



Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Fernsehveranstalter gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 24/2020, gemäß §§ 60, 61 Abs. 1 und 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 86/2015, fest, dass die ATV Privat TV GmbH & Co KG am 20.02.2020 in ihrem Satellitenfernsehprogramm „ATV“
 - a. § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G dadurch verletzt hat, dass die Sendung „Teenager werden Mütter“ an ihrem Beginn um ca. 20:15:03 Uhr sowie bei Fortsetzung nach den Werbeunterbrechungen um ca. 20:54:08 Uhr und ca. 21:23:15 Uhr keine ausreichenden Hinweise auf die enthaltene Produktplatzierung aufgewiesen hat, und
 - b. § 43 Abs. 2 AMD-G dadurch verletzt hat, dass um ca. 20:50:54 Uhr und um ca. 21:55:40 Uhr Werbespots nicht durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig vom anschließenden redaktionellen Programm getrennt wurden.
2. Der ATV Privat TV GmbH & Co KG wird gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G aufgetragen, nachfolgenden Text innerhalb von sechs Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides an einem Wochentag zwischen 20:00 und 22:00 Uhr vor oder nach einem Werbeblock durch Verlesung durch einen Sprecher sowie Einblendung des Textes im Bild in folgender Form zu veröffentlichen:

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

Die ATV Privat TV GmbH & Co KG hat am 20.02.2020 in ihrem Fernsehprogramm ATV nicht ausreichend auf die in der Sendung ‚Teenager werden Mütter‘ enthaltene Produktplatzierung hingewiesen sowie zwei Werbeblöcke an ihrem Ende nicht eindeutig durch räumliche, optische oder akustische Mittel vom nachfolgenden Programm getrennt. Dadurch hat sie gegen § 38 Abs. 4 Z 4 und § 43 Abs. 2 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz verstoßen.“
3. Der ATV Privat TV GmbH & Co KG wird gemäß § 29 Abs. 1 AMD-G aufgetragen, der KommAustria zum Nachweis der Erfüllung des Auftrags gemäß Spruchpunkt 2. binnen weiterer zwei Wochen Aufzeichnungen zu übermitteln.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Im Zuge der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KOG der KommAustria obliegenden Aufgabe der Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch private Fernsehveranstalter forderte die KommAustria die ATV Privat TV GmbH & Co KG mit Schreiben vom 21.02.2020 zur Vorlage von Aufzeichnungen der von ihr am 20.02.2020 von 20:00 bis 22:00 Uhr im Programm „ATV“ ausgestrahlten Inhalte auf.

Mit Schreiben vom 25.02.2020 legte die ATV Privat TV GmbH & Co KG Aufzeichnungen vor.

Mit Schreiben vom 12.03.2020 leitete die KommAustria ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen wegen des Verdachts ein, dass die von der ATV Privat TV GmbH & Co KG als Anbieterin des Fernsehprogramms „ATV“ am 20.02.2020 ausgestrahlte Sendung „Teenager werden Mütter“ an ihrem Beginn sowie bei Fortsetzung nach den Werbeunterbrechungen keinen den Vorgaben von § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G entsprechenden Hinweis auf die enthaltene Produktplatzierung aufgewiesen hat, und Fernsehwerbung um ca. 20:50:54 Uhr sowie um ca. 21:55:40 Uhr entgegen § 43 Abs. 2 AMD-G nicht durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig vom redaktionellen Programm getrennt wurde.

Mit Schreiben vom 15.05.2020 nahm die ATV Privat TV GmbH & Co KG hierzu dahingehend Stellung, dass die Verzögerung bei der Einblendung des Produktplatzierungshinweises technisch bedingt sei, zumal diese automatisiert erst in das bereits laufende Programm eingeblendet werden könne. Warum es im konkreten Fall zu einer Verzögerung von rund 20 Sekunden gekommen sei, lasse sich nicht rekonstruieren. Zwar sei die von der KommAustria vorgenommene Beurteilung, dass eine Verzögerung von 20 Sekunden nicht „unmittelbar“ im Sinne des § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G sei, rechtlich nicht zwingend, es seien allerdings intern bereits alle erforderlichen Maßnahmen getroffen worden, um in Zukunft sicherzustellen, dass es bei der Einblendung der Produktplatzierungshinweise nicht mehr zu vergleichbaren Verzögerungen komme.

Hinsichtlich der vorgehaltenen Verletzung des Trennungsgebots sei die ATV Privat TV GmbH & Co KG der Ansicht, dass nach dem Ende des Werbeblocks der Beginn des neuen programmlichen Elements „Bekanntgabe der Lottozahlen“ durch die graphische Darstellung eindeutig erkennbar und daher grundsätzlich kein zusätzliches Trennelement erforderlich sei. Im konkreten Fall lasse sich der von der KommAustria vermutete Verstoß gegen das Trennungsgebot nur damit begründen, dass im konkreten Werbeblock zufällig der letzte Werbespot ebenfalls für ein Angebot der Österreichischen Lotterien ausgespielt worden sei. Lediglich in diesem Sinne könnte die klare Erkennbarkeit und Unterscheidbarkeit fehlen, weshalb auch im Hinblick auf die Aufeinanderfolge von Werbespots der Lotterien Austria mit nachfolgenden Programmteilen, die ebenfalls diesen Werbetreibenden betreffen, bereits Maßnahmen getroffen worden seien.

2. Sachverhalt

Aufgrund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

2.1. Fernsehveranstalterin und Zulassung

Die ATV Privat TV GmbH & Co KG ist aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 20.10.2014, KOA 2.135/14-017, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des Satellitenfernsehprogramms „ATV“.

2.2. Sendungsablauf am 20.02.2020 von 20:00 bis 22:00 Uhr

Am 20.02.2020 wurde im Programm „ATV“ ab ca. 20:15:03 Uhr eine Folge der Sendung „Teenager werden Mütter“ ausgestrahlt, welche mit einer ca. zehn Sekunden dauernden Signation beginnt.

Ab ca. 20:15:23 Uhr wird am rechten oberen Bildrand für ca. vier Sekunden der Schriftzug „Bitte beachten Sie die Produktplatzierungen!“ eingeblendet.



Abbildung 1

Diese Sendung wird um ca. 20:43:37 Uhr durch einen Werbeblock unterbrochen. Als letzter Spot dieses Werbeblocks wird um ca. 20:50:50 Uhr ein Spot für „Lotto“ ausgestrahlt.

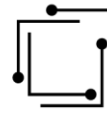


Abbildung 2

Unmittelbar anschließend werden um ca. 20:50:54 Uhr beginnend mit der Einblendung der Spielbezeichnungen „Lotto“, „Lotto plus“ und „Joker“ die in der Ziehung vom 19.02.2020 gezogenen Lottozahlen sowie die Gewinne dieser Lottoziehung jeweils für die Spiele „Lotto“, „Lotto plus“ und „Joker“ dargestellt und verlesen. Dabei wird durchgehend am rechten oberen Bildrand das „ATV“-Senderlogo sowie der Hinweis „Beachten Sie die Produktplatzierung“ eingeblendet.



Abbildung 3



Ziehung 19.02.2020

Beachten Sie die Produktplatzierung

ATV HD

LOTTO

JP	Sechser	€ 5.015.647,34
5	Fünfer+Zusatzzahl	€ 37.386,00
131	Fünfer	€ 1.556,60
511	Vierer+Zusatzzahl	€ 119,70
7.855	Vierer	€ 43,20
11.931	Dreier+Zusatzzahl	€ 12,80
121.140	Dreier	€ 5,00
355.810	Zusatzzahl	€ 1,20

Ohne Gewähr

16+

SPIELE MIT Verantwortung

österreichische LOTTERIEN

www.win2day.at

Abbildung 4

Anschließend folgen um ca. 20:52:23 Uhr Programmhinweise, u.a. auf die Sendungen „Polizisten & Tuner“ sowie „24h – Polizeieinsatz in Graz“, sowie ein einzelner Werbespot (im Rahmen eines „Split-Screens“).

ATV

Neu auf ATV

Sa 20:15
Polizisten & Tuner

Sa 21:15
24h - Polizeieinsatz in Graz

Abbildung 5

Der Wiederbeginn der Sendung „Teenager werden Mütter“ erfolgt um ca. 20:54:08 Uhr mit einer etwa fünf Sekunden langen Signation. Um ca. 20:54:28 Uhr – also wiederum erst etwa 20 Sekunden nach Sendungsbeginn – wird am rechten oberen Bildrand für ca. vier Sekunden der Schriftzug „Beachten Sie bitte die Produktplatzierungen!“ eingeblendet.



Abbildung 6

Um ca. 21:17:12 Uhr wird die Sendung „Teenager werden Mütter“ wiederum durch einen Werbeblock unterbrochen. Nach Fortsetzung der Sendung um ca. 21:23:15 Uhr wird um ca. 21:23:35 Uhr für ca. vier Sekunden der Schriftzug „Beachten Sie bitte die Produktplatzierungen!“ eingeblendet.

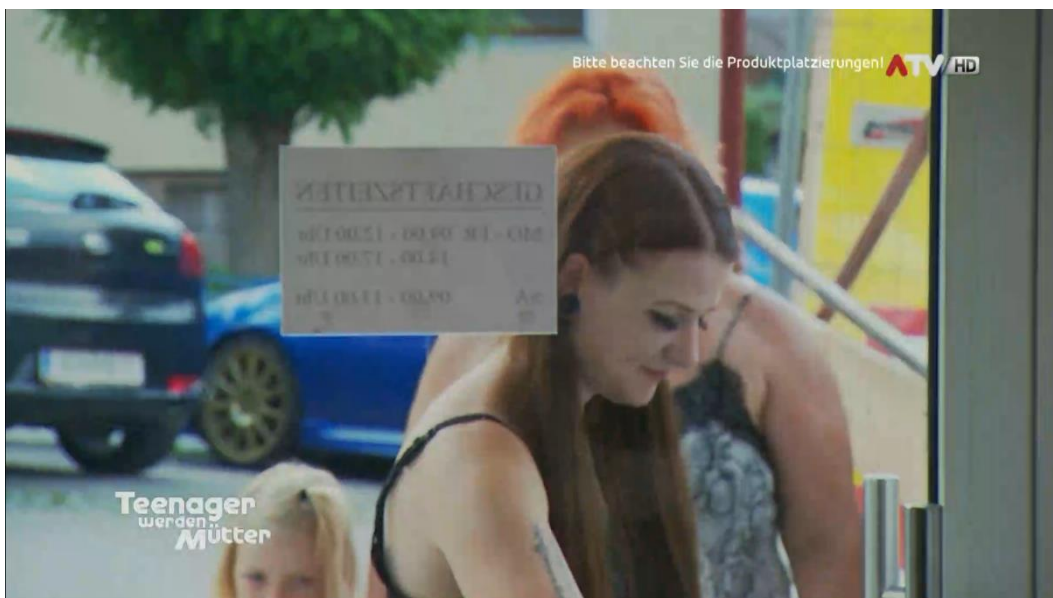


Abbildung 7

Die Sendung „Teenager werden Mütter“ endet nach einem Produktplatzierungshinweis um ca. 21:30:28 Uhr, im Anschluss folgt ein Hinweis auf die Mediathek von ATV sowie ein Werbespot.

Ab ca. 21:30:50 Uhr wird die Sendung „Saturday Night Fever“ ausgestrahlt, die beginnend mit ca. 21:49:53 Uhr wiederum von einem Werbeblock unterbrochen wird. Am Ende dieses Werbeblocks um ca. 21:55:40 Uhr wiederholt sich der oben dargestellte Ablauf, wonach der letzte Werbespot des Werbeblocks, mit dem wiederum ein Produkt der Österreichischen Lotterien („Lotto“) beworben wird, unmittelbar und ohne Trennelement in die Darstellung der Lottozahlen und Lottogewinne (hier „Lucky Day“, Ziehung vom 20.02.2020, wiederum mit Senderlogo und Produktplatzierungshinweis) übergeht.



Abbildung 8



Abbildung 9

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zur Zulassung der ATV Privat TV GmbH & Co KG zur Veranstaltung des Fernsehprogramms „ATV“ beruhen auf dem zitierten Bescheid sowie den zugrundeliegenden Akten der KommAustria.

Die Feststellungen zum Sendungsablauf im Fernsehprogramm „ATV“ am 20.02.2020 beruhen auf den vorliegenden Aufzeichnungen des Programms.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde und Verfahren

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria unter anderem die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch private Rundfunkveranstalter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber in monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern und Mediendienstanbietern Auswertungen von Sendungen, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, hat die Regulierungsbehörde jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen.

Aufgrund der Ergebnisse dieser Auswertung war betreffend den oben dargestellten Sachverhalt ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 AMD-G einzuleiten und der ATV Privat TV GmbH & Co KG dazu Gelegenheit zur Stellungnahme einzuräumen.

4.2. Rechtsgrundlagen

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist:

[...]

2. audiovisuelle kommerzielle Kommunikation: Bilder mit oder ohne Ton, die

a) der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, oder

b) der Unterstützung einer Sache oder einer Idee

dienen. Diese Bilder sind einer Sendung gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der lit. a als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung, die

Darstellung von Produktionshilfen von unbedeutendem Wert, Sponsorhinweise und auch Werbung gemäß Z 40;

[...]

27. Produktplatzierung: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung, sofern diese von unbedeutendem Wert sind;

[...]

40. Werbung: jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die in Fernsehprogrammen vom Anbieter (Fernsehwerbung) oder als Bestandteil eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf vom Anbieter entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet oder bereitgestellt wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern. Werbung umfasst weiters jede Äußerung zur Unterstützung einer Sache oder Idee, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung verbreitet wird (ideelle Werbung); [...]"

§ 38 AMD-G lautet auszugsweise:

„Produktplatzierung

§ 38. (1) *Produktplatzierung ist vorbehaltlich der Regelungen der Abs. 2 und 3 unzulässig.*

(2) *Nicht unter das Verbot des Abs. 1 fällt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung.*

(3) *Ausgenommen vom Verbot des Abs. 1 sind Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung. Diese Ausnahme gilt nicht für Kindersendungen.*

(4) *Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, müssen folgenden Anforderungen genügen:*

[...]

4. Sie sind zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig durch einen Hinweis zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern.

(5) ...“

§ 43 AMD-G lautet auszugsweise:

„Erkennbarkeit und Trennung

§ 43. (1) *Fernsehwerbung und Teleshopping müssen leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein.*

(2) *Fernsehwerbung und Teleshopping müssen durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen getrennt sein.*

(3) *Dauerwerbesendungen sind zusätzlich zu den Anforderungen nach den vorstehenden Absätzen während ihrer gesamten Dauer mit dem eindeutig erkennbaren Schriftzug „Dauerwerbesendung“ zu kennzeichnen.“*

4.3. Unzureichende Kennzeichnung von Produktplatzierung

Gemäß § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G sind Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, am Sendungsbeginn sowie bei Fortsetzung der Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig als solche zu kennzeichnen.

Die Sendung „Teenager werden Mütter“ enthält zwar Hinweise auf die enthaltenen Produktplatzierungen („Beachten Sie bitte die Produktplatzierungen!“), diese werden allerdings erst ca. 20 Sekunden nach Sendungsbeginn sowie ca. 20 Sekunden nach Wiederbeginn der Sendung (und zu diesen Zeitpunkten lediglich in der Dauer von jeweils ca. vier Sekunden) eingeblendet.

In dieser konkreten Ausgestaltung – angesichts der Dauer der Einblendung und insbesondere des Abstandes zum (Wieder-)Beginn der Sendung – genügen diese Hinweise nicht den Anforderungen des § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G. Nach dieser Bestimmung ist „jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern“. Daraus folgt nach Ansicht der KommAustria, dass Produktplatzierungshinweise unmittelbar nach Sendungsbeginn bzw. Fortsetzung der Sendung auszustrahlen sind; bei einem Abstand zum Beginn bzw. zur Fortsetzung der Sendung (bzw. zur einleitenden Sendungs-Signation) wie im gegenständlichen Verfahren liegt die Aufmerksamkeit der Zuseher nämlich schon auf dem Inhalt der bereits begonnenen Sendung (Bild und ein- bzw. überleitender Kommentar bzw. beginnender Dialog). Damit ist im Umkehrschluss die Aufmerksamkeit der Zuseher für die – gegenständlich zudem lediglich jeweils vier Sekunden langen – Produktplatzierungshinweise nicht mehr die gleiche wie am unmittelbaren (Wieder-)Beginn der Sendung (in Form einer Signation).

Soweit die ATV Privat TV GmbH & Co KG in ihrer Stellungnahme ohne weitere Ausführungen vorbringt, diese Auslegung sei „nicht zwingend“, ist ihr zu entgegen, dass die gesetzlichen Formulierungen, wonach ein Hinweis auf die Produktplatzierung jeweils „zu Sendungsbeginn“ sowie „bei Fortsetzung nach einer Werbeunterbrechung“ zu erfolgen hat, in Verbindung mit dem ausdrücklichen gesetzlichen Hinweis, wonach diese Bestimmung dazu dient, „jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern“, nach Ansicht der KommAustria kein anderes Verständnis zulässt als jenes, dass der Hinweis auf die Produktplatzierung nicht irgendwann, sondern unmittelbar nach Beginn bzw. Wiederbeginn der Sendung zu erfolgen hat.

Es war daher festzustellen, dass die Sendung „Teenager werden Mütter“ vom 20.02.2020 an ihrem Beginn um ca. 20:15:03 Uhr sowie bei Fortsetzung nach den Werbeunterbrechungen um ca. 20:54:08 Uhr und um ca. 21:23:15 Uhr keinen § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G entsprechenden Hinweis auf die enthaltene Produktplatzierung aufgewiesen hat (Spruchpunkt 1.a.).

4.4. Fehlende Trennung von Werbung und redaktionellem Programm

Die KommAustria geht davon aus, dass es sich bei der Bekanntgabe der Ziehungsergebnisse der österreichischen Lotterien („Lotto“, „Lotto plus“ und „Joker“ um ca. 20:50 Uhr, „Lucky Day“ um ca. 21:55 Uhr) um ein redaktionelles Programm mit gemäß § 38 Abs. 3 AMD-G zulässiger Produktplatzierung handelt. Diese ist auch, da der entsprechende Hinweis über die gesamte Sendungsdauer eingeblendet wird, im Sinne des § 38 Abs. 4 Z 4 AMD-G ausreichend offengelegt.

Gemäß § 43 Abs. 2 AMD-G ist Fernsehwerbung durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Sendungs- und Programmteilen zu trennen.

Eine solche Trennung zwischen dem vorangegangenen Werbeblock und der redaktionellen Darstellung der Ergebnisse der Lottoziehung ist hier nicht ersichtlich, insbesondere angesichts dessen, dass es sich beim letzten Werbespot des vorangegangenen Werbeblocks jeweils um einen für Leistungen der Österreichischen Lotterien gehandelt hat, und somit Werbung für die Österreichischen Lotterien unmittelbar in redaktionelles Programm zu den Ziehungsergebnissen der österreichischen Lotterien übergegangen ist.

Dieser Annahme tritt die ATV Privat TV GmbH & Co KG im Hinblick auf die konkrete gegenständliche Abfolge (Ergebnisse der Lottoziehungen im unmittelbaren Anschluss an Werbespot für die österreichischen Lotterien) auch nicht entgegen.

Ob die die Präsentation der Ergebnisse der Lottoziehungen einleitende Signation dem Trennungsgebot genüge getan hätte, wenn unmittelbar zuvor nicht ausgerechnet ein Werbespot für Leistungen der Österreichischen Lotterien ausgestrahlt worden wäre, kann im gegenständlichen Fall dahingestellt bleiben, da dies gerade nicht der (wiederholten) Programmierung der Werbespots durch die ATV Privat TV GmbH & Co KG im beobachteten Zeitraum entspricht.

Es war daher festzustellen, dass die ATV Privat TV GmbH & Co KG am 20.02.2020 in ihrem Programm „ATV“ um ca. 20:50:54 Uhr und um ca. 21:55:40 Uhr jeweils § 43 Abs. 2 AMD-G verletzt hat, indem Fernsehwerbung nicht durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig vom nachfolgenden redaktionellen Programm getrennt wurde (Spruchpunkt 1.b.).

4.5. Veröffentlichung der Entscheidung

Der Ausspruch über die Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkt 2.) stützt sich auf § 62 Abs. 3 AMD-G.

Nach der Rechtsprechung zur vergleichbaren Bestimmung des § 37 Abs. 4 ORF-G (vgl. VfSlg. 12.497/1990 und VwGH 15.09.2004, 2003/04/0045) ist die Veröffentlichung der Entscheidung 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 soll diesem Anliegen eines „*contrarius actus*“ Rechnung getragen werden. Die Wahl der Sendezeit der Veröffentlichung ergibt sich aus dem

Umstand, dass die mit diesem Bescheid festgestellte Rechtsverletzung in diesem Zeitrahmen erfolgte.

Die Vorlage der Aufzeichnungen (Spruchpunkt 3.) dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrags zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 29 Abs. 1 AMD-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 2.250/20-013“, 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 29. Mai 2020

Kommunikationsbehörde Austria

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