



Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und audiovisuelle Mediendiensteanbieter gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 6/2024, in Verbindung mit den §§ 60, 61 Abs. 1 und 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 135/2023, fest, dass Linda Baier die Bestimmung des § 9 Abs. 1 AMD-G dadurch verletzt hat, dass sie ihre Tätigkeit als Anbieterin der audiovisuellen Mediendienste auf Abruf
 - a. <https://www.tiktok.com/@linda.lime>
 - b. https://www.instagram.com/linda_lime/nicht spätestens zwei Monate nach Aufnahme derselben der KommAustria angezeigt hat.
2. Gemäß § 62 Abs. 4 AMD-G wird festgestellt, dass es sich bei den Rechtsverletzungen gemäß Spruchpunkt 1. um keine schwerwiegenden Verletzungen des AMD-G handelt.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 19.09.2023 leitete die KommAustria ein Rechtsverletzungsverfahren gemäß §§ 61 Abs. 1 und 62 Abs. 1 AMD-G gegen Linda Baier (im Folgenden: die Einschreiterin) ein und führte im Wesentlichen aus, seit jedenfalls mehr als zwei Monaten enthielten die von der Einschreiterin angebotenen Social-Media-Auftritte unter <https://www.tiktok.com/@linda.lime> und https://www.instagram.com/linda_lime/ überwiegend Bewegtbildinhalte, sodass die KommAustria vorläufig davon ausgehe, dass es sich dabei um audiovisuelle Mediendienste auf Abruf im Sinne des § 2 Z 4 AMD-G handle. Eine Anzeige gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G sei für die genannten Dienste bisher nicht erfolgt. Der Einschreiterin wurde zugleich die Gelegenheit eingeräumt, hierzu binnen zwei Wochen Stellung zu nehmen.

Mit Schreiben vom 11.10.2023 nahm die Einschreiterin Stellung und führte im Wesentlichen aus, richtig sei, dass sie auf ihren Social-Media-Profilen verschiedene Inhalte bereitstelle, die öffentlich zugänglich seien und von den jeweiligen Plattformnutzern kostenlos zu einem von diesen gewählten, beliebigen Zeitpunkt abgerufen werden können. Das Lancieren dieser beiden



genannten Social-Media-Profile sei ausschließlich privat motiviert gewesen und habe keinerlei werbliche bzw. entgeltliche Intention und/oder Komponente gehabt.

Auf dem *Instagram*-Profil der Einschreiterin sei der Content gemischt und in einer Gesamtbetrachtung überwiegend Nicht-Bewegtbildinhalt. Videos seien erst nach und nach erstellt worden; genauso hätten sich diverse Werbekooperationen erst im Laufe der Zeit ergeben, vermehrt in den letzten ca. zwei Monaten (ein zentraler Ausgangspunkt sei hier, soweit feststellbar, eine Fernsehreportage im „Seitenblicke“-Magazin Mitte August 2023 gewesen); dieser Effekt habe allerdings schon wieder etwas nachgelassen – für November 2023 habe die Einschreiterin keine einzige Werbekooperation in Aussicht gehabt. Der Content des *Instagram*-Profils bzw. dessen Zusammensetzung (Fotos, Videos) variiere von Monat zu Monat; wesentlich sei, dass auch in Zukunft weiterhin gemischter Content – d.h. kein „Kippen“ zu mehr Video-Content – geplant sei.

Das *Instagram*-Profil habe einen Anteil an Bewegtbildinhalten von 44,82 %. Ein Überwiegen der Bewegtbildinhalte liege – wie bereits erwähnt – nicht vor. Vom genannten Bewegtbildanteil seien rund 75 % gänzlich frei von Werbung. Lediglich 65 Videos, d.h. rund 19 % dieser insgesamt 342 Kurzvideos, stünden in Zusammenhang mit einer bezahlten Werbekooperation. Weitere 25 Videos seien lediglich aus Gründen besonderer Vorsicht (z.B. aufgrund einer Markennennung), ohne dass die Einschreiterin hierfür irgendeine Gegenleistung erhalten habe, mit dem Hinweis „Anzeige“ versehen, obwohl es sich dabei um redaktionelle Beiträge gehandelt habe. Es liege sohin kein Dienst im Sinne des AMD-G vor, der in der Regel gegen Entgelt erbracht werde. Im Weiteren sei noch angemerkt, dass die Einschreiterin auch über keinen „Programmkatalog“ und über keine entsprechende Suchmaske unter anderem zum Filtern der einzelnen abrufbaren Videos verfüge. 98,25 % aller Reels dauerten maximal eine Minute; vor diesem Hintergrund sei auch die Voraussetzung der Fernsehähnlichkeit zu verneinen.

TikTok sei *per se* eine Kurzvideoplattform, auf der von jedermann nur Kurzvideos hochgeladen werden könnten. Was das *TikTok*-Profil der Einschreiterin betreffe, sei die Entwicklung von Werbekooperationen eine vergleichbar ähnliche bzw. parallele wie bereits in Bezug auf *Instagram* dargelegt; auch hier habe die Einschreiterin erst seit Kurzem vermehrt Werbekooperationen erlangen können, wobei auch diese in einer Gesamtbetrachtung untergeordnet seien: mehr als 80 % der Videos seien gänzlich frei von Werbung. Lediglich 92 Videos, d.h. rund 13 %, stünden im Zusammenhang mit einer bezahlten Werbekooperation (Zeitraum von 27.02.2020 bis *dato*). Weitere 35 Videos seien, ohne dass die Einschreiterin hierfür irgendeine Gegenleistung erhalten habe, lediglich aus Gründen besonderer Vorsicht (z.B. aufgrund einer Markennennung), mit dem Hinweis „Anzeige“ versehen worden, obwohl es sich dabei um redaktionelle Beiträge gehandelt habe.

Sollte die KommAustria – entgegen dem Standpunkt der Einschreiterin – dennoch zum Ergebnis gelangen, dass von dieser audiovisuelle Mediendienste auf Abruf betrieben werden, so sei der Einschreiterin kein Verschulden anzulasten. Die in Rede stehende Rechtsverletzung sei, was die Plattformen *TikTok* bzw. *Instagram* betreffe, in Anbetracht der bisher lediglich vereinzelt angezeigten Accounts dieser Plattformen ein absolutes Novum in Österreich, in der „Influencer-Szene“ unbekannt und der Einschreiterin in Anbetracht des Umstands, dass bei den inkriminierten Accounts kein Überwiegen entgeltlicher bzw. werblicher Inhalte vorliege, nicht vorzuwerfen, sodass eine Verwaltungsstrafe *in concreto* jedenfalls ausscheide. Die Einschreiterin hole auf diesem Weg *in eventu* für den Fall, dass die KommAustria das Vorliegen eines Abrufdienstes trotz obiger Ausführungen bejahen sollte, die entsprechende Meldung nach § 9 Abs. 1 AMD-G nach.



2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeföhrten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

2.1. Instagram-Profil linda_lime

Auf https://www.instagram.com/linda_lime/ verbreitet die Einschreiterin sowohl Fotos als auch Videos, wobei der überwiegende Teil der Videos eine Dauer von unter einer Minute aufweist. Der erste Beitrag wurde im Juli 2017 veröffentlicht. Zunächst überwogen Fotobeiträge gegenüber Bewegtbildinhalten; seit jedenfalls Juli 2022 überwiegen Bewegtbildinhalte gegenüber anderen Beiträgen. Ein erheblicher Teil der Videos zeigt die Einschreiterin als Hoteltesterin bzw. als Testerin von Freizeitangeboten und Fluglinien. Die bereitgestellten Videos sind zum Teil mit „*Anzeige“ als kommerzielle Kommunikation gekennzeichnet. Das Profil weist zum Entscheidungszeitpunkt ungefähr 124.000 Follower auf.

2.2. TikTok-Kanal @linda.lime

Unter <https://www.tiktok.com/@linda.lime> bietet die Einschreiterin ebenfalls Kurzvideos an. Es handelt sich zum Teil um die gleichen Videos wie auf Instagram, insbesondere die in Punkt 2.1. genannten „Tests“ werden auch auf Instagram verbreitet. Die bereitgestellten Videos sind ebenfalls zum Teil mit „*Anzeige“ als kommerzielle Kommunikation gekennzeichnet. Der Kanal weist jedenfalls seit August 2024 und auch zum Entscheidungszeitpunkt ungefähr 1,5 Millionen Follower auf.

2.3. Website <https://www.lindalime.at/>

Auf der Website <https://www.lindalime.at/> bewirbt die Einschreiterin folgende Dienstleistungen (siehe Abbildung 1):

„SIE WÜNSCHEN SICH MEHR SICHTBARKEIT AUF SOCIAL MEDIA FÜR IHR HOTEL?

Wir erstellen Content für Ihr Hotel und teilen unser Wissen, welches wir uns über die Jahre in der Branche aufgebaut haben.

Internationale Bekanntheit durch virale Kurzvideos. Hotelgäste, die gerne den extra Service zahlen. Professioneller Video Content für Ihren Social Media Auftritt

Unser Erfolgsgeheimnis...

liegt in der Kombination aus unwiderstehlichen Angeboten und einer extrem großen Reichweite auf Social Media. Wir erstellen innovativen Content, um unseren Kunden eine starke Social Media Präsenz aufzubauen und ihnen im digitalen Zeitalter zum Erfolg zu verhelfen.“

Unter „Kundenerfolge“ werden Videos aus dem TikTok-Kanal der Einschreiterin verlinkt.

Unter „Presse & Veröffentlichungen“ sind mehrere Interviews mit der Einschreiterin verlinkt, aus welchen unter anderem hervorgeht, dass diese seit 2020 vermehrt Content produziere und ein Jahr später ihren (Haupt-)Beruf als Lehrerin aufgegeben habe, um sich vollständig auf die Tätigkeit als Influencerin zu konzentrieren.

Zudem weist die Einschreiterin auf ihre Social-Media-Reichweite hin (siehe Abbildung 2).

Abbildung 1: anonymisiert

Abbildung 1: Darstellung der Dienstleistungen auf <https://www.lindalime.at/>

Abbildung 2: anonymisiert

Abbildung 2: Darstellung der Reichweite auf <https://www.lindalime.at/>

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen beruhen auf der amtswegigen Einsichtnahme in die angeführten Onlineangebote der Einschreiterin, zuletzt besucht am 02.07.2024.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde

Gemäß § 61 Abs. 1 AMD-G entscheidet die KommAustria über Verletzungen von Bestimmungen dieses Bundesgesetzes von Amts wegen oder aufgrund von Beschwerden.

Gemäß § 62 Abs. 1 AMD-G besteht die Entscheidung der KommAustria in der Feststellung, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung dieses Bundesgesetzes verletzt worden ist.

4.2. 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 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, bei der der Hauptzweck oder ein trennbarer Teil der Dienstleistung darin besteht, unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendiensteanbieters der Allgemeinheit Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung über elektronische Kommunikationsnetze (Art. 2 Z 1 der Richtlinie (EU) 2018/1972 über den europäischen Kodex für die elektronische Kommunikation, ABl. Nr. L 321 vom 17.12.2018, S. 36) bereitzustellen; 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 Programmkatalog bereitgestellt wird (Abrufdienst);

[...]



30. *Sendung: ein einzelner, in sich geschlossener Teil eines audiovisuellen Mediendienstes, der unabhängig von seiner Länge aus einer Abfolge von Bewegtbildern mit oder ohne Ton besteht und Bestandteil eines von einem Mediendiensteanbieter erstellten Sendeplans oder Katalogs ist; der Begriff schließt insbesondere Spielfilme, Videoclips, Sportberichte, Sitcoms, Dokumentationen, Nachrichten-, Kunst- und Kultursendungen, Kindersendungen und Originalproduktionen ein;*

[...].“

§ 2a AMD-G lautet auszugsweise:

„Begriffseingrenzung“

§ 2a. (1) *Nicht als Abrufdienst im Sinne von § 2 Z 4 zu qualifizieren ist insbesondere die Bereitstellung audiovisueller Inhalte, auch wenn diese in einem trennbaren Teil des vom Bereitsteller inhaltlich gestalteten Angebots ausgewiesen sind, durch*

[...]

4. Unternehmen zur Präsentation der von ihnen hergestellten oder vertriebenen Waren oder der von ihnen angebotenen Dienstleistungen;

[...]

(2) Die in Abs. 1 genannten Angebote stellen nur dann keinen Abrufdienst im Sinne dieses Bundesgesetzes dar, wenn die Bereitstellung der audiovisuellen Inhalte weder eigenständig noch durch Beifügung oder Einblendung audiovisueller kommerzieller Kommunikation vermarktet oder verwertet wird und auch nicht durch regelmäßige sonstige Zuwendungen finanziell unterstützt wird.“

§ 9 AMD-G lautet auszugsweise:

„Anzeigepflichtige Dienste“

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

[...].“

4.3. Vorliegen eines Abrufdienstes im Sinne von § 2 Z 4 iVm Z 3 AMD-G

Nach § 2 Z 4 AMD-G ist ein 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 Programmatalog bereitgestellt wird. Als audiovisueller Mediendienst ist dabei nach § 2 Z 3 AMD-G eine Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV), bei der der Hauptzweck oder ein trennbarer Teil der Dienstleistung darin besteht, unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendiensteanbieters der Allgemeinheit Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung über elektronische Kommunikationsnetze bereitzustellen, zu verstehen.



Die Einschreiterin trägt die redaktionelle Verantwortung für die Inhalte auf den inkriminierten Social-Media-Profilen (www.tiktok.com/@linda.lime; www.instagram.com/linda_lime/), insbesondere für die auf diesen bereitgestellten „Test“-Videos. Diese Inhalte werden auch der Allgemeinheit über ein elektronisches Kommunikationsnetz zur Verfügung gestellt. Damit sind jeweils diese beiden Voraussetzungen des § 2 Z 3 AMD-G für das Vorliegen eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf erfüllt. Dies wird von der Einschreiterin auch nicht bestritten.

4.3.1. Zum Vorliegen einer Dienstleistung (§ 2 Z 3 AMD-G)

1. Die Einschreiterin bringt allerdings vor, dass nur wenige ihrer Videos monetarisiert seien. Mit diesem Vorbringen bestreitet sie im Wesentlichen die Dienstleistungseigenschaft ihres Angebots.
2. Gemäß § 2 Z 3 AMD-G ist eines der Kriterien für das Vorliegen eines anzeigepflichtigen audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf, dass es sich um eine Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV handelt.

Unter einer Dienstleistung im Sinne dieser Bestimmungen 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 Leistung einen wirtschaftlichen Charakter in einem weiteren Sinn aufzuweisen hat, und dass sie zumindest zu Erwerbszwecken, also: zur Erzielung von Einkünften, erfolgen muss. Nicht erforderlich hingegen ist, dass der Leistungserbringer mit Gewinnerzielungsabsicht handelt (vgl. VwGH 05.10.2021, Ra 2021/03/0061, mwN). Der Begriff der wirtschaftlichen Gegenleistung ist dabei extensiv auszulegen und schließt auch „Umwegrentabilitäten“ ein (vgl. dazu *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze [2018]⁴, 434 mwN).

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 damit 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. dazu EuGH 26.04.1988, 352/85, *Bond van Adverteerders* Rn 16; *Lenz/Borchardt*, EU-Verträge - Kommentar [2012]⁶, Art. 56, 57 AEUV Rn 12f). Der Dienstleistungserbringer muss jedoch einen gewissen Erwerbszweck verfolgen (vgl. dazu *Lenz/Borchardt*, EU-Verträge⁶, Art. 56, 57 AEUV Rn 9 mwN; siehe auch KommAustria 25.09.2012, KOA 1.950/12-042).

3. Wie sich aus der Website der Einschreiterin ergibt (siehe etwa Abbildung 1), bietet sie Hotels Dienstleistungen des Social-Media-Marketings, insbesondere die Veröffentlichung von Videos (auch) auf ihren reichweitenstarken Social-Media-Kanälen an (siehe Abbildung 2). Insofern ist daher davon auszugehen, dass die inkriminierten Kanäle zu Erwerbszwecken und somit im Rahmen der Erbringung von Dienstleistungen im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV erbracht werden.

Soweit die Einschreiterin in diesem Zusammenhang moniert, dass nur ein geringer Teil der Videos monetarisiert werde, ist zum einen festzuhalten, dass Anknüpfungspunkt für die Beurteilung des Vorliegens einer Dienstleistung nicht einzelne Videos, sondern der in Frage stehende Dienst ist, welcher durch die Monetarisierung einzelner Inhalte jedenfalls einem Erwerbszweck dient. Zum anderen ist, wie die Einschreiterin auf ihrer Website selbst anführt (siehe wiederum Abbildung 2), ihre hohe Reichweite auf den gegenständlichen Social-Media-Kanälen ihr wesentliches „Kapital“, das ihren Marktwert für Werbetreibende bestimmt, sodass sämtliche Aktivitäten auf ihren Social-



Media-Kanälen, die ihre Nutzerzahlen bestimmen, letztendlich im Sinne der angeführten Rechtsprechung dem Erwerbszweck dienen.

4. Die Ausnahme des § 2a Abs. 1 Z 4 AMD-G vom Begriff des Abrufdienstes greift im vorliegenden Fall im Übrigen nicht, da die gegenständlichen Videos nicht lediglich zur Präsentation der von der Einschreiterin angebotenen Dienstleistungen dienen, sondern vielmehr wesentlicher Inhalt ihrer Dienstleistungstätigkeit sind und somit im Sinne des Abs. 2 *leg. cit.* auch „verwertet“ werden.

4.3.2. Zur Bereitstellung von Sendungen als Hauptzweck

1. Weiters führt die Einschreiterin aus, dass der überwiegende Teil der Beiträge auf ihrem *Instagram*-Profil nicht Bewegtbildinhalte seien. Zudem seien ihre Videos überwiegend kurz und somit nicht fernsehähnlich. Mit diesem Vorbringen bestreitet die Einschreiterin im Wesentlichen, dass der Hauptzweck oder ein trennbarer Teil der inkriminierten Social-Media-Angebote darin bestehe, Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen.

2. Die Gesetzesmaterialien zur AMD-G Novelle BGBl. I Nr. 150/2020 (RV 462 BlgNR XXVII. GP, 7) halten im Zusammenhang mit der Begriffsabgrenzung in § 2a AMD-G Folgendes fest (Unterstreichung hinzugefügt):

„Erneut ist auch im Zusammenhang mit der nun zur Klarstellung eingefügten Negativabgrenzung zu betonen, dass ein audiovisueller Mediendienst auf Abruf in inhaltlicher Hinsicht nur dann vorliegt, wenn er mittels eines Katalogs Sendungen (Z 30) zur Information, Bildung oder Unterhaltung bereitstellt. Die Anforderungen der die Richtlinie umsetzenden Bestimmungen des AMD-G (etwa auch zu den Europäischen Werken oder zur Barrierefreiheit) gelten wie in der unionsrechtlichen Vorgabe nur für massenmediale Erscheinungsformen, das heißt, solche (vgl. ErwG 21), „die für den Empfang durch einen wesentlichen Teil der Allgemeinheit bestimmt sind und bei dieser eine deutliche Wirkung entfalten könnten.“ Nur diese potentielle Wirkung und ihre dadurch hergestellte Eignung, im Markt der auch durch kommerzielle Kommunikation finanzierten audiovisuellen Dienstleistungen in Konkurrenz zu anderen massenmedialen Angeboten zu treten, rechtfertigen eine Gleichbehandlung im Sinne der von der Richtlinie intendierten „fairen Wettbewerbsbedingungen“ (vgl. ErwG 2, 4 und 10 der Richtlinie 2010/13/EU). In diesem Sinn umfasst Abs. 1 eine demonstrative Aufzählung, die nicht ausschließt, dass auch andere, nicht explizit beschriebene Angebote mangels Erfüllung der Elemente der Definition gar nicht in den Anwendungsbereich fallen. In Verbindung mit dem zusätzlichen Erfordernis, dass die Inhalte nicht anderweitig eigenständig verwertet werden dürfen, kann besser abgegrenzt werden, welche audiovisuellen Angebote nicht als derartige im Wettbewerb um Zuschauer/innen und um Werbeeinnahmen „kämpfende“ Dienste gelten; vgl. zu dieser Negativabgrenzung auch die Beispiele bei Kogler, Fernsehähnliches TV-On Demand - Was ist (k)ein „Audiovisueller Mediendienst auf Abruf?“, MR 2011/228.“

Angesichts der erheblichen Reichweite der gegenständlichen Kanäle und des Umstandes, dass die Einschreiterin ihre Dienstleistungen (Social-Media-Vermarktung und Bewerbung von Hotels auf ihren eigenen Social-Media-Kanälen) unter Verweis auf ebendiese hohe Reichweite anbietet (vgl. dazu Abbildung 1 und 2), sie diese Tätigkeit somit nicht in nur geringem Umfang, sondern insbesondere hauptberuflich ausübt, sind die Angebote der Einschreiterin auf den gegenständlichen Kanälen jedenfalls geeignet, am massenmedialen Markt teilzunehmen und somit im Sinne eines Massenmediums deutliche Wirkung in der Weise zu erzielen, dass es in Konkurrenz zu solchen massenmedialen Angeboten tritt.



3. Aus dem Wortlaut von § 2 Z 30 AMD-G ergibt sich weiters, dass die Dauer der Videos in diesem Zusammenhang unerheblich ist (arg: „*der unabhängig von seiner Länge*“), sodass auch Kurzvideos Sendungen im Sinne dieser Bestimmung sind (siehe dazu auch EuGH 21.10.2015, C-347/14, *New Media Online*) und eine massenmediale Wirkung erzielen können.

Entgegen der Ansicht der Einschreiterin können die Videos auch aus von der Einschreiterin festgelegten Programmatalogen (nämlich im Rahmen der gegenständlichen Social-Media-Profile) abgerufen werden; eine Suchfunktion oder Ähnliches ist entgegen dem Vorbringen nicht erforderlich.

4. Auf dem *TikTok*-Kanal der Einschreiterin werden ausschließlich Bewegtbildinhalte angeboten. Das Ermittlungsverfahren hat überdies ergeben, dass die Einschreiterin jedenfalls seit Juli 2022 auf *Instagram* überwiegend audiovisuelle Inhalte bereitstellt. Insofern besteht jedenfalls ab diesem Zeitpunkt kein Zweifel, dass der Hauptzweck auch dieses Kanals in der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung besteht.

5. Die von der Einschreiterin unter <http://www.tiktok.com/@linda.lime> und https://www.instagram.com/linda_lime/ angebotenen Dienste sind damit als audiovisuelle Mediendienste auf Abruf im Sinne von § 2 Z 4 iVm Z 3 AMD-G einzustufen.

4.4. Verletzung von § 9 Abs. 1 AMD-G

Gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G haben Anbieter von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf ihre Tätigkeit spätestens zwei Monate nach Aufnahme der Tätigkeit der Regulierungsbehörde anzuzeigen.

Ausgehend davon, dass jedenfalls mit Juli 2022 sämtliche Kriterien erfüllt waren, hätte die Einschreiterin die gegenständlichen Social-Media-Kanäle somit gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G binnen zwei Monaten nach Aufnahme anzeigen müssen. Die erst im Rahmen ihrer Stellungnahme vom 11.10.2023 erfolgte Anzeige der Abrufdienste ist damit jedenfalls verspätet.

Die Rechtsverletzungen waren daher spruchgemäß festzustellen (Spruchpunkt 1.a. und b.).

4.5. Ausspruch gemäß § 62 Abs. 4 AMD-G

Gemäß § 62 Abs. 4 AMD-G hat die Regulierungsbehörde in ihren Bescheid im Falle der Feststellung einer Rechtsverletzung einen Ausspruch aufzunehmen, ob es sich um eine schwerwiegende Verletzung einer Bestimmung dieses Bundesgesetzes handelt.

Die Bestimmung des § 9 AMD-G sieht Anzeige- sowie Aktualisierungsverpflichtungen von Mediendiensteanbietern vor. Die KommAustria geht davon aus, dass nicht jeder Verstoß gegen die Anzeigeverpflichtung des § 9 AMD-G eine schwerwiegende Verletzung darstellt. Vielmehr kommt es unter Berücksichtigung der konkreten unterlassenen Verpflichtung auf eine Einzelfall-betrachtung an.

Im gegenständlichen Fall war zu berücksichtigen, dass die Mediendiensteanbieterin ihrer Anzeigepflicht zumindest verspätet nachgekommen ist und in diesem Rahmen der KommAustria die für eine Regulierungstätigkeit erforderlichen Informationen über die bereitgestellten audiovisuellen Mediendienste übermittelt hat.

Insgesamt geht die KommAustria daher davon aus, dass es sich bei den vorliegenden Verletzungen des § 9 Abs. 1 AMD-G um keine schwerwiegenden Rechtsverