



KOA 1.960/19-005

Bescheid

I. Spruch

1. Auf Antrag des Parlamentsklubs der Sozialdemokratischen Partei Österreichs wird gemäß § 9 Abs. 8 iVm § 2 Z 3 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 86/2015, festgestellt, dass es sich
 - a. bei dem YouTube-Kanal „Kontrast AT“ (<https://www.youtube.com/channel/UCsOfQy5jeWGLTeTLpZ1CtSw/videos>) und
 - b. dem Videobereich der Facebook-Seite „kontrast.at“ (https://de-de.facebook.com/pg/kontrast.at/videos/?ref=page_internal)

um audiovisuelle Mediendienste auf Abruf im Sinne von § 2 Z 3 und Z 4 AMD-G handelt.

2. Auf Antrag des Parlamentsklubs der Sozialdemokratischen Partei Österreichs wird gemäß § 9 Abs. 8 iVm § 2 Z 3 AMD-G festgestellt, dass es sich bei dem unter der Internetadresse <https://kontrast.at/thema/video/> abrufbaren Videoangebot um keinen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf im Sinne von § 2 Z 3 und Z 4 AMD-G handelt.

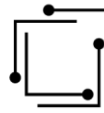
II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 11.07.2018 leitete die KommAustria gegen den Parlamentsklub der Sozialdemokratischen Partei Österreichs (im Folgenden auch: Antragsteller) bezüglich der im Spruch genannten Videoangebote ein Rechtsverletzungsverfahren wegen Nichtanzeige von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf ein.

Mit Schreiben vom 27.07.2018 beantragte der Antragsteller die bescheidmäßige Feststellung, ob die gezeigten Inhalte der im Spruch genannten Angebote audiovisuelle Mediendienste auf Abruf darstellen und brachte gleichzeitig eine entsprechende Anzeige nach § 9 Abs. 1 AMD-G ein.

Begründend führte die Antragstellerin aus, es handle sich bei den Videoangeboten um keinen „Dienst im Sinne der Artikel 56 und 57 AEUV“. Der Dienst werde nicht gegen Entgelt erbracht.



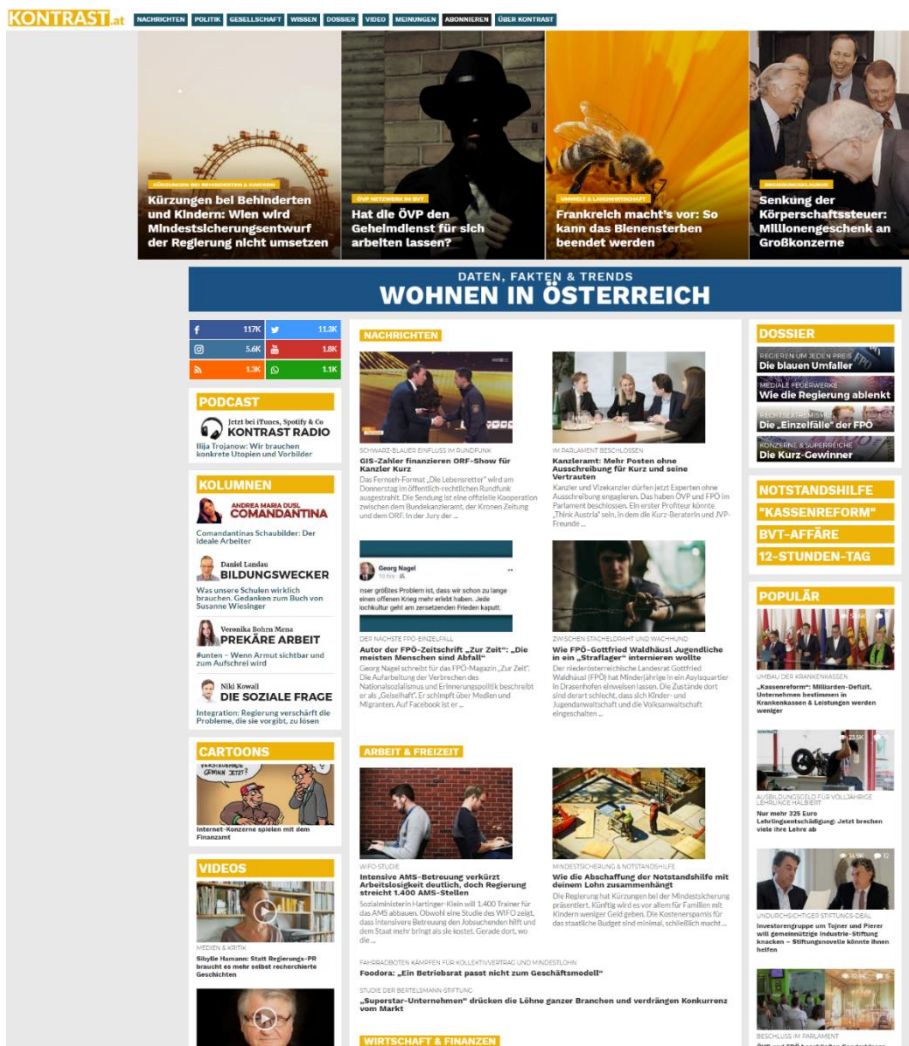
2. Sachverhalt

Auf Grund des Antrages vom 27.07.2018 sowie des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

Der Antragsteller betreibt zumindest seit 11.07.2018 die unter den Internetadressen <https://kontrast.at/thema/video/>, https://de-de.facebook.com/pg/kontrast.at/videos/?ref=page_internal und <https://www.youtube.com/channel/UCs0fQy5jeWGLTeLpZ1CtSw/videos> abrufbaren Dienste.

2.1. Zum Videoangebot auf der Website „KONTRAST.at“

Der vom Antragsteller angezeigte, unter der URL „<https://kontrast.at/thema/video/>“ abrufbare Dienst ist in ein unter der URL „<https://kontrast.at/>“ abrufbares Internetportal („KONTRAST.at“) mit redaktionell gestalteten, politischen Beiträgen eingebettet. Auf „KONTRAST.at“ werden Textbeiträge, Podcasts und audiovisuelle Inhalte angeboten. Auf der Startseite von „KONTRAST.at“ können die Rubriken „Nachrichten“, „Politik“, „Gesellschaft“, „Wissen“, „Dossier“, „Video“, „Meinungen“, „Abonnieren“ und „Über Kontrast“ ausgewählt werden:





In den Rubriken „Nachrichten“, „Politik“, „Gesellschaft“, „Wissen“, „Dossier“ und „Meinungen“ finden sich reine Textbeiträge, sowie Beiträge, die sowohl Text als auch Video beinhalten. Die aus Text und Video zusammengesetzten Beiträge, sind teilweise so gestaltet, dass das Video eine in Textform gestaltete Reportage ergänzt. Teilweise werden in Textform abgedruckte und mit redaktionellen Kommentierungen versehene Interviews durch eine Videoaufzeichnung des Bezug habenden Interviews ergänzt:

Problem Plastikmüll und Mikroplastik: So landet er im Meer und in der Nahrung von Mensch und Tier

Von Marco Pflüger
Veröffentlicht am 24. Oktober 2018

800 Millionen Tonnen Plastik wurden seit 1950 erzeugt. Tendenz steigend. Das führt dazu, dass Plastikmüll im Meer und in Form von Mikroplastik auch auf unseren Tellern landet. Doch wie kommt das Plastik ins Meer? Global 2000 erklärt, wie das Problem zu lösen ist.

Seit den 1940er Jahren hat sich der Plastikverbrauch vervielfacht. Er liegt derzeit bei 322 Millionen Tonnen pro Jahr. Der Österreicher verbraucht durchschnittlich 34 kg pro Jahr. Nur ein Bruchteil davon wird recycelt, der Rest landet in der Umwelt. Dort bleibt er lang. So braucht eine Plastiktüte 450 Jahre, um sich vollständig zu zersetzen. Darum schwimmen in unseren Meeren bereits um die 150 Millionen Tonnen Plastikmüll.

Für Europa gibt es auch Zahlen. Für was die verschiedenen Arten von Plastik-Verwendung finden, 40 Prozent des Plastik verarbeitet die Verpackungsindustrie, 20 Prozent wird im Baugewerbe verarbeitet, neun Prozent in den Autos und sechs Prozent in der Elektronikindustrie.

WIE KOMMT PLASTIKMÜLL INS MEER?

Wir kennen alle die Bilder der sogenannten Plastikinseln in den Ozeanen. 2017 wurde bei Chile eine schwimmende Plastikinsel entdeckt, deren Fläche größer war als ganz Mexiko. Kürzlich dichtete ein Uboot am tiefsten Punkt der Erde – dem Marianengraben – ein Plastikackerl, 11.000 Meter unter dem Meerespiegel. Aber wie kommt das Plastik ins Meer?

Nicht wenig Müll und darunter viel Plastik gelangt direkt durch Schiffe, die ihren Müll im Meer entsorgen oder durch Urtaube, die ihre Abfälle am Strand liegen lassen, in die Ozeane. Plastikmüll gelangt auch über Bäche und Flüsse ständig ins Meer.

NOCH WENIG ERFORSCHT: MIKROPLASTIK

Daneben fließt ein fast unsichtbarer Plastikstrom ohne Unterbrechung Richtung Küsten: Der Strom aus Mikroplastik – also winzige kleine Plastikpartikel. Grundsätzlich unterscheidet man zwei Arten von Mikroplastik. Primäres Mikroplastik wird industriell hergestellt und absichtlich Produkten wie Waschmitteln, Zahnpasta und Wundcremes zugesetzt. Nach Verwendung dieser Produkte landen die kleinen Plastikpartikel z.B. über die Wasserleitungen in der Umwelt.

Sekundäres Mikroplastik entsteht durch den Zersetzungsprozess, beim Zerfall größerer Kunststoffteile durch die Einwirkung von Sonne, Wind und Wellen. Dabei werden mikroskopisch feine Partikel freigesetzt und gelangen in unser Ökosystem. Alleine in Europa gelangen Schätzungen der EU-Kommission zufolge jedes Jahr 73.000 bis 300.000 Tonnen Mikroplastik in die Umwelt.

Verwendung finden dabei verschiedene Plastikarten wie Polyethylen (PE), Polypropylen (PP), Polystyrol (PS), Polyethylen-terephthalat (PET), Polyvinylchlorid (PVC), Polyamid (Nylon) oder Ethylenvinylacetat (EVA).

SO KOMMT MIKROPLASTIK IN DIE NAHRUNG VON MENSCH UND TIER

Mikroplastik findet man fast überall auf der Welt auch in unserer Nahrung. Sogar in Hongkong wurde bereits Mikroplastik nachgewiesen. Welche Folgen das für den Menschen hat, ist noch kaum erforscht. Bei Meerestierebeispielen ist man da schon weiter. Plastik wirkt wegen seiner Oberflächeneigenschaften wie ein Magnet auf Umweltschiffe. Darum ist an jenen Stellen im Meer, wo man ein erhöhtes Mikroplastik-Vorkommen nachweisen kann, die Konzentration dieser „Gifte“ hundertmal höher als gewöhnlich.

Tiere nehmen dann direkt über die Nahrung oder indirekt über ihre Haut diese Plastikpartikel auf. Im Magendarmtrakt geben die Mikroplastik-Partikel dann die auf ihrer Oberfläche angelagerten Umweltschiffe wieder ab. Die Auswirkungen auf die Meerestiere sind vielfältig. Studien verweisen auf Gewebveränderungen bzw. Entzündungsreaktionen und toxische Auswirkungen, bis hin zu inneren Verletzungen und Todesfällen.

MIKROPLASTIK IM MENSCHLICHEN KÖRPER NACHGEWIESEN

Im Oktober 2018 haben Wissenschaftler der Med-Uni Wien zusammen mit Forschern des Umweltbundesamts nachgewiesen, dass Mikroplastik im menschlichen Darm ist und im Stuhl



DATEN, FAKTEN & TRENDS
WOHNEN IN ÖSTERREICH

NEUER WACHS, BEWUNGSMACHER

Journalismus sollte nicht so tun, als könne er objektiv sein – sagt Markus Lust von VICE

Von Gerald Demmel und Marco Pöhlinger
Veröffentlicht am 23. August 2018

Facebook Twitter Drucken E-Mail Copy link

Der Chefredakteur von VICE, Markus Lust, erklärt, warum Journalismus nie objektiv ist, warum die journalistische Sprache antiquiert ist, warum die Linke rebellischer sein sollte, warum Porno neben Politik stehen darf und was alles sonst noch Bullshit ist.

Inhaltsverzeichnis

- Alter Journalismus gegen neuen Journalismus
- Porno darf neben Politik stehen
- Es gibt keine Objektivität im Journalismus
- Wozu heute Journalismus braucht
- Der österreichische Journalismus
- Die Stärke der Rechten und warum die Linke rebellischer sein sollte
- Die Tageszeitung wird nicht überleben
- Hunter S. Thompson, Begründer des Gonzo-Journalismus

Das Interview wurde eine Woche vor der Ankündigung geführt, dass die redaktionelle Leitung vom österreichischen VICE-Ableger zurückflücht von Deutschland aus erfolgt. Mehrere Redakteure kündigten daraufhin ihr Dienstverhältnis.

Markus Lust: Mein Name ist Markus Lust, ich bin Chefredakteur von VICE Österreich und Inzwischen seit fünf Jahren beim Unternehmen, seit sieben Jahren für VICE insgesamt tätig. Davon war ich freier Autor und habe Kolumnen geschrieben über Wrestling und andere kitzliche Dinge.

ALTER JOURNALISMUS GEGEN NEUEN JOURNALISMUS

Kontrast: Ihr habt mit VICE eine recht neue Art von Journalismus eingeführt in Österreich.

Markus Lust: Journalismus als Prädikat ist mir schon egal. Ich schreibe für ein Magazin, würde mich deshalb aber nicht Journalist nennen. Ich habe auch Bücher geschrieben und nenne mich nicht Autor.

Was wir, glaube ich, bei VICE immer so ein bisschen geizig haben, ist, dass Journalismus einfach keine Wissenschaft ist. Journalismus ist einfach nicht so schwierig. Und ich glaube das nennt sich auch viele von denen, die Journalismus schon sehr lange machen.

Kontrast: Kann man also kann man auch sagen irgendwie, die alten Jouris, die Journalisten-

f	117K	t	11.5K
g+	5.6K	+	1.8K
+	1.5K	+	1.4K

DOSSIER

- Die blauen Umfächer
- Wie die Regierung ablenkt
- Die „Einzelfälle“ der FPÖ
- Die Kurz-Gewinner

POPULÄR

UMBAU DER KRANKENKASSEN
„Kassenreform“: Milliarden-Defizit, Unternehmen bestimmen in Krankenkassen & Leistungen werden weniger

AUSBILDUNGSFELD FÜR VOLLJÄHRIGE LEHRLINGE HALBIERT
Nur mehr 225 Euro Lehrlingsentschädigung: Jetzt brachen viele ihre Lehre ab

UNDURCHSICHTIGER STIFTUNGSFÖRAL
Investorengruppe um Töjner und Pierer will gemeinnützige Industrie-Stiftung knacken – Stiftungsnovelle könnte ihnen helfen

+	12.5K	+	5
---	-------	---	---



In der Rubrik „Video“ (<https://kontrast.at/thema/video/>) werden bestimmte Beiträge aus dem gesamten Webauftritt von „KONTRAST.at“, die sowohl aus Text als auch aus Videos bestehen und nur in dieser Kombination zugänglich sind, noch einmal zusammengefasst. Es handelt sich dabei derzeit um ca. 20 Beiträge:

DATEN, FAKTEN & TRENDS
WOHNEN IN ÖSTERREICH

VIDEO

Sibylle Hamann: Statt Regierungs-PR braucht es mehr selbst recherchierte Geschichten

Peter Turrini: „Es findet ein Klassenkampf statt, und zwar von oben nach unten.“

Problem Plastikmüll und Mikroplastik: So landet er im Meer und in der Nahrung von Mensch und Tier

Jacobin – Wie ein sozialistisches US-Mag Donald Trump los werd

Medien, Macht, Meinungsmache. Journalismus zwischen Boulevard und Facebook. Armin Thurnher vom Falter

Ex-Banker über Geld, Macht, Medien und die soziale Marktwirtschaft

ARD-Vorbild FPÖ in der Regierung. ARD-Sendung über ÖVP-FPÖ: Sozialabbau und neue Arbeitsgesetze treffen die eigenen Wähler

Medien, Macht, Meinungsmache. Journalismus sollte nicht so tun, als könne er objektiv sein – sagt Markus Lust von VICE

Freiheitskämpfer und Friedensnobelpreisträger 100 Jahre Nelson Mandela – ein Porträt

Diese Frau hat Generationen geprägt. „Ein Buch braucht kein Happy End.“ Eines der letzten Interviews mit Christine Nöstlinger

Interview mit dem Sozialpartner-Experten Tobias

Schulmeister: 12 Vorhaben von ÖVP und FPÖ, von denen ihre Wähler nichts wussten

Krise in Europas Städten

Bildungsreferent Christian Weißberger im Gespräch

Interview: „Wir brauchen eine Utopie, die auf Freizeit aufbaut.“

200. Geburtstag von Karl Marx – 7 Erkenntnisse von Karl Marx – leicht verständlich

AFrosterreicherin in der Bezirkspolitik

Momentum 18

Zeitfresser Handy

Mirelle Ngosso: Diese Frau muss mit dem Hass der Rassisten leben

Gegen den Klassenkampf von oben

Mit diesen 4 Tricks sparst du täglich Handy-Zeit

ÖVP und FPÖ beschließen Sonderklasse in Ambulanzen

Regierungsbilanz: Die Gewinner und Verlierer nach einem Jahr ÖVP-FPÖ

POPULÄR

UNDRÜRSICHTIGER STIFTUNGS-DEAL

Investorengruppe um Tajner und Piarer will gemeinnützige Industrie-Stiftung

Knochen – Stiftungsneulle könnte ihnen helfen

BESCHLUSSE IM PARLAMENT

ÖVP und FPÖ beschließen Sonderklasse in Ambulanzen

STÄLLEN FÜR ÜBERSIEDLUNG NACH

Umweltbundesamt: Köstinger hält an millionenteurem ÖVP-Freundschaftsdeal fest

DOSSIER

Regierungsbilanz: Die Gewinner und Verlierer nach einem Jahr ÖVP-FPÖ

ÖVP UND FPÖ HOLEN MEHR FACHARBEITERS AUS DEM AUSLAND

Die in der Rubrik „Video“ (<https://kontrast.at/thema/video/>) gezeigten Videos entsprechen inhaltlich den auf dem unter 2.2. dargestellten YouTube-Kanal „Kontrast AT“ angebotenen audiovisuellen Inhalten.

In der Rubrik „Über Kontrast“ findet sich folgende Beschreibung des Web-Auftritts:

„Das sozialdemokratische Magazin Kontrast.at begleitet mit seinen Beiträgen die aktuelle Politik. Wir betrachten Gesellschaft, Staat und Wirtschaft von einem progressiven, emanzipatorischen Standpunkt aus. Kontrast wirft den Blick der sozialen Gerechtigkeit auf die Welt.

Damit wollen wir vor und während des Prozesses der parlamentarischen Gesetzgebung komplexe Sachverhalte verständlich machen. Darüber hinaus geht es uns darum, Fragen und Argumenten abseits des Mainstreams Raum zu geben und aktuelle Debatten um neue Perspektiven zu ergänzen.

Wir informieren uns bei ExpertInnen und BloggerInnen, durchforsten internationale Beiträge und Studien.

Dazu versuchen wir Formen des „kollaborativen Journalismus“ zu entwickeln. Im Bereich „DOSSIER“ laden wir unsere LeserInnen ein, Informationen zu den Themen beizusteuern und bauen diese in die Texte ein.

Nur wenn Alternativen seriös diskutiert werden, bleibt der politische Horizont offen und werden Standpunkte reflektiert.

Redaktion

Gerald Demmel | Projektleitung | Chefredaktion Stv. | gerald.demmel [at] kontrast.at

Kathrin Glösel | Recherche | Redaktion | kathrin.gloesel [at] kontrast.at

Patricia Huber | Chefredaktion | Projektleitung Stv. | patricia.huber [at] kontrast.at

Nikolay Vinogradov | Online-Marketing | nikolay.vinogradov [at] kontrast.at

Jakob Zerbes | Design | Redaktion | jakob.zerbes [at] kontrast.at

Dank geht an: David Sowka für Webberatung, Ute Schellner für Recherchen

Gastautorinnen und Autoren

(...)

Impressum

Produziert wird dieses Magazin von MitarbeiterInnen des SPÖ-Parlamentsklubs.

Medieninhaber, Herausgeber, Hersteller und Eigentümer (zu 100%):

SPÖ-Parlamentsklub

Parlament, 1017 Wien

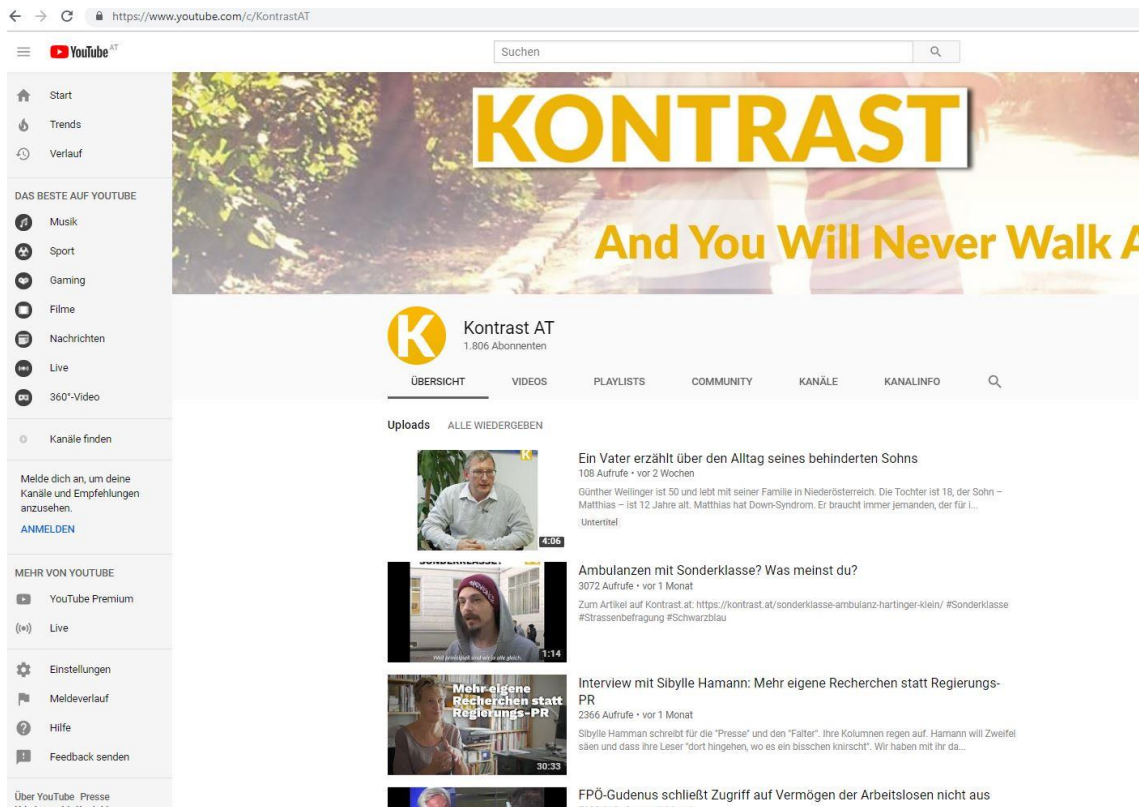
Telefon: +43 1 40110-3443

e-mail: klub@spoe.at

(...)“

2.2. Zum YouTube-Kanal „Kontrast AT“

Auf dem unter <https://www.youtube.com/channel/UCs0fQy5jeWGLTeTLpZ1CtSw/videos> abrufbaren YouTube-Kanal „Kontrast AT“ werden derzeit ca. 80 Videos zum Abruf bereitgehalten:



The screenshot shows the YouTube channel page for 'Kontrast AT'. The channel banner features the word 'KONTRAST' in large yellow letters over a background image of a path leading to a building. Below the banner, the channel name 'Kontrast AT' is displayed with 1.806 subscribers. The navigation menu includes 'ÜBERSICHT', 'VIDEOS', 'PLAYLISTS', 'COMMUNITY', 'KANÄLE', and 'KANALINFO'. The 'Uploads' section is active, showing a list of videos:

- Ein Vater erzählt über den Alltag seines behinderten Sohns**
108 Aufrufe • vor 2 Wochen
Günther Wellinger ist 50 und lebt mit seiner Familie in Niederösterreich. Die Tochter ist 18, der Sohn – Matthias – ist 12 Jahre alt. Matthias hat Down-Syndrom. Er braucht immer jemanden, der für ...
Untertitel
- Ambulanzen mit Sonderklasse? Was meinst du?**
3072 Aufrufe • vor 1 Monat
Zum Artikel auf Kontrast.at: <https://kontrast.at/sonderklasse-ambulanz-hartinger-klein/> #Sonderklasse #Strassenbefragung #Schwarzblau
- Interview mit Sibylle Hamann: Mehr eigene Recherchen statt Regierungs-PR**
2366 Aufrufe • vor 1 Monat
Sibylle Hamann schreibt für die "Presse" und den "Falter". Ihre Kolumnen regen auf. Hamann will Zweifel säen und dass ihre Leser "dort hingehen, wo es ein bisschen kirscht". Wir haben mit ihr da...
- FPÖ-Gudenus schließt Zugriff auf Vermögen der Arbeitslosen nicht aus**

Unter „Kanalinfo“ (<https://www.youtube.com/channel/UCs0fQy5jeWGLTeTLpZ1CtSw/about>) wird der YouTube-Kanal „Kontrast AT“ wie folgt beschrieben:

„Beschreibung

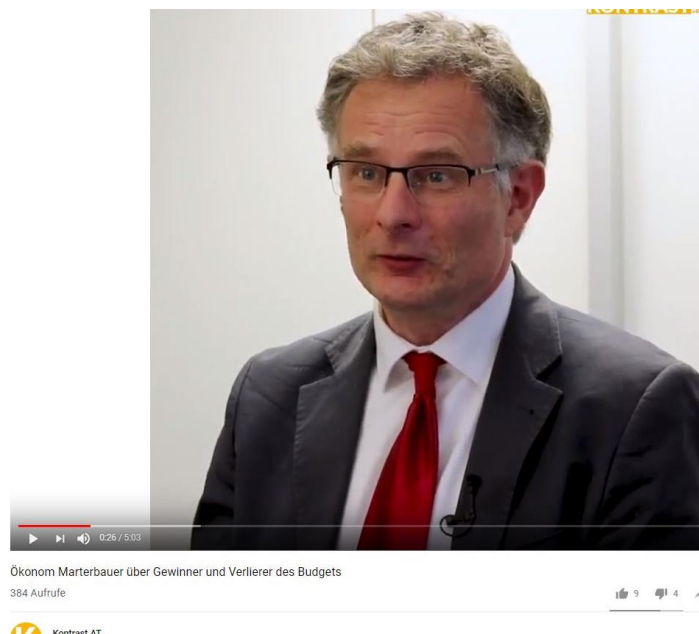
Wir beleben Debatten und schauen auf soziale Gerechtigkeit. Seit 2016

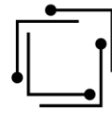
Kontrast.at liefert Beiträge zu Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Wir wollen Fragen und Argumenten abseits vom Mainstream Raum geben und aktuelle Debatten um neue Perspektiven ergänzen.

Wir informieren uns bei ExpertInnen und BloggerInnen, durchforsten internationale Beiträge und Studien. Nur wenn Alternativen diskutiert werden, lässt sich der politische Horizont offen halten.

Produziert wird dieses Medium von MitarbeiterInnen des SPÖ-Parlamentsklub (...)

Auf dem YouTube-Kanal „Kontrast AT“ sind mehrere Arten von Videos zu finden. Die meisten Videos sind von Kontrast selbst hergestellte Interviews mit Schriftstellern, Journalisten, Gewerkschaftern, Experten und Privatpersonen. Auch eigenproduzierte Reportagen und Erklärvideos werden gezeigt. Es geht dabei zu einen um Kritik an der Politik der aktuellen Bundesregierung, zum anderen aber auch um globale Zusammenhänge und Themen. Beispielhaft sei hier ein Interview mit dem Ökonomen Markus Marterbauer erwähnt. Das Video ist redaktionell bearbeitet, es werden stichwortartige Schriftzüge eingeblendet. Markus Marterbauer spricht über die Fiskalpolitik der Bundesregierung. Er schlussfolgert, welchen Bevölkerungsteilen die Maßnahmen der Bundesregierung zu Gute kommen, wer die Verlierer sind und macht Vorschläge für eine alternative Fiskalpolitik.





YouTube Suchen

**ARBEITS-PSYCHOLOGIN
ANDREA BIRBAUMER
ZUM 12-STUNDEN-TAG**

Arbeits-Psychologin Birbaumer zum 12-Stunden-Tag
2.953 Aufrufe

K Kontrast AT
Am 09.05.2018 veröffentlicht

Wer an 2 Tagen hintereinander 12 Stunden arbeitet, braucht mindestens 3 Tage am Stück frei, erklärt uns Mag.a Andrea Birbaumer von der Gesellschaft für kritischer Psychologen und Psychologinnen. Arbeitsleben, Familienleben und Freundschaften müssen ausgeglichen sein – das MEHR ANSEHEN

ABONNIEREN 1806

YouTube Suchen

Die Top 10 Fails
von Schwarz-Blau seit Regierungsantritt

Top 10 Fails von Schwarz-Blau seit Regierungsantritt
1.693 Aufrufe

K Kontrast AT

YouTube

Suchen



Nelson Mandela: 10 inspirierende Zitate
296 Aufrufe

13 5 TEILEN SPEICHERN

 Kontrast AT

YouTube

Suchen



Karin Lukas über die Arbeitsbedingungen in der Textilbranche
2.244 Aufrufe

2 0 TEILEN

 **Kontrast AT**
Am 06.10.2017 veröffentlicht
Karin Lukas (Ludwig Boltzmann Institut für Menschenrechte)
MEHR ANSEHEN

YouTube

Suchen

KONTRAST BLOG

Diese 3 Firmen gehören zu den größten Steuertricksern in der EU



0:01 / 0:51

Diese Firmen sind die größten Steuertrickser in der EU
2.736 Aufrufe

17 3 TEILEN SPEICHERN

K Kontrast AT
Am 13.03.2017 veröffentlicht

Ohne Steuerflucht hätten die Staaten kein Defizit, sondern Überschüsse.
Man bräuhete keinen Sparkurs, sondern könnte mehr für Soziales, Gesundheit und Bildung

ABONNIEREN 1806

2.3. Zum Videoangebot auf der Facebook-Seite „kontrast.at“

Im Videobereich des Facebook-Auftritts von Kontrast (https://www.facebook.com/pg/kontrast.at/videos/?ref=page_internal) sind derzeit ca. 160 Videos zu finden. Es wurden mehrere Playlists erstellt:

https://de-de.facebook.com/pg/kontrast.at/videos/?ref=page_internal

Gefällt mir Teilen Änderungen vorschlagen ...




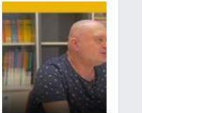
Mehr dazu Nachricht

Neuest First




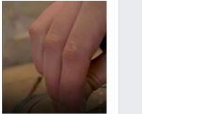
Search kontrast.at's videos

Playlists (4)




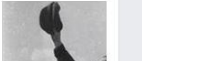
Im Gespräch mit kontrast.at
23 Videos - Aktualisiert: vor etwa 4 Monaten

 Banker für die soziale Marktwirtschaft 21.626 Aufrufe · 12. September 2018	 Journalismus ist nie objektiv & P**** darf neben Politik stehen 16.761 Aufrufe · 26. August 2018	 Schulmeister über ÖVP, FPÖ und den sozialen Zusammenhalt 114.726 Aufrufe · 6. Oktober 2017	 Einer von 20.000: 7 Jahren 107.129 Aufrufe · 30
--	--	---	---

Erklärvideos
41 Videos - Aktualisiert: vor etwa 10 Monaten

 Die TOP 10 Fails von Schwarz-Blau seit Regierungsantritt 482.406 Aufrufe · 20. März 2018	 Der Leiter der BVT-Durchsuchung teilt rechtsextreme Inhalte 48.458 Aufrufe · 19. März 2018	 BVT-Skandal kurz erklärt 79.519 Aufrufe · 16. März 2018	 5 Gründe für eine Gastronomie 32.780 Aufrufe · 9. M
--	--	--	---

Bekannte Persönlichkeiten
7 Videos - Aktualisiert: vor etwa 10 Monaten

			
---	---	--	---

Die auf der Facebook-Seite von Kontrast angebotenen Videos entsprechen inhaltlich im Wesentlichen jenen, die auf dem YouTube-Kanal „Kontrast AT“ zu finden sind.

Im Infobereich des Facebook-Auftritts „kontrast.at“ (https://www.facebook.com/pg/kontrast.at/about/?ref=page_internal) wird unter anderem Folgendes ausgeführt:

„(...) Impressum

Produziert wird dieses Magazin von MitarbeiterInnen des SPÖ-Parlamentsklubs.

Medieninhaber, Herausgeber, Hersteller und Eigentümer (zu 100%):

SPÖ-Parlamentsklub

Parlament, 1017 Wien

Telefon: +43 1 40110-3755

e-mail: klub@spoe.at

(...)“

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zum Antragsteller, zu den angezeigten Diensten und zum Zeitpunkt, seitdem diese jedenfalls angeboten werden, ergeben sich aus der Einsichtnahme der KommAustria in das Internetportal „KONTRAST.at“, in den YouTube-Kanal „Kontrast.AT“, in die Facebook-Seite „kontrast.at“ und aus dem glaubwürdigen Antrag des Antragstellers vom 27.07.2018 sowie dessen Anzeige nach § 9 Abs. 1 AMD-G vom gleichen Tag.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Rechtsgrundlagen

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 2. *Im Sinne dieses Gesetzes ist:*

[...]

3. audiovisueller Mediendienst: eine Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendiensteanbieters, deren Hauptzweck die Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze (§ 3 Z 11 TKG 2003) ist. Darunter fallen Fernsehprogramme und audiovisuelle Mediendienste auf Abruf;

4. *audiovisueller Mediendienst auf Abruf: ein audiovisueller Mediendienst, der von einem Mediendiensteanbieter für den Empfang zu dem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und auf dessen individuellen Abruf hin aus einem vom Mediendiensteanbieter festgelegten Programm katalog bereitgestellt wird (Abrufdienst);*

[...]

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 Mediendiensteanbieter erstellten Sendeplans oder Katalogs ist;*

[...]“

§ 9 AMD-G lautet auszugsweise:

„Anzeigepflichtige Dienste

§ 9. (1) *Fernsehveranstalter, soweit sie nicht einer Zulassungspflicht nach § 3 Abs. 1 unterliegen, sowie Anbieter von Mediendiensten auf Abruf, haben ihre Tätigkeit spätestens zwei Wochen vor Aufnahme der Regulierungsbehörde anzuzeigen.*

(2) *Die Anzeige hat neben Namen, Adresse und allfälligen Vertretern und Zustellungsbevollmächtigten des Mediendiensteanbieters Nachweise über die Erfüllung der Anforderungen der §§ 10 und 11 zu enthalten. Darüber hinaus hat die Anzeige zu enthalten:*

[...]

(8) *Die Regulierungsbehörde hat auf Antrag festzustellen, ob ein angezeigter Mediendienst unter § 2 Z 3 fällt.“*

Gemäß § 66 AMD-G ist Regulierungsbehörde im Sinne dieses Bundesgesetzes die gemäß § 1 KOG eingerichtete KommAustria.

4.2. Behördenzuständigkeit und Zulässigkeit des Feststellungsantrages

Der Antragsteller beantragt die Feststellung, ob die im Spruch genannten Mediendienste audiovisuelle Mediendienste auf Abruf im Sinn des AMD-G darstellen.

Gemäß § 9 Abs. 8 AMD-G hat die Regulierungsbehörde auf Antrag festzustellen, ob ein angezeigter Mediendienst unter § 2 Z 3 AMD-G fällt.

4.3. Vorliegen von audiovisuellen Mediendiensten

Verfahrensgegenständlich ist die Frage, ob der Antragsteller audiovisuelle Mediendienste auf Abruf im Sinne des § 2 Z 4 AMD-G in Verbindung mit § 2 Z 3 AMD-G anbietet, die der Anzeigepflicht gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G unterliegen.

Aus den Erläuterungen zur Regierungsvorlage (RV 611 BlgNR, 24. GP) ergibt sich, dass ein audiovisueller Mediendienst gemäß § 2 Z 3 AMD-G – entsprechend der Vorgaben von Art. 1 lit. a bis d der Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die

Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste, AVMD-RL) sowie ErwG 16 bis 23 – kumulativ sechs Kriterien erfüllen muss (vgl. AVMD-RL):

- Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV)
- eines Mediendienstanbieters unter dessen redaktioneller Verantwortung
- mit dem Hauptzweck
- der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung („Fernsehähnlichkeit“)
- der allgemeinen Öffentlichkeit
- über elektronische Kommunikationsnetze.

Im Sinn des kumulativen Vorliegens der gesetzlichen Kriterien führt auch Erwägungsgrund 29 AVMD-RL Folgendes aus: *„alle Kriterien eines audiovisuellen Mediendienstes gemäß seiner Definition und gemäß den Erläuterungen in den Erwägungsgründen 21 bis 28 sollten gleichzeitig erfüllt sein“*.

4.3.1. Zur Dienstleistungseigenschaft

Unter einer Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV sind Leistungen zu verstehen, die in der Regel gegen Entgelt erbracht werden, soweit sie nicht den Vorschriften über den freien Waren- und Kapitalverkehr und über die Freizügigkeit der Personen unterliegen. Damit wird zum Ausdruck gebracht, dass die Leistungen einen wirtschaftlichen Charakter in einem weiteren Sinn aufzuweisen haben und dass die Leistung zumindest zu Erwerbszwecken erfolgen muss (*Kogler/Trainer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, S. 434*).

Als Dienstleistungen gelten insbesondere: a) gewerbliche Tätigkeiten, b) kaufmännische Tätigkeiten, c) handwerkliche Tätigkeiten, d) freiberufliche Tätigkeiten (vgl. BVwG 19.02.2016, W194 2009539-1/4E).

Das in Art. 57 AEUV normierte Erfordernis der Entgeltlichkeit von Dienstleistungen ist nicht zuletzt aufgrund der Formulierung „in der Regel“ in gewisser Weise abstrakt und sehr weit zu verstehen. Dementsprechend ist etwa eine unmittelbare Gegenleistung des Dienstleistungsempfängers an den Dienstleistungserbringer nicht zwingend erforderlich, ebenso wenig wie eine unmittelbare rechtliche Beziehung zwischen diesen beiden (vgl. EuGH, Rs. 352/85, Slg. 1988, 2085, Rn 16 – *Bond van Adverteerders*; *Lenz/Borchardt*, EU-Verträge, Kommentar zu Art. 56, 57 AEUV, Rz 12 f).

In diesem Zusammenhang ist auch auf den Erwägungsgrund 21 der AVMD-RL zu verweisen, welcher wie folgt lautet:

„(21) Für die Zwecke dieser Richtlinie sollte der Begriff der audiovisuellen Mediendienste lediglich die entweder als Fernsehprogramm oder auf Abruf bereitgestellten audiovisuellen Mediendienste erfassen, bei denen es sich um Massenmedien handelt, das heißt, die für den Empfang durch einen wesentlichen Teil der Allgemeinheit bestimmt sind und bei dieser eine deutliche Wirkung entfalten könnten. Er sollte nur Dienstleistungen im Sinne des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union erfassen, also alle Arten wirtschaftlicher Tätigkeiten, auch die öffentlich-rechtlicher Unternehmen, sich jedoch nicht auf vorwiegend nichtwirtschaftliche Tätigkeiten erstrecken, die nicht mit Fernsehsendungen im Wettbewerb stehen, wie z. B. private Internetseiten und Dienste zur Bereitstellung oder Verbreitung audiovisueller Inhalte, die von privaten Nutzern für

Zwecke der gemeinsamen Nutzung und des Austauschs innerhalb von Interessengemeinschaften erstellt werden.“

Die im Videobereich der Webseite „KONTRAST.at“, dem YouTube-Kanal „Kontrast AT“ und der Facebook-Seite „kontrast.at“ abrufbaren Videos werden mit einem erheblichen redaktionellen Aufwand hergestellt. Wie den Feststellungen zu entnehmen ist, verfügt Kontrast über eine Chefredakteurin, einen stellvertretenden Chefredakteur, eine weitere Redakteurin und einen für Online-Marketing verantwortlichen Mitarbeiter. Dazu kommt eine Vielzahl von Gastautoren. Die Videos sind redaktionell nachbearbeitet. So werden z.B. bei Interviews erklärende Grafiken eingeblendet. Die Reportagen und Erklärvideos sind meist aufwändig recherchiert, auch dort werden Grafikelemente mit Bewegtbildinhalten kombiniert. Die in Rede stehenden Videoangebote reduzieren sich auch nicht im Wesentlichen auf die Darstellung der politischen Arbeit bzw. der Inhalte des antragstellenden Parlamentsklubs der SPÖ. Es ist davon auszugehen, dass die Konsumenten der Videos auf dem regulären Markt in irgendeiner Form (sei es durch den Konsum von Werbeeinheiten) eine Gegenleistung für die Inanspruchnahme vergleichbarer Inhalte erbringen müssten. Es kann daher keineswegs angenommen werden, dass es sich bei den geprüften Videoangeboten im Sinne des zitierten Erwägungsgrundes um ein mit privaten Internetseiten und Diensten zur Verbreitung audiovisueller Inhalte durch private Nutzer innerhalb von Interessengemeinschaften vergleichbares Angebot handelt (zur Dienstleistungseigenschaft bei politischen Videoangeboten vgl. auch BVwG 19.02.2016, W194 2009539-1/4E).

Es ist demnach davon auszugehen, dass die Videoangebote, auf die sich der gegenständliche Feststellungsantrag bezieht, im Sinne des zitierten Erwägungsgrundes mit Fernsehsendungen im Wettbewerb stehen.

Die KommAustria geht daher zusammenfassend davon aus, dass bei den gegenständlichen Diensten das Kriterium einer Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV erfüllt ist.

4.3.2. Zum Hauptzweck

ErwG 21 bis 22 der AVMD-RL lauten:

„(21) Elektronische Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften sollten nicht in den Anwendungsbereich dieser Richtlinie fallen.

(22) Für die Zwecke dieser Richtlinie sollte sich der Begriff „audiovisuell“ auf bewegte Bilder mit oder ohne Ton beziehen; er sollte somit Stummfilme erfassen, nicht aber Tonübertragungen oder Hörfunkdienste. Der Hauptzweck eines audiovisuellen Mediendienstes ist zwar die Bereitstellung von Sendungen, die Definition eines solchen Dienstes sollte aber auch textgestützte Inhalte umfassen, die diese Sendungen begleiten, wie z. B. Untertitel oder elektronische Programmführer. Eigenständige textgestützte Dienste sollten nicht in den Anwendungsbereich dieser Richtlinie fallen; die Freiheit der Mitgliedstaaten, solche Dienste auf einzelstaatlicher Ebene in Einklang mit dem Vertrag zu regeln, sollte unberührt bleiben.“

4.3.2.1. Zum Hauptzweck betreffend das Videoangebot auf der Website „KONTRAST.at“

Bei der Prüfung, ob die Bereitstellung von Sendungen den Hauptzweck darstellt, kommt es nicht auf das gesamte Leistungsspektrum eines Diensteanbieters an (vgl. *Kogler*, TV (ON DEMAND) (2010) 36 unter Hinweis auf *Lehofer*, Regulierung linearer und nicht-linearer Dienste, in

Berka/Grabenwarter/Holoubek (Hrsg.), *Gemeinschaftsrecht und Rundfunk – Revolution oder Anpassung* (2007) 51). Es lässt sich – jeweils bezogen auf den Einzelfall – nach quantitativen Aspekten bestimmen, ab wann der Hauptzweck einer Dienstleistung in der Bereitstellung von Sendungen besteht. Entscheidend ist dabei, ob das audiovisuelle Angebot (losgelöst von anderen Angeboten desselben Anbieters) eine eigenständige Funktion erfüllt und nicht nur eine Begleitung oder Ergänzung zu einem Textangebot darstellt (vgl. *Kogler*, MR 2011, 228 (230)). Nach den Erläuterungen zur Regierungsvorlage 611 BlgNR XXIV. GP sind elektronische Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften zwar in der Regel nicht als audiovisueller Mediendienst anzusehen (vgl. auch den im Wesentlichen gleichlautenden ErWG 28 AVMD-RL). Die ausdrückliche Erwähnung der „elektronische Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften“ in den Materialien soll klarstellen, dass, soweit audiovisuelle Inhalte die Textinhalte der Onlineausgaben nur ergänzen sollen, jedenfalls nicht der Hauptzweck die Bereitstellung von Sendungen ist. Werden aber von Medieninhabern von Zeitungen und Zeitschriften – zusätzlich zu den elektronische Ausgaben dieser Zeitungen und Zeitschriften – auch auf audiovisuelle Inhalte spezialisierte Abruf-Angebote betrieben, sind diese gesondert zu beurteilen und sehr wohl als audiovisuelle Mediendienste zu qualifizieren (vgl. in diesem Sinne *Kogler*, TV (ON DEMAND) 37 f unter Anführung konkreter, mit dem vorliegenden Dienst vergleichbarer Angebote anderer österreichischer Tageszeitungen). Ein Inhaltsanbieter kann sich nicht der Regulierung gemäß dem AMD-G entziehen, indem er angibt, dass nur ein verschwindend geringer Teil seines gesamten Internetangebots audiovisueller „Natur“ ist, wenn das audiovisuelle Angebot tatsächlich eigenständig ist. Dabei kommt es nicht entscheidend darauf an, ob das eigenständige audiovisuelle Angebot auf der Haupt- oder einer Subdomain präsentiert wird (vgl. in diesem Sinne *Kogler*, MR 2011, 228 (231f)), wobei aber bei der Beurteilung der Eigenständigkeit die verwendete Domain allenfalls ein Indiz sein kann (vgl. in diesem Sinne auch BKS 13.12.2012, GZ 611.191/0005-BKS/2012).

Wie den Feststellungen zu entnehmen ist, sind die im Videobereich (<https://kontrast.at/thema/video/>) der Webseite „KONTRAST.at“ angebotenen Videos in Textbeiträge eingebettet und ergänzen diese lediglich. Es handelt sich bei diesem Videobereich zwar um eine Zusammenfassung jener Beiträge aus dem gesamten Webauftritt von „KONTRAST.at“, die auch aus audiovisuellen Inhalten bestehen, am Verhältnis zwischen Text und Video in den einzelnen Beiträgen ändert sich im zusammengefassten Bereich allerdings nichts. Die im Videobereich der Webseite „KONTRAST.at“ abrufbaren Videos stellen daher kein eigenständig nutzbares Angebot dar.

Es handelt sich beim Videobereich der Webseite „KONTRAST.at“ daher nach Ansicht der KommAustria um kein eigenständiges Angebot mit dem Hauptzweck der Bereitstellung von Videos.

4.3.2.2. Zum Hauptzweck des YouTube-Kanals „Kontrast AT“

Das Videoangebot des Antragstellers auf YouTube stellt ein eigenständig nutzbares Angebot dar. Die Videos werden auf einem eigens dafür geschaffenen YouTube-Kanal bereitgestellt.

Es handelt sich beim YouTube-Kanal „Kontrast AT“ daher nach Ansicht der KommAustria um ein eigenständiges Angebot mit dem Hauptzweck der Bereitstellung von Videos.

4.3.2.3. Zum Hauptzweck des Facebook-Seite „kontrast.at“

In der Rubrik „Videos“ der Facebook-Seite „kontrast.at“ finden sich ausschließlich audiovisuelle Inhalte. Der Videobereich der Facebook-Seite „kontrast.at“ stellt somit ein eigenständig nutzbares Angebot mit dem Hauptzweck der Bereitstellung von Videos dar.

4.3.3. Zur redaktionellen Verantwortung

§ 2 Z 20 AMD-G lautet:

„20. Mediendiensteanbieter: die natürliche oder juristische Person, die die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese gestaltet werden;“

Der Begriff der redaktionellen Verantwortung wird im AMD-G nicht näher definiert.

Art. 1 lit. c AVMD-RL lautet:

„c) „redaktionelle Verantwortung“ die Ausübung einer wirksamen Kontrolle sowohl hinsichtlich der Zusammenstellung der Sendungen als auch hinsichtlich ihrer Bereitstellung entweder anhand eines chronologischen Sendeplans im Falle von Fernsehsendungen oder mittels eines Katalogs im Falle von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf. Die redaktionelle Verantwortung begründet nicht zwangsläufig eine rechtliche Haftung nach innerstaatlichem Recht für die bereitgestellten Inhalte oder Dienste;“

Gemäß Art. 1 Abs. 1 lit. c AVMD-RL ist die „redaktionelle Verantwortung“ bei audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf als Ausübung einer wirksamen Kontrolle sowohl hinsichtlich der Zusammenstellung der Sendungen als auch hinsichtlich ihrer Bereitstellung mittels eines Katalogs zu verstehen. Der Mediendiensteanbieter ist derjenige, der dabei die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese gestaltet werden (Art. 1 Abs. 1 lit. d AVMD-RL).

Diese Definition schließt daher natürliche oder juristische Personen aus, die Übertragungswege zur Übertragung von Sendungen bereitstellen, für die die redaktionelle Verantwortung bei Dritten liegt, so z.B. Kabelnetzbetreiber, Betreiber einer Multiplex-Plattform oder Betreiber einer Plattform für nutzergenerierte Inhalte.

Im Impressum der Webseite „KONTRAST.at“ und des Facebook-Auftritts „kontrast.at“ scheint der Antragsteller als Medieninhaber auf. In der Kanalinfo des YouTube-Kanals „Kontrast AT“ findet sich ein Link zur Webseite „KONTRAST.at“ und dem Facebook-Auftritt „kontrast.at“. In seiner die in Rede stehenden Dienste betreffenden Anzeige nach § 9 Abs. 1 AMD-G vom 27.07.2018, KOA 1.950/18-071, führte der Antragsteller selbst aus, dass er deren Betreiber sei. Es ist daher davon auszugehen, dass der Antragsteller jene Videos auswählt, die in den Videobereich der Webseite „KONTRAST.at“ gestellt bzw. auf YouTube hochgeladen werden. Beim Videobereich des Facebook-Auftritts „kontrast.at“ ergibt sich die redaktionelle Verantwortung daraus, dass im Videobereich Playlists erstellt wurden und somit nicht bloß automatisch ein Videobereich aus in der Facebook-Timeline geposteten Videos generiert wurde. Es ist davon auszugehen, dass der Antragsteller als Betreiber des Facebook-Auftritts „kontrast.at“ die Letztverantwortung für die Erstellung der Playlists trägt.

Der Antragsteller übt somit die wirksame Kontrolle hinsichtlich der Zusammenstellung und auch hinsichtlich der Bereitstellung der Sendungen auf den in Prüfung gezogenen Videoangeboten aus (vgl. dazu KOA 1.960/17-113 vom 07.06.2017 sowie *Kogler, TV (ON DEMAND)*, 2010, S. 41).

4.3.4. Zur „Fernsehähnlichkeit“

Weiters ist zu prüfen, ob im Videobereich der Webseite „KONTRAST.at“, auf dem YouTube-Kanal „Kontrast AT“ und im Videobereich der Facebook-Seite „kontrast.at“ Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung angeboten werden, kurz ob das Angebot fernsehähnlich ist. „Sendung“ ist in § 2 Z 30 AMD-G definiert als 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 Mediendiensteanbieter erstellten Sendeplans oder Katalogs ist (vgl. ausführlich BKS 13.12.2012, GZ 611.191/0005-BKS/2012; siehe auch Art. 1 Abs.1 lit. b AVMD-RL).

Nach den Erläuterungen zur Bezug habenden Regierungsvorlage (RV 611 BlgNR, 24. GP) folgt die Definition der Sendung in § 2 Z 30 AMD-G der bestehenden Rechtsprechung der Regulierungsbehörden im Bereich des Fernsehens, auf die insoweit zurückgegriffen werden kann. Eine Mindestdauer ist nicht erforderlich. Im Bereich der Abrufdienste muss eine Vergleichbarkeit mit Form und Inhalten von Fernsehsendungen vorliegen, damit eine Sendung vorliegt.

Bei den hier relevanten Begriffsdefinitionen orientierte sich der Gesetzgeber, wie er in den Erläuterungen zur zitierten Regierungsvorlage ausdrücklich betonte, „strikt an den Vorgaben der Mediendiensterichtlinie“, sodass für das Begriffsverständnis auf die einschlägigen Vorschriften des Unionsrechts, insbesondere auf Art. 1 AVMD-RL Bedacht genommen werden muss (vgl. VwGH 16.12.2015, Zl. 2015/03/0004).

Gemäß ErwG 24 AVMD-RL ist ein typisches Merkmal der Abrufdienste, dass sie „fernsehähnlich“ sind, d.h. dass sie auf das gleiche Publikum wie Fernsehsendungen ausgerichtet sind und der Nutzer aufgrund der Art und Weise des Zugangs zu diesen Diensten vernünftigerweise einen Regelungsschutz im Rahmen dieser Richtlinie erwarten kann. Angesichts dieser Tatsache sollte zur Vermeidung von Diskrepanzen bei der Dienstleistungsfreiheit und beim Wettbewerb der Begriff „Sendung“ unter Berücksichtigung der Entwicklungen auf dem Gebiet der Fernsehsendungen dynamisch ausgelegt werden.

Der EuGH hat zum Erfordernis der Fernsehähnlichkeit in seinem Urteil vom 21.10.2015, C 347/14, *New Media Online GmbH*, im Wesentlichen festgehalten, dass die Einordnung von einzelnen Videos als "Sendung" im Sinne von Art. 1 Abs. 1 lit b AVMD-RL nicht erfordere, dass die komplette Kurzvideosammlung mit einem von einem Fernsehveranstalter erstellten kompletten Sendeplan oder Katalog vergleichbar, sondern dass nur eine Vergleichbarkeit von Videosequenzen wie den in Rede stehenden mit der Form und dem Inhalt von Fernsehprogrammen notwendig sei. Es schade auch nicht, dass sie von kurzer Dauer seien, weil das Fernsehprogrammangebot neben Programmen von langer und mittlerer Dauer auch Programme kurzer Dauer enthalte. Die Videos müssten sich lediglich wie ein Fernsehprogramm an ein Massenpublikum richten und bei diesem im Sinne des ErwG 24 AVMD-RL eine deutliche Wirkung entfalten. Die AVMD-RL ziele nach ihren ErwG 11, 21 und 24 darauf ab, dass in einem besonders wettbewerbsstarken Mediumfeld für Anbieter, die sich an das gleiche Publikum richten, die gleichen Regeln gelten würden und verhindert werde, dass audiovisuelle Mediendienste auf Abruf dem herkömmlichen Fernsehen gegenüber unlauteren Wettbewerb betreiben könnten. Eine solche Wettbewerbssituation

bestehe etwa, wenn Beiträge von regionalen Fernsehsendern zum Abruf gestellt würden, da diese Videos in Wettbewerb zu den von den regionalen Fernsehsendern angebotenen Informationsdiensten träten. Dies gelte auch für kurze Videos, die Kultur- oder Sportveranstaltungen oder auf Unterhaltungsreportagen bezögen und insofern mit Musikkanälen, Sportkanälen sowie Unterhaltungssendungen im Wettbewerb stünden.

In den im Videobereich der Webseite „KONTRAST.at“, auf dem YouTube-Kanal „Kontrast AT“ und auf der Facebook-Seite „kontrast.at“ abrufbaren Videos werden vor allem Themen aus den Bereichen Politik und Gesellschaft behandelt. Insbesondere die Darstellung von Interviews, Reportagen und Erklärvideos, bei denen Grafiken mit Bewegtbildinhalten kombiniert werden, stellt eine Art der Visualisierung von politischen Themen dar, die sich in gleicher Form auch im klassischen Fernsehen findet. In anderen Worten liegt eine redaktionelle Bearbeitung wie in Nachrichtensendungen vor. Auch die behandelten Themen sind Inhalt von „klassischen“ Fernsehprogrammen. Insofern liegt eine Vergleichbarkeit in Form und Inhalt mit Fernsehsendungen vor. Die vom Antragsteller betriebenen Videoangebote zielen somit im Sinne der genannten Rechtsprechung des EuGH auf das gleiche Zielpublikum wie Fernsehsendungen ab.

4.3.5. Zur allgemeinen Öffentlichkeit

Für das Vorliegen eines audiovisuellen Mediendienstes fordert § 2 Z 3 AMD-G ausdrücklich, dass sich ein solcher an die "allgemeine Öffentlichkeit" richtet. Im Sinne dieser Bestimmung muss der Mediendienst daher technisch für jedermann abrufbar sein und es darf die Zugänglichkeit nicht auf einen exklusiven Adressatenkreis beschränkt sein.

Das verfahrensgegenständliche Angebot richtet sich an die Allgemeinheit und ist unter den Internetadressen [„https://kontrast.at/thema/video/“](https://kontrast.at/thema/video/), [„https://de-de.facebook.com/pg/kontrast.at/videos/?ref=page_internal“](https://de-de.facebook.com/pg/kontrast.at/videos/?ref=page_internal) und [„https://www.youtube.com/channel/UCsOfQy5jeWGLTeTLpZ1CtSw/videos“](https://www.youtube.com/channel/UCsOfQy5jeWGLTeTLpZ1CtSw/videos) für jedermann abrufbar. Es besteht daher nach Ansicht der KommAustria kein Zweifel daran, dass die Sendungen der allgemeinen Öffentlichkeit bereitgestellt werden.

4.3.6. Zum elektronischen Kommunikationsnetz

Die Verbreitung der Videoangebote erfolgt unter Nutzung des offenen Internets und damit über ein elektronisches Kommunikationsnetz.

Zusammenfassend stellt die KommAustria daher fest, dass der YouTube-Kanal „Kontrast AT“ (<https://www.youtube.com/channel/UCsOfQy5jeWGLTeTLpZ1CtSw/videos>) und der Videobereich der Facebook-Seite „kontrast.at“ (https://de-de.facebook.com/pg/kontrast.at/videos/?ref=page_internal) als audiovisuelle Mediendienste auf Abruf im Sinne von § 2 Z 4 iVm Z 3 AMD-G zu qualifizieren sind.

Der Videobereich der Webseite „KONTRAST.at“ (<https://kontrast.at/thema/video/>) ist hingegen mangels Hauptzweckeigenschaft (siehe oben 4.3.2.1.) nicht als audiovisueller Mediendienst auf Abruf im Sinne von § 2 Z 4 iVm Z 3 AMD-G zu qualifizieren.

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: AT830100000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 1.960/19-005“, 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 30.01.2019

Kommunikationsbehörde Austria

Dr. Susanne Lackner
(Vorsitzende-Stellvertreterin)