



KOA 1.950/19-008

Bescheid

I. Spruch

Auf Antrag von Martin Voigt 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 bei dem YouTube- Kanal „proBIERTV“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/probiertv>, sowie bei dem unter <http://www.probiertv/> abrufbaren Angebot derzeit jeweils 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 11.09.2018, ergänzt mit Schreiben vom 18.01.2019, beantragte der Antragsteller die bescheidmäßige Feststellung, dass die gezeigten Inhalte der im Spruch genannten Angebote keine audiovisuellen Mediendienste auf Abruf im Sinne von § 2 Z 4 AMD-G darstellen.

Begründend führte er aus, dass er Betreiber der Internetseite www.probiertv sei und diese als reines Hobby betreibe. Diese Seite beschäftige sich mit dem Thema Craftbier (handwerklich gebrautes Bier), das in der Lebensmittelwelt ein Nischenprodukt für einen kleinen Kreis an Liebhabern darstelle.

Teil des Konzeptes sei eine völlige Unabhängigkeit und Werbefreiheit. Mit dieser Seite würden keinerlei finanzielle Mittel oder Sachzuwendungen erzielt. Dies unterscheide das Angebot wesentlich von kommerziellen Seiten in diesem Bereich und sei ein Grund für die Leser, die Seite zu besuchen. Der Antragsteller sei auch kein ausgebildeter Bierexperte, sondern gebe nur die eigene Meinung als ein Liebhaber in dieser Szene wieder.

Auf der Webseite würden ausschließlich Biere aus dem vorgenannten handwerklichen Craftbier Bereich vorgestellt und präsentiert. Die Auswahl und der Kauf der Biere obliege ausschließlich dem Antragsteller und werde privat finanziert. Auch folge die Bewertung keinem vorgegebenen Schema, sondern stelle ausschließlich die persönlichen Meinung des Antragstellers dar. Daneben gebe es noch vereinzelt Interviews mit Brauern und Reiseberichte zu Festivals oder Brauereien.

Die textlichen Biervorstellungen der Website würden in der Regel durch YouTube-Videos audiovisuell ergänzt. Dies sei für die Zuseher in diesem Segment wichtig, da bestimmte

Eigenschaften des Bieres (z.B. Farbe, Schaumbildung) durch einen Blogbeitrag nur schwer zu vermitteln seien.

Der YouTube Kanal sei über die URL: www.youtube.com/probiertv zu erreichen, die YouTube-Videos würden auf dem Blog entsprechend zu den Textbeiträgen eingebunden.

Biervorstellungen – und damit auch die Videos – würden in der Regel drei bis fünf Mal die Woche veröffentlicht. Die Videoclips würden dabei im Regelfall zwischen vier und sieben Minuten dauern.

Zusammenfassend sei das Angebot als reines Hobby und ohne kommerzielle Kommunikation anzusehen und würde somit nicht unter die Anzeigepflicht fallen.

2. Sachverhalt

Auf Grund der Anzeige sowie des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

Der Antragsteller ist deutscher Staatsbürger und in Wien wohnhaft.

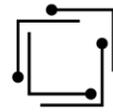
Der Antragsteller betreibt seit 2013 den YouTube Kanal „proBIERTV“ unter der Adresse <https://www.youtube.com/probiertv> sowie die Website www.probier.tv.

Die Beschreibung des YouTube Kanals lautet wie folgt:

„proBIER.TV ist der Youtube Channel von <http://www.proBIER.at> dem Bierblog. Hier bekommt ihr das zu sehen, was ihr sonst nur lesen könnt.

Craftbier Verkostungen, Brauereibesuche, Interviews, Neuigkeiten rund ums Bier - alles hier bei proBIER.TV“

Auf dem YouTube Kanal werden vom Antragsteller (Craf-)Biere verkostet und bewertet. Die Videos haben dabei eine durchschnittliche Länge zwischen vier und sieben Minuten und werden von einem wenige Sekunden dauernden Anfangssequenz eingeleitet:



(Abbildung 1)



(Abbildung 2)

Die Videos enden jeweils mit einem mehrere Sekunden dauernden Abspann, wo in der Regel auf andere Biervideos innerhalb des Kanal verwiesen wird.

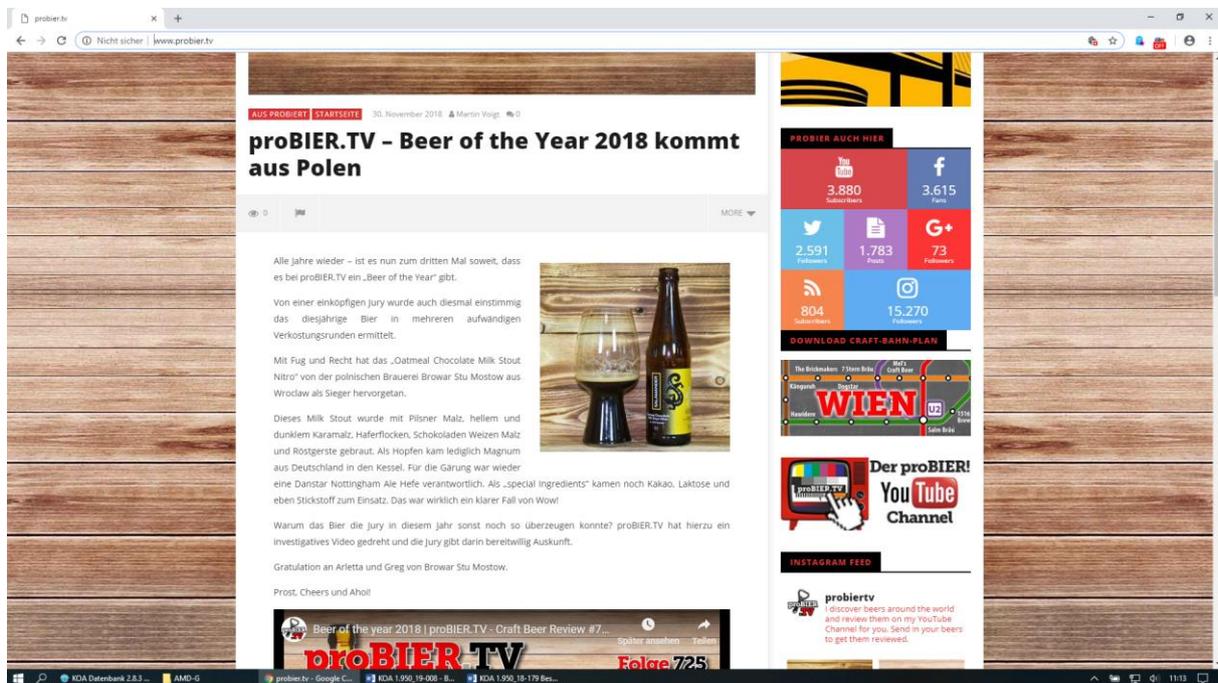


Mehr **proBIER.TV** auf **You Tube**

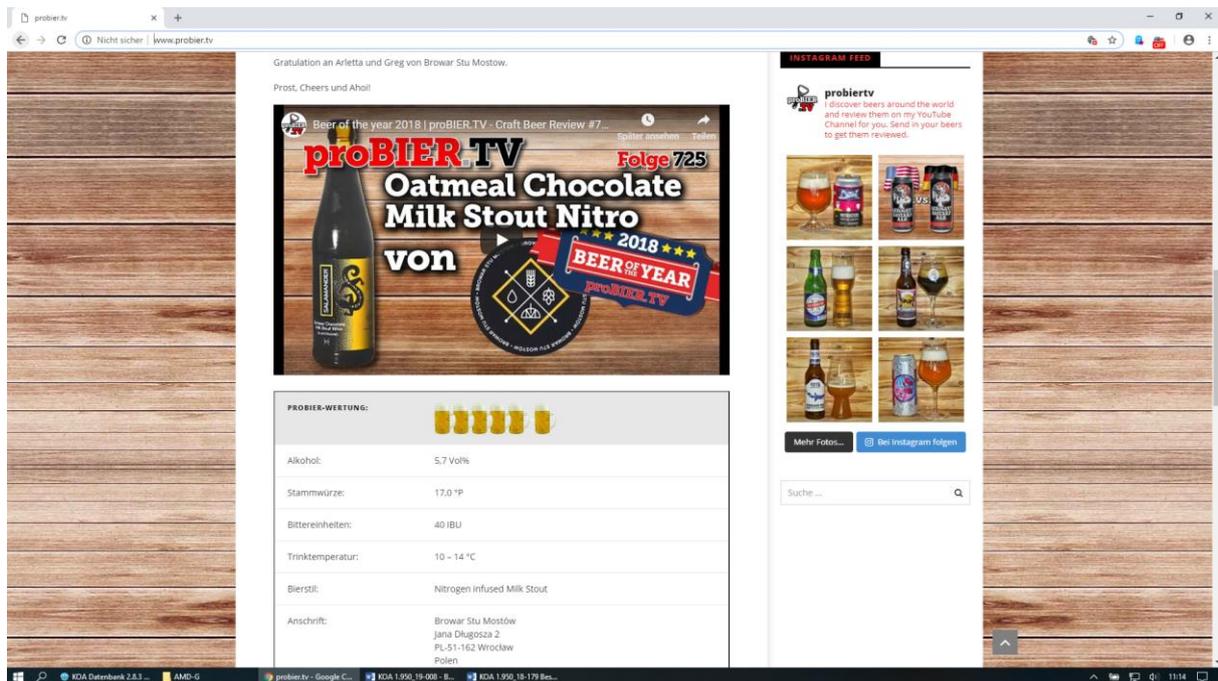


(Abbildung 3)

Die Website www.probiertv.com unterscheidet sich insofern vom Youtube Angebot, als hier nicht Videos innerhalb eines Katalogs gezeigt werden, sondern es wird jeweils ein einzelnes (Bier-)Video zum Textangebot (aus YouTube) eingebettet.



(Abbildung 4)



(Abbildung 5)

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zum Antragsteller, zu den abrufbaren Angeboten <https://www.youtube.com/probiertv> und <http://www.probiertv.pl> sowie zu dem Zeitpunkt, seitdem diese jedenfalls angeboten werden, ergeben sich aus der Einsichtnahme der KommAustria in die genannten Angebote sowie den Angaben des Antragstellers.

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.“

4.2. Behördenzuständigkeit und Zulässigkeit des Feststellungsantrages

Der Antragsteller beantragt die Feststellung, dass die im Spruch genannten Mediendienste jeweils keinen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf im Sinn des AMD-G darstellen.

Gemäß § 9 Abs. 8 AMD-G hat die Regulierungsbehörde, das ist gemäß § 66 AMD-G die KommAustria, auf Antrag festzustellen, ob ein angezeigter Mediendienst unter § 2 Z 3 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 AEUV
- eines Mediendiensteanbieters unter dessen redaktioneller Verantwortung
- mit dem Hauptzweck
- der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung

- der allgemeinen Öffentlichkeit
- über elektronische Kommunikationsnetze.

4.3.1. Zur Dienstleistung

Der Antragsteller verneint das Vorliegen eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf und bringt vor, dass er mit diesem Dienst nicht kommerziell tätig sei und er diesen Dienst rein zu Hobbyzwecken anbiete. Dies zielt auf das Kriterium der Dienstleistungseigenschaft nach Art. 56 und 57 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) ab.

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).

Nach der AVMD-RL sollten nur jene Dienste erfasst werden, die sich nicht vorwiegend auf nicht-wirtschaftliche Tätigkeiten erstrecken und die nicht mit Fernsehsendungen im Wettbewerb stehen (wie z.B. private Internetseiten) sowie die keine Videoplattformen darstellen; vgl. auch den Erwägungsgrund 21 AVMD-RL, 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 gegenständlichen Angebote haben im Wesentlichen das Bierverkosten und die Bewertung desselben durch den Antragsteller zum Inhalt. Der Antragsteller hat in diesem Zusammenhang glaubwürdig vorgebracht, mit den Diensten keine Einnahmen lukrieren zu wollen. Auch wird keine Werbung eingespielt, auch von daher scheint es bei diesem Kanal an einer wirtschaftlichen Tätigkeit und somit an der Dienstleistungseigenschaft zu mangeln (arg.: „in der Regel gegen Entgelt“).

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

4.3.2. Zur redaktionellen Verantwortung

Die redaktionelle Verantwortung für die Gestaltung des Dienstes ist zentraler Anknüpfungspunkt.

§ 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 Abs. 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. 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).

Es liegen keine Hinweise vor, dass die Auswahl der Inhalte durch jemand anderen als den Antragsteller selbst erfolgt. Die redaktionelle Verantwortung für die Gestaltung der bereitgestellten Angebote ist daher zu bejahen.

4.3.3. 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.“

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

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

Anders ist dies im Falle des auf der Website <http://www.probier.tv/> bereitgestellten Angebots zu beurteilen: Der Verwaltungsgerichtshof (VwGH) hat in seinem Erkenntnis vom 16.12.2015, ZI 2015/03/0004, mit dem Verweis auf das mit dem Urteil des EuGH vom 21. Oktober 2015, C-347/14, beendete Vorabentscheidungsverfahren folgendes ausgesprochen:

„Im Übrigen dürfe der 28. Erwägungsgrund der AVMD-Richtlinie nicht so verstanden werden, dass ein audiovisueller Dienst immer und schon dann vom Anwendungsbereich der AVMD-Richtlinie ausgeschlossen sei, wenn der Betreiber einer Webseite, zu der dieser Dienst gehöre, eine Online-Zeitung verlege. Ein Videobereich, der im Rahmen einer einheitlichen Webseite die Voraussetzungen für eine Einstufung als audiovisueller Mediendienst auf Abruf erfülle, verliere diese Eigenschaft nicht allein deshalb, weil er von der Webseite einer Zeitung aus zugänglich sei oder in deren Rahmen angeboten werde (RNr 28). Entscheidend sei ein materieller Ansatz, der entsprechend dem Wortlaut des Art 1 Abs 1 lit a Z i der AVMD-Richtlinie darin bestehe, zu prüfen, ob der betreffende Dienst als solcher und unabhängig von dem Rahmen, in dem er angeboten werde, den Hauptzweck habe, eine Sendung zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit bereitzustellen (RNr 33).

Im vorliegenden Verfahren sei es Sache des Verwaltungsgerichtshofes, zu prüfen, ob der in der Subdomain Video angebotene Dienst in Inhalt und Funktion gegenüber den Presseartikeln des Verlegers der Online-Zeitung eigenständig sei. Wenn dies der Fall sei, falle der Dienst in den Anwendungsbereich der AVMD-Richtlinie. Wenn der Dienst dagegen insbesondere wegen der zwischen dem audiovisuellen Angebot und dem Textangebot bestehenden Verbindungen untrennbar mit der journalistischen Tätigkeit dieses Verlegers verknüpft sei, falle er nicht in den Anwendungsbereich der Richtlinie (RNr 34). Bei dieser Prüfung könne nicht maßgebend sein, ob das fragliche audiovisuelle Angebot im Hauptbereich der betreffenden Webseite oder in einer ihrer Subdomains präsentiert werde (RNr 35).“

Im gegenständlichen ist der unter <http://www.probier.tv/> bereitgestellte Dienst in Inhalt und Funktion gegenüber den Artikeln des Antragstellers nicht eigenständig, sondern ist mit der journalistischen (Bewertungs-)Tätigkeit des Antragstellers untrennbar verknüpft. Dies zeigt sich insbesondere daran, dass pro Bewertungsartikel derzeit lediglich ein (einziges) Verkostungsvideo eingebettet ist und sich dieses Video auf den vorliegenden Text bezieht. Das bedeutet, dass jedenfalls die Mehrheit der Videos abhängig vom Abrufen der Artikel des Antragstellers zugänglich und abrufbar ist.

Die Voraussetzung des Hauptzwecks liegt in diesem Fall daher nicht vor.

4.3.4. Zur „Fernsehähnlichkeit“

Weiters ist zu prüfen, ob mit den Angeboten Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung angeboten werden, kurz ob die Angebote fernsehähnlich sind. „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 Sendepfades 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 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 Regierungsvorlage ausdrücklich betonte, „strikt an den Vorgaben der Mediendiensterichtlinie“, sodass für das Begriffsverständnis auf die einschlägigen Vorschriften des Unionsrechts, insbesondere auf Art. 1 AVMD-Richtlinie 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 kurzen Videos, die Kultur- oder Sportveranstaltungen oder auf Unterhaltungsreportagen bezögen und insofern mit Musikkanälen, Sportkanälen sowie Unterhaltungssendungen im Wettbewerb stünden.

Die gegenständlichen Videos haben im Wesentlichen das Verkosten bzw. Testen eines Produktes zum Inhalt. Es ist davon auszugehen, dass derartige Rezensionen von Produkten typischerweise auch im Fernsehen vorkommen. Insofern ist eine Vergleichbarkeit in Form und Inhalt der bereitgestellten Videobeiträge mit Fernsehsendungen gegeben.

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 etwa in einem geschlossenen Netzwerk beschränkt sein.

Das Angebot richtet sich an die Allgemeinheit und ist auf YouTube sowie auf der Website <http://www.probier.tv/> für jedermann frei 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 erfolgt unter Nutzung des offenen Internets und damit über ein elektronisches Kommunikationsnetz.

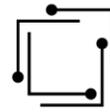
Zusammenfassend stellt die KommAustria daher fest, dass der auf YouTube bereitgestellte Kanal „proBIERTV“, der unter der Internetadresse <https://www.youtube.com/probiertv> abrufbar ist, sowie das unter <http://www.probier.tv/> abrufbare Angebot jeweils nicht als audiovisueller Mediendienst auf Abruf im Sinne von § 2 Z 4 iVm Z 3 AMD-G zu qualifizieren ist.

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 1.950/19-008“, 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 16. April 2019

Kommunikationsbehörde Austria

Dr. Susanne Lackner
(Vorsitzende-Stellvertreterin)