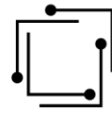
Mit Schreiben vom 16.02.2017 übermittelte der ORF eine Stellungnahme, in der er der rechtlichen Würdigung der KommAustria bezüglich der Verletzung des § 14 Abs. 8 Satz 1 ORF-G (Inhaltswerbeverbot für Printmedien) entgegentritt. Die Verletzung des Trennungsgebotes nach dem werblich gestalteten Sponsorhinweis zugunsten von „Josko“ wurde seitens des ORF nicht bestritten.

2. Sachverhalt

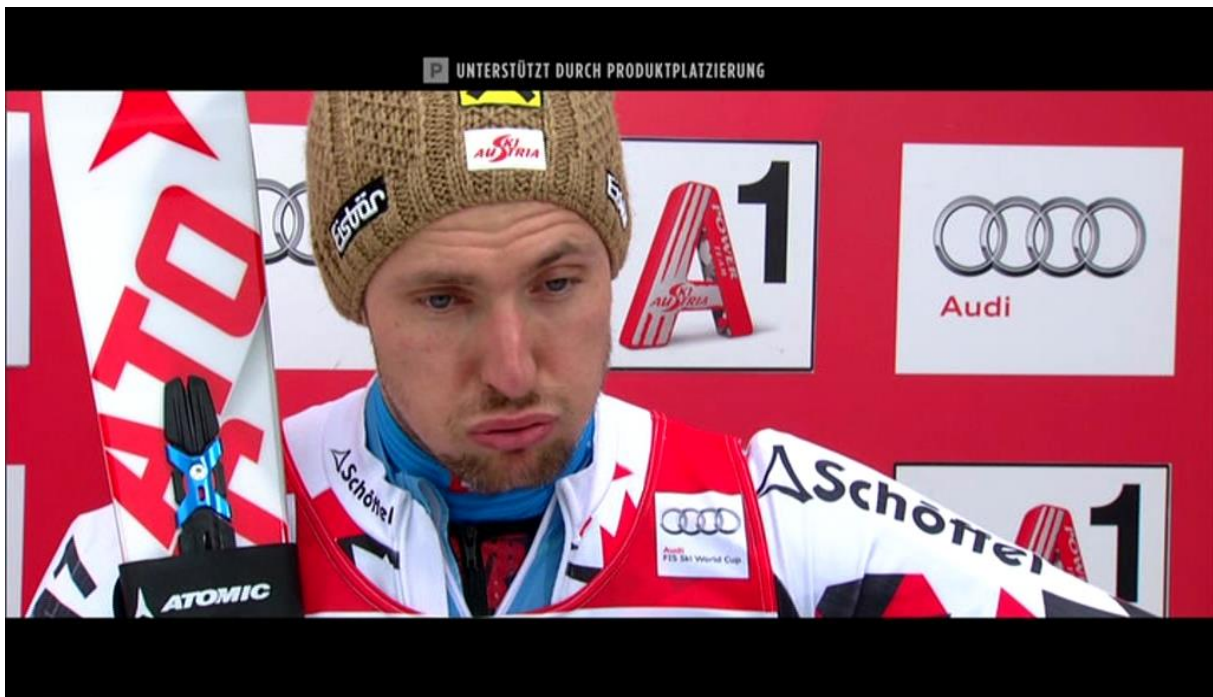
Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

2.1. Werbung für „Josko“ am 21.01.2017 um ca. 11:18 Uhr in ORF eins

Am 21.01.2017 wird um ca. 11:18:31 Uhr nach einem Werbetrenner ein werblich gestalteter Sponsorhinweis zugunsten von „Josko“ gesendet. Dieser beinhaltet u.a. die Aussage *„Spitzenleistungen mit Weitblick gibt's auch beim Hausbauen – durch moderne und schlanke Fenstersysteme, Hebe-/Schiebetüren und Ganzglassysteme von Josko“*.



Unmittelbar danach wird um ca. 11:18:41 Uhr das redaktionelle Programm mit einem „ORF-Gewinnspiel“ fortgesetzt. An dessen Beginn ist ein Produktplatzierungshinweis mit dem Buchstaben „P“ und dem Schriftzug „Unterstützt durch Produktplatzierung“ zu sehen. Das Senderlogo von ORF eins wird nicht eingeblendet.



Man sieht bekannte, österreichische SkirennfahrerInnen, wie sie die Pisten hinunterfahren, sowie Bilder jubelnder Fans.

Ein Sprecher beginnt mit dem Text „*Mitfiebern, mitjubeln, mitspielen, beim ORF Sport Gewinnspiel auf extra.orf.at wollen wir von Ihnen wissen: In welcher Disziplin wurde das erste Weltcuprennen ausgetragen? Spielen Sie jetzt mit. Gewinnen Sie eines von drei Zirben-Bettwarenssets, bestehend aus Bettdecke und Kissen, aus Österreich, zur Verfügung gestellt von Hefel-Textil*“.

Am Ende wird der beschriebene Gewinn gezeigt:



Es erfolgt die neuerliche Einblendung des Produktplatzierungshinweises.

Danach, um ca. 11:19:06 Uhr, wird ein Programmhinweis auf die Ski-WM in St. Moritz ausgestrahlt.

2.2. Werbung für die Zeitung „Österreich“ am 21.01.2017 um ca. 13:25 Uhr in ORF eins

Am 21.01.2017 wird um ca. 13:25:26 Uhr im Rahmen eines Werbeblocks nach einem Werbespot für „Oral B“ ein Werbespot für die Tageszeitung „Österreich“ ausgestrahlt, der wie folgt gestaltet ist:

Ein Sprecher spricht folgenden Text, der parallel auch mit Schreibmaschinentönen hinterlegt im Bild ausgegeben wird: „*Den besten Sport gibt's nur in Österreich.*“ Dann wird die Tageszeitung „Österreich“ wie folgt dargestellt:



Eine Sprecherin spricht während dieser Einblendung den Text: „Jetzt mit Sportzeitung.“

Anschließend folgt um ca. 13:25:31 Uhr ein Werbe-Reminder.

3. Beweismwürdigung

Die Feststellungen zum Sendungsablauf gründen sich auf die vorliegenden Aufzeichnungen der Sendungen und wurden vom ORF nicht bestritten.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde und Rechtsgrundlagen

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 9 KOG obliegt der KommAustria die Wahrnehmung der Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk und seine Tochtergesellschaften nach Maßgabe des ORF-G. Gemäß § 35 ORF-G obliegt der KommAustria als Regulierungsbehörde die Rechtsaufsicht über den ORF.

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria u.a. 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 Sendungen den begründeten Verdacht der Verletzung von Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-G ergeben, weswegen in weiterer Folge ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG iVm §§ 35, 36 und 37 ORF-G einzuleiten 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.

4.2. Materiell anzuwendende Rechtsvorschriften

§ 1a ORF-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 1a. *Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet*

[...]

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;“

§ 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. [...]*

(8) Fernsehwerbung für periodische Druckwerke darf auf den Titel (Namen des Druckwerks) und die Blattlinie, nicht aber auf deren Inhalte hinweisen. Die dafür eingeräumte Sendezeit darf nicht mehr als zwei Minuten der gesamten wöchentlichen Werbezeit betragen. Die Vergabe dieser Sendezeiten und der Tarife hat gegenüber allen Medieninhabern dieser Druckwerke zu gleichen und nichtdiskriminierenden Bedingungen zu erfolgen. Näheres regelt das Tarifwerk der kommerziellen Kommunikation (§ 23 Abs. 2 Z 8).“

4.3. Verletzung von § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G durch die fehlende Trennung am Ende eines werblich gestalteten Sponsorhinweises für „Josko“ am 21.01.2017 um ca. 11:18 Uhr in ORF eins (Spruchpunkt 1.1.)

Der von ca. 11:18:31 bis 11:18:41 Uhr gesendete Sponsorhinweis zugunsten von „Josko“ ist aufgrund der qualitativ-wertenden Aussagen hinsichtlich der Fenstersysteme eindeutig als

werblich gestaltet und damit als Werbung iSd § 1a Z 8 ORF-G zu qualifizieren. Dies indiziert insbesondere auch der Werbetrenner vor dem Spot; auch der ORF ist dieser Wertung nicht entgegengetreten.

Somit ist der Spot gemäß § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen, was auch ein geeignetes Trennmittel nach dem Spot erforderlich macht. Im vorliegenden Fall wird jedoch nach der Werbung nahtlos in das redaktionelle Programm in Form des ORF-Gewinnspiels übergeleitet.

Eine eindeutige Trennung von Werbung von anderen Programmteilen liegt nach der stRSpr nur dann vor, wenn für den Zuseher zweifelsfrei erkennbar ist, dass nun Werbung folgt, oder aber Werbung beendet wird und wieder das redaktionelle Programm beginnt. Dem Rundfunkveranstalter kommt bei der Wahl der zur Trennung verwendeten Mittel ein gewisser Gestaltungsspielraum zu, solange gewährleistet ist, dass auf Seiten des Zusehers jeder Zweifel darüber ausgeschlossen ist, ob nun nach einem bestimmten Trennungselement Werbung oder eben redaktionelles Programm folgt (vgl. u.a. BKS 27.06.2008, GZ 611.941/0001-BKS/2008, mwN).

Es liegt kein Fall vor, in dem etwa aufgrund der spezifischen Gestaltung einer Einleitungssequenz für den Zuseher von Beginn an jeder Zweifel über den redaktionellen Charakter der nachfolgenden Ausstrahlung beseitigt wäre; vielmehr lassen das Fehlen des Senderlogos sowie die großflächige Präsentation eines Gewinnspielpreises durchaus auch eine Fortsetzung der Werbung möglich erscheinen.

Im gegenständlichen Fall geht der am 21.01.2017 um ca. 11:18:41 Uhr endende werblich gestaltete Sponsorhinweis unmittelbar in das redaktionelle Programm über, sodass hierdurch § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G verletzt wurde.

4.4. Verletzung des § 14 Abs. 8 Satz 1 ORF-G durch Werbung für die Zeitung „Österreich“ am 21.01.2017 um ca. 13:25 Uhr in ORF eins (Spruchpunkt 1.2.)

Die KommAustria ging im Zuge der Einleitung des Rechtsverletzungsverfahrens davon aus, dass der gegenständliche Werbespot zugunsten der Tageszeitung „Österreich“ gegen das sogenannte „Inhaltswerbeverbot“ des § 14 Abs. 8 Satz 1 ORF-G verstößt.

Der ORF verwies in seiner Stellungnahme vom 16.02.2017 auf jene vom 29.02.2016, KOA 3.500/16-011, die er im Zuge eines Verfahrens erstattet hatte, in dem die Ausstrahlung desselben Werbespots im Jänner 2016 im Fernsehprogramm ORF eins mit Bescheid der KommAustria vom 27.09.2016, KOA 3.500/16-038, als rechtswidrig festgestellt wurde; darin hielt er der Sichtweise der KommAustria im Wesentlichen Folgendes entgegen:

Die rechtliche Beurteilung der KommAustria schieße weit über das vom Gesetzgeber intendierte Ziel und den gesetzlichen Wortlaut hinaus. Verboten seien Hinweise auf den Inhalt von periodischen Druckwerken, soweit es nicht um Hinweise auf Titel oder Blattlinie gehe. Das von der KommAustria zitierte Erkenntnis des VwGH (23.05.2007, 2006/04/0204), wonach der Begriff „Inhalt“ weit gefasst werde, sodass alles, was nicht „Titel“ und „Blattlinie“ sei, als „Inhalt“ des periodischen Druckwerks anzusehen sei, könne nicht dahingehend verstanden werden, dass nur mehr ein formaler Vergleich eines Spots mit dem Text der Blattlinie eine Entscheidung der (Un-)Zulässigkeit eines Spots ermöglichen könnte.

Beispielsweise wäre bei einer Blattlinie, wie „XY vertritt in Unabhängigkeit von den politischen Parteien bürgerlich-liberale Auffassungen auf einem gehobenen Niveau. Sie tritt für die parlamentarische Demokratie auf der Grundlage des Mehrparteiensystems und die Rechtsstaatlichkeit ein“ jegliche Gestaltung eines Spots, die über die Einblendung dieses Texts hinausgehe, bereits verboten. Denn jede Bildgestaltung arbeite notwendig mit Elementen und Inhalten bzw. auch Personen, die in der Blattlinie nicht im Entferntesten angesprochen werden (können bzw. iSd § 14 Abs. 8 ORF-G dürfen). Allein daraus sei schon ersichtlich, dass es Informationen geben müsse, die – weil völlig unzweifelhaft nicht als Inhalt eines periodischen Druckwerks aufzufassen – in einem Werbespot Verwendung finden dürfen, setze der Gesetzgeber doch eine („herkömmliche“) Gestaltung von Spots bei einer Regelung zur Fernsehwerbung voraus und verbiete nur Hinweise auf den Inhalt des Mediums. Auch nach der Literatur seien etwa „werbewirksame Ergänzungen“ unproblematisch (Kogler/Trainer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze³, 174).

Insofern sei die aus dem Erkenntnis des VwGH entnommene Passage vor allem auf den dort verfahrensgegenständlichen Sachverhalt bezogen zu verstehen: Die Bewerbung von TVMedia mit dem aktuellen Cover (bereinigt um Schlagzeilen, nicht aber um das Titelbild) und mit Bild-Stickern von Fußballspielern als Extrabeilage zum Druckwerk. Nicht inkriminiert seien (bisher) Rahmenbedingungen worden, die für eine Kaufentscheidung zwar von Interesse seien, die aber als (von der Blattlinie abweichender) Inhalt ausscheiden würden, wie etwa die Erscheinungshäufigkeit, der Erscheinungstag, der Kaufpreis, das Papierformat oder die Möglichkeit des Abobezugs. Nichts davon sei denkmöglich als „Inhalt“ des periodischen Druckwerks zu qualifizieren. [...]

Auch durch den Hinweis auf die „Sportzeitung“ werde kein bestimmter (verpöner) Inhalt beworben. Dass nämlich „Sport“ als Bestandteil der Blattlinie als solches beworben werden dürfe („...mit dem besten Sport...“), dürfte unstrittig sein. Wenn dieser Teil der Zeitung als „herausnehmbares Format“ beworben werde, überschreite dies keine Grenze zur verbotenen Inhaltswerbung. Vielmehr werde – im Unterschied zu Entscheidungen zu Olympia-Extrahäften o.A. – gerade kein verbotener (konkreter) Inhalt beworben. Insofern werde im inkriminierten Werbespot also kein als Extraheft „getarnter Inhalt“ beworben, um damit die Regelung samt ihrem Zweck zu umgehen (hierzu VwGH 23.05.2007, 2006/04/0204), sondern nur der Sport als Bestandteil der Blattlinie in seiner formalen Ausgestaltung als Sportzeitung.

Nach Auffassung der KommAustria vermögen diese erneut vorgebrachten Ausführungen nicht zu überzeugen:

Unstrittig ist, dass es sich bei dem gegenständlichen Spot um Werbung im Sinne des § 1a Z 8 ORF-G handelt, dass dieser also gegen Entgelt mit dem Ziel gesendet wurde, den entgeltlichen Absatz der Tageszeitung „Österreich“ zu fördern. Ebenso ist unstrittig, dass es sich bei der Tageszeitung „Österreich“ um ein periodisches Druckwerk im Sinne des § 1 Abs. 1 Z 5 MedienG handelt, zumal sie täglich unter demselben Namen in fortlaufenden Nummern erscheint.

Nach Auffassung der KommAustria handelt es sich bei der Aussage „Jetzt mit Sportzeitung“ und der (symbolhaften) Darstellung derselben im Bild um einen Hinweis auf den Inhalt des periodischen Druckwerks, weil damit ein konkreter Bestandteil der aktuellen Ausgabe beworben wird. Gemäß § 14 Abs. 8 Satz 1 ORF-G ist Werbung im Fernsehen für periodische Druckwerke nur hinsichtlich deren Titel und Blattlinie, nicht aber hinsichtlich deren Inhalte zulässig. Der Begriff

„Inhalt“ ist nach der stRspr weit gefasst, sodass alles, was nicht „Titel“ und „Blattlinie“ ist, als „Inhalt“ des periodischen Druckwerks anzusehen ist (vgl. VwGH 23.05.2007, 2006/04/0204, sowie BKS 23.06.2006, 611.009/0010-BKS/2006, bestätigt durch VwGH 11.10.2007, 2006/04/0140, zum vergleichbaren Sachverhalt der Bewerbung eines „Olympia-Extrahefts“).

Die sachverhaltsmäßig relevante Bewerbung ist unzweifelhaft auf einen aktuell verfügbaren Inhalt der Zeitung gerichtet, was sich schon aus der Verwendung des Wortes „Jetzt“ ergibt. Dem durchschnittlichen Zuseher wird sowohl in der optischen als auch verbalen Gestaltung des Spots eindeutig kommuniziert, dass im Rahmen der Tageszeitung aktuell („Jetzt“) ein zusätzlicher („mit“) Inhalt („Sportzeitung“) angeboten wird. Ob dieser Inhalt regelmäßig angeboten wird, kann mangels Relevanz dahingestellt bleiben. Eine im Rahmen der Zeitung „Österreich“ enthaltene (allenfalls herausnehmbare) Sportzeitung ist somit als Inhalt gemäß § 14 Abs. 8 Satz 1 ORF-G zu qualifizieren.

Durch den am 21.01.2017 um ca. 13:25:26 Uhr ausgestrahlten Werbespot für die Zeitung „Österreich“ wurde daher § 14 Abs. 8 Satz 1 ORF-G verletzt.

4.5. Zur Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkte 2. und 3.)

Der Ausspruch über die Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkt 2.) stützt sich auf § 37 Abs. 4 ORF-G und dessen Auslegung im Sinne der Rechtsprechung der Gerichtshöfe öffentlichen Rechts (vgl. VfSlg. 12.497/1990 und VwGH 15.09.2004, 2003/04/0045). Nach dem zitierten Erkenntnis des Verfassungsgerichtshofs 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 Aufzeichnung (Spruchpunkt 3.) 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 für Gebühren, Verkehrssteuern und Glückspiel (IBAN: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 3.500/17-022“, 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 10. Juli 2017

Kommunikationsbehörde Austria

Mag. Michael Truppe
(Mitglied)