



Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über Anbieter audiovisueller Mediendienste gemäß § 60, § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 151/2020, fest, dass die BLM Marketing & Event Gesellschaft der Österreichischen Fußball-Bundesliga m.b.H. (FN 167246a), als Anbieterin des audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf „eBundesliga_at“ die Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G idF BGBl. I Nr. 86/2015 dadurch verletzt hat, dass die am 27.11.2020 zum Abruf bereitgestellten Sendungen

- a. „eBundesliga Einzelqualifikation - ASK & RBS“
(<https://www.youtube.com/watch?v=ntwLqonb9SI>) und
- b. „eBundesliga Einzelqualifikation - FAK & WSG“
(<https://www.youtube.com/watch?v=KhGPvRjXcUE>)

nicht an ihrem Anfang oder an ihrem Ende eindeutig als hinsichtlich der Unternehmen „Laola1.at“, „Media Markt“, „Raiffeisen Bank Club“, „Magenta“ und „Krone TV“ gesponsert gekennzeichnet wurden.

2. Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung.

Der BLM Marketing & Event Gesellschaft der Österreichischen Fußball-Bundesliga m.b.H. als Anbieterin des audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf „eBundesliga_at“ wird aufgetragen, nachfolgenden Text innerhalb von sechs Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides in einem mindestens 20 Sekunden lang dauernden Vorspann zu jenem Video, das unter der Internetadresse <https://www.youtube.com/channel/UCVah7uxxxpcL2cLVN-qMgsw> als Erstes bereitgestellt wird, für die Dauer von 72 Stunden einzublenden:

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

In den Videos „eBundesliga Einzelqualifikation - ASK & RBS“ und „eBundesliga Einzelqualifikation - FAK & WSG“ wurde die Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 2 Audiovisuelle Mediendienste Gesetz dadurch verletzt, dass die Beiträge nicht gekennzeichnetes Sponsoring enthalten haben. Dadurch wurde gegen werberechtliche Bestimmungen verstoßen.“

3. Der Anbieterin des audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf „eBundesliga_at“ wird gemäß § 29 Abs. 1 AMD-G aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria zum Nachweis der Erfüllung dieses Auftrags 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 Mediendiensteanbieter wurden u.a. Auswertungen der am 27.11.2020 unter <https://www.youtube.com/channel/UCVah7uxxxpCL2cLVN-qMgsw> zuletzt hochgeladenen und abrufbaren Sendungen „eBundesliga Einzelqualifikation - ASK & RBS“ (<https://www.youtube.com/watch?v=ntwLqonb9SI>) und „eBundesliga Einzelqualifikation - FAK & WSG“ (<https://www.youtube.com/watch?v=KhGPvRjXcUE>) durchgeführt.

Mit Schreiben vom 18.12.2020 leitete die KommAustria ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen wegen des Verdachts ein, die Anbieterin des Abrufdienstes „eBundesliga_at“, BLM Marketing & Event Gesellschaft der Österreichischen Fußball-Bundesliga m.b.H., habe im Rahmen von darin enthaltenen Sendungen die Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G verletzt.

Mit Schreiben vom 12.05.2021 nahm die Anbieterin durch ihre Rechtsvertretung zu den vermuteten Rechtsverletzungen Stellung und führte im Wesentlichen aus, dass sie die Rechtsverletzung bedaure. Die BLM Marketing & Event Gesellschaft der Österreichischen Fußball-Bundesliga m.b.H. betreibe für die eBundesliga einen Youtube-Channel, welcher bei der KommAustria angezeigt sei. Darin seien die gegenständlichen audiovisuellen Inhalte abrufbar und mit einem Hinweis auf Produktplatzierungen gekennzeichnet gewesen. Es werde die behördliche Rechtsansicht zur Kenntnis genommen, dass einige Logoeinblendungen zwar Teil der Sendung, aber nicht Teil der Handlung seien, womit die Bestimmung des § 37 AMD-G zur Anwendung gelange. Konkret würde dies jene Teile betreffen, die während des Standbildes am unteren Bildschirmrand zu sehen gewesen seien, wie auch jene, die während des Spielgeschehens unterhalb der Screenteile, eingeblendet gewesen seien. Es würde in der Konsequenz dieser Einordnung liegen, dass diesfalls auch die Vorgabe des § 37 Abs 1 Z 2 AMD-G zu beachten gewesen wäre. Aufgrund der abweichenden rechtlichen Zuordnung habe die Anbieterin ausschließlich eine Kennzeichnung nach § 38 Abs 2 Z 4 AMD-G, nicht aber auch eine solche nach § 37 Abs 1 Z 2 AMD-G vorgenommen. Die Anbieterin habe sämtliche Videos vorläufig aus dem Channel genommen. Sie werde diese, ebenso wie zukünftige, Videos mit einem Hinweis (auch) auf das Sponsoring versehen.

Die Mediendiensteanbieterin bedaure, dass die zusätzliche Kennzeichnung irrtümlich unterblieben sei und führte ausdrücklich aus, den von der KommAustria angenommen Verpflichtungen zukünftig entsprechen zu werden.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

Die BLM Marketing & Event Gesellschaft der Österreichischen Fußball-Bundesliga m.b.H. (FN 167246a) ist Anbieterin mehrerer Mediendienste, darunter der audiovisuelle Mediendienst auf Abruf „eBundesliga_at“ (Anzeige vom 28.03.2018, KOA 1.950/18-038).

2.1. Die Sendung „eBundesliga Einzelqualifikation - ASK & RBS“ (<https://www.youtube.com/watch?v=ntwLqonb9SI>)

In der Sendung unterhalten sich insgesamt drei Moderatoren und kommentieren die Qualifikationsturniere des computeranimierten Online-Fußballspiels. Am rechten Bildschirmrand ist teilweise der jeweilig aktive Gamer zu sehen, welcher mittels Webcam zugeschaltet ist. Der Bildschirm ist in der Form eines Split-screens geteilt, wobei am unteren Rand vier, teils auch fünf, Markenlogos platziert sind. Das Video zeigt anfänglich für etwa fünfeinhalb Minuten ein Standbild (Abbildung 1), welches ebenfalls mit Logos versehen ist. Dabei wird ein Countdown bis Sendebeginn heruntergezählt.

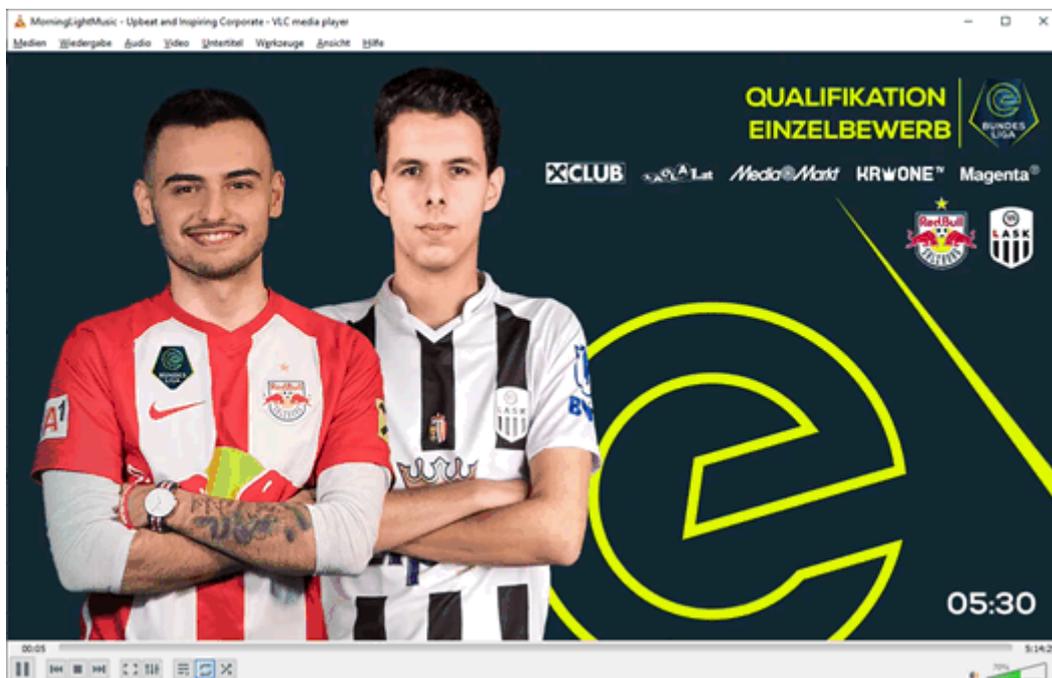


Abbildung 1

Es folgt ein Trailer und sodann eine Einblendung des Logos des Abrufdienstes versehen mit Markenlogos (Abbildung 2). Diese Einblendung ist identisch mit der Schlusssequenz.



Abbildung 2

Die Moderatoren tragen T-Shirts mit dem Logo des Abrufdienstes und dem „Nike“-Logo (Abbildung 3). Auf dem Spielfeld ist eine bewegliche Zaunwerbefläche enthalten, welche mit Werbebotschaften versehen ist. Des Weiteren ist ein Kurzbeitrag (ab Minute 01:18:58) enthalten, in dem der Gewinner der „eACADEMY“ vorgestellt wird. Hier ist am oberen Bildschirmrand ein Verweis auf Produktplatzierungen enthalten. Die Anfangssequenz enthält das „Red Bull“- Logo. Der Gewinner fährt mit einem Kraftfahrzeug die Einfahrt ein, wobei die Automarke „Audi“ erkennbar ist. Auch auf dem Oberteil des Gewinners ist deutlich das „Red Bull“-Logo ersichtlich. Zudem sind im Video Gespräche zwischen den Moderatoren über die technischen Möglichkeiten des Onlinespiels enthalten, wobei einige Markennamen fallen (z.B. ab Minute 03:28:20).

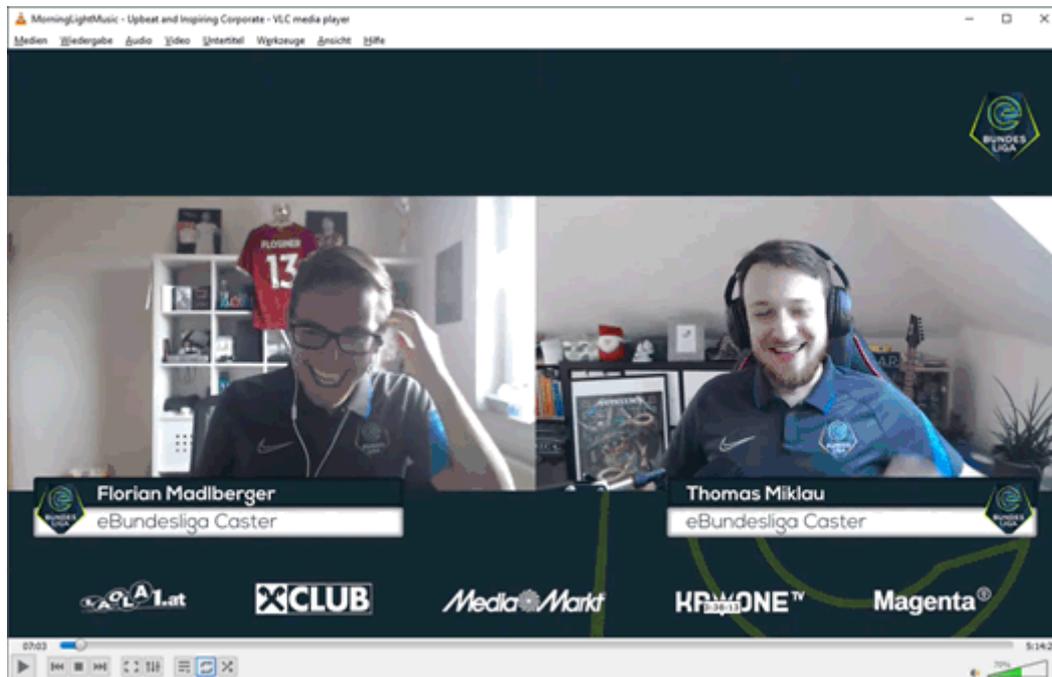


Abbildung 3

In der Einleitungssequenz (ab Minute 00:05:37) und in der Abspannsequenz erscheinen am unteren Bildschirmrand jeweils ein Hinweis auf Produktplatzierungen (ab Minute 05:13:53).

Die Sendung ist zumeist in Form eines Split-screens gestaltet. Um den Bildschirm ist ein gelber Rahmen gesetzt und außerhalb dieses Rahmens ist das Logo des Abrufdienstes und vier, teilweise fünf, Logos von Unternehmen („Laola1.at“, „Media Markt“, „Raiffeisen Bank Club“, „Magenta“ und „Krone TV“) dauerhaft abgebildet. Weder zu Beginn noch zum Sendungsende ist ein Sponsorenhinweis zugunsten der Unternehmen enthalten.

2.2. Die Sendung „eBundesliga Einzelqualifikation - FAK & WSG“ (<https://www.youtube.com/watch?v=KhGPvRjXcUE>)

Der Ablauf dieses Videos gestaltet sich wie jenem in Punkt 2.1. Beschriebenen: dem mehrminütigen Standbild folgt ein Trailer und diesem, eine kurze Einblendung von Markenlogos. Die Moderatoren des Onlinespiels sind zugeschaltet und dokumentieren die Qualifikationsturniere.

Bei Gesprächen zwischen den Moderatoren fallen auch Markennamen (ab Minute 00:26:16) und man sieht einen Moderator mehrmals aus einer „Red Bull“-Dose trinken (ab Minute 02:21:29). Zusätzlich sind Ansprachen von Spielern eingeblendet, die auf ihren Trikots ein „Nike“-Logo haben (ab Minute 01:28:33).

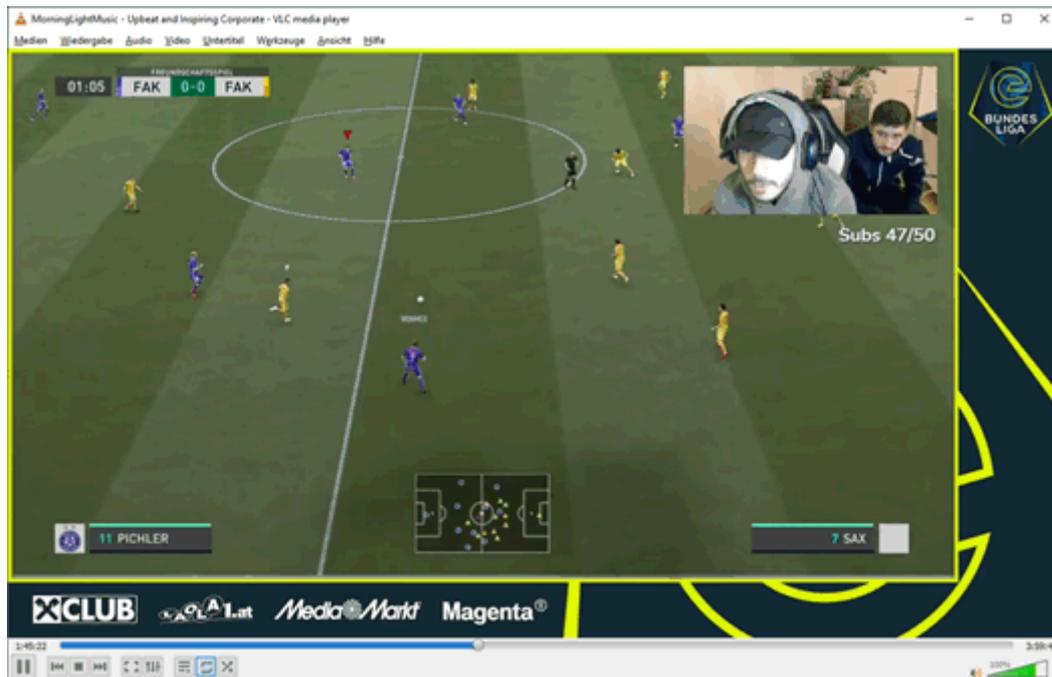


Abbildung 4

Auch hier wird teilweise ein Split-screen verwendet. Um den Bildschirm ist ein gelber Rahmen gesetzt und außerhalb dieses Rahmens ist das Logo des Abrufdienstes und vier, teilweise fünf, Logos von Unternehmen („Laola1.at“, „Media Markt“, „Raiffeisen Bank Club“, „Magenta“ und „Krone TV“) dauerhaft abgebildet. Weder zu Beginn noch zum Sendungsende ist ein Sponsorenhinweis zugunsten der Unternehmen enthalten.

In der Anfangssequenz (ab Minute 00:04:26) und in der Schlusssequenz (ab Minute 03:58:19) sind jeweils Hinweise auf Produktplatzierungen enthalten.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellung zur Eigenschaft der BLM Marketing & Event Gesellschaft der Österreichischen Fußball-Bundesliga m.b.H. als Anbieterin mehrerer Mediendienste, und gegenständlich des audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf „eBundesliga_at“, ergeben sich aus den zugrundeliegenden Akten der KommAustria.

Die Feststellungen zum Inhalt der zumindest am 27.11.2020 unter den jeweiligen URL <https://www.youtube.com/watch?v=ntwLqonb9SI> („eBundesliga Einzelqualifikation - ASK & RBS“) und <https://www.youtube.com/watch?v=KhGPvRjXcUE> („eBundesliga Einzelqualifikation - FAK & WSG“) bereitgestellten Videos ergeben sich aus der behördlichen Einsichtnahme in diese Links am 27.11.2020 und den dazu angefertigten Aufzeichnungen.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit

Gemäß § 66 AMD-G ist Regulierungsbehörde im Sinne dieses Bundesgesetzes die gemäß § 1 KOG eingerichtete KommAustria. Gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 KOG obliegt der KommAustria u.a. die Wahrnehmung der Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und Mediendienstanbieter nach den Bestimmungen des AMD-G.

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KOG obliegt der KommAustria weiters die Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G durch Mediendienstanbieter. 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 sie jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen.

Aufgrund der Ergebnisse der Auswertung vom 27.11.2020 auf dem Abrufdienst „eBundesliga_at“ bereitgestellten Sendungen war für die oben dargestellten Sachverhalte ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen gemäß § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 iVm § 37 Abs. 1 AMD-G einzuleiten und der Anbieterin des Abrufdienstes dazu Gelegenheit zur Stellungnahme einzuräumen.

Vor dem Hintergrund der am 01.01.2021 In-Kraft-getretenen Novelle des AMD-G ist anzumerken, dass der Beurteilung der Feststellung jene Fassung der anzuwendenden Normen zugrunde gelegt wird, die zum Zeitpunkt des die Rechtsverletzung begründenden Sachverhaltes in Geltung stand, demnach die Fassung BGBl. I Nr. 86/2015.

4.2. Verletzung von § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G durch fehlende Kennzeichnung des Sponsorings (Spruchpunkt 1.)

4.2.1. Rechtsrahmen

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist:

[...]

30. Sendung: ein einzelner, in sich geschlossener Teil eines Fernsehprogramms oder eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf, der aus einer Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton besteht und Bestandteil eines von einem Mediendienstanbieter erstellten Sendeplans oder Katalogs ist;

[...]

32. Sponsoring: jeder Beitrag von nicht im Bereich des Anbietens von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern; [...]

§ 37 AMD-G lautet auszugsweise:

„Sponsoring

§ 37. (1) Gesponserte audiovisuelle Mediendienste oder Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:

[...]

2. Sie sind durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen, eindeutig als gesponsert zu kennzeichnen, bei Sendungen insbesondere an ihrem Anfang oder an ihrem Ende durch eine An- oder Absage. [...]

§ 2 Z 32 AMD-G definiert Sponsoring als jeden Beitrag von nicht im Bereich des Anbietens von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern.

Dabei ist das Erfordernis eines „Beitrags (...) zur Finanzierung“ weit zu verstehen: Für das Vorliegen von Sponsoring kommt es nicht auf einen konkreten Beitrag des Sponsors für eine bestimmte Sendung an. Vielmehr ist entscheidend, dass ein Beitrag zum Gesamthaushalt des Mediendienstanbieters geleistet wird. Der Beitrag zur Finanzierung muss auch nicht in Geld bestehen. Auch die Einsparung von Produktionskosten stellt beispielsweise einen derartigen Beitrag im Sinn des AMD-G dar (vgl. *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, 451).

Das Vorliegen eines Beitrags zur Finanzierung eines Werkes als Voraussetzung des Sponsorings ist an einem objektiven Maßstab zu messen. Entscheidend ist demnach nicht, ob die Beteiligten für die Förderung des Namens, der Marke, des Erscheinungsbildes, der Tätigkeit oder der Leistungen des Unternehmens ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben, sondern ob es sich um eine Tätigkeit handelt, die nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt erfolgt (vgl. u.a. *VwGH 27.01.2006, Zl. 2004/04/0114, VwGH 19.11.2008, Zl. 2005/04/0172* sowie *VwGH 28.02.2014, Zl. 2012/03/0019* zur im Wesentlichen gleichlautenden Bestimmung des ORF-G).

Wie sich aus dem dargestellten Sachverhalt (Abbildungen 1 bis 4) ergibt, werden die Sendung „eBundesliga Einzelqualifikation - ASK & RBS“ und „eBundesliga Einzelqualifikation - FAK & WSG“ von dem im Rahmen der nahezu dauernden Logoeinblendung genannten Unternehmen („Laola1.at“, „Media Markt“, „Raiffeisen Bank Club“, „Magenta“ und „Krone TV“) gesponsert. Schon aufgrund des anzulegenden objektiven Maßstabs ist nämlich davon auszugehen, dass derartige Einblendungen durch einen kommerziellen Mediendienstebetreiber üblicherweise nur gegen ein entsprechendes Entgelt oder eine Gegenleistung erfolgen. Auch die Zustimmung zur Einblendung von Logos kann als Gegenleistung verstanden werden.

Nach § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G sind gesponserte Sendungen eindeutig als gesponsert zu kennzeichnen, und zwar insbesondere an ihrem Anfang oder an ihrem Ende durch eine An- oder Absage. Mit einem Sponsorhinweis während der Sendung bzw. im Rahmen des jeweiligen Beitrags, welcher als

Logoeinblendung zu qualifizieren ist, wird der Verpflichtung zur Ausstrahlung am Anfang oder am Ende einer Sendung nicht Genüge getan (vgl. *VwGH 19.11.2008, Zl. 2005/04/0172*).

Da weder am Anfang noch am Ende der ausgestrahlten Sendungen ein entsprechender Sponsorhinweis (An- oder Absage) zugunsten der genannten Unternehmen ausgestrahlt wurde, war eine Verletzung der Bestimmung des § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G festzustellen (Spruchpunkt 1).

4.3. Veröffentlichung der Entscheidung (Spruchpunkt 2.)

Die Regelung gemäß § 62 Abs. 1 AMD-G legt als ausschließliche Rechtsfolge die Feststellung eines Verstoßes fest, ohne dass Raum für die Erteilung eines Auftrags zur Herstellung eines rechtskonformen Zustandes binnen einer bestimmten Frist bliebe. Vielmehr hat die Anbieterin des Abrufdienstes gemäß dem zweiten Satz des § 62 Abs. 1 AMD-G unverzüglich einen der Rechtsansicht der Regulierungsbehörde entsprechenden Rechtszustand herzustellen, wenn eine Rechtsverletzung im Zeitpunkt der Feststellung noch andauert (vgl. *KommAustria 23.01.2013, KOA 4.300/12-011*).

Die Verpflichtung zur Veröffentlichung stützt sich auf § 62 Abs. 3 AMD-G.

Gemäß § 62 Abs. 3 AMD G kann die Regulierungsbehörde auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung erkennen und dem Mediendiensteanbieter auftragen, wann und in welcher Form diese Veröffentlichung zu erfolgen hat. Die Bestimmung räumt der Behörde in der Frage der Veröffentlichung ihrer Entscheidungen Ermessen ein. Bei der Ausübung dieses Ermessens sind die in der Rechtsprechung des Verfassungsgerichtshofes zu § 29 Abs. 4 Rundfunkgesetz entwickelten Gesichtspunkte (vgl. *VfSlg. 12.497/1990*) zu beachten (vgl. *VwGH 14.11.2007, Zl. 2005/04/0180*, zum im Wesentlichen gleichlautenden § 26 Abs. 2 PrR-G, mwN).

Nach der Rechtsprechung zur vergleichbaren Bestimmung des § 37 Abs. 4 ORF-G ist die Veröffentlichung der Entscheidung als „*contrarius actus*“ zu einem solchen Zeitpunkt im entsprechenden Programm aufzutragen, dass „*tunlichst der gleiche Veröffentlichungswert*“ erzielt wird (vgl. *VfSlg. 12.497/1990 und VwGH 15.09.2004, 2003/04/0045*). Mit der Veröffentlichung einer Kurzfassung der Entscheidung soll diesem Anliegen eines „*contrarius actus*“ Rechnung getragen werden. Eine Veröffentlichung ist jedenfalls bei der Feststellung einer Verletzung durch den „*Rundfunkveranstalter als Medium*“, d.h. im Programm, erforderlich (vgl. *VfSlg. 12.497/1991 zu § 29 Abs. 4 RFG, nunmehr § 37 Abs. 4 ORF-G; BKS 23.06.2005, GZ 611.001/0011-BKS/2005, sowie Kogler/Traimer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze² [2008] 323*).

Daher entscheidet die KommAustria auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung und trägt der Anbieterin des Abrufdienstes „*eBundesliga_at*“ auf, den Spruchpunkt 1. in der unter Spruchpunkt 2. angeführten Form binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung für die Dauer von 72 Stunden zu veröffentlichen.

Die Vorlage der Aufzeichnungen dient der Überprüfung der Erfüllung des Auftrages zur Veröffentlichung und stützt sich auf § 29 Abs. 1 AMD-G.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

III. Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Bescheid steht der/den Partei/en dieses Verfahrens das Rechtsmittel der Beschwerde gemäß Art. 130 Abs. 1 Z 1 B-VG beim Bundesverwaltungsgericht offen. Die Beschwerde ist binnen vier Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich, telegraphisch, fernschriftlich, im Wege automationsunterstützter Datenübertragung oder in jeder anderen technisch möglichen Weise bei der Kommunikationsbehörde Austria einzubringen. Die Beschwerde hat den Bescheid, gegen den sie sich richtet, ebenso wie die belangte Behörde, die den Bescheid erlassen hat, zu bezeichnen und die Gründe, auf die sich die Behauptung der Rechtswidrigkeit stützt, das Begehren sowie die Angaben zu enthalten, die erforderlich sind, um zu beurteilen, ob die Beschwerde rechtzeitig eingebracht wurde.

Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 30,- an das Finanzamt für Gebühren, Verkehrssteuern und Glückspiel (IBAN: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 1.965/21-049“, 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 27. August 2021

Kommunikationsbehörde Austria

Dr. Susanne Lackner
(Vorsitzende-Stellvertreterin)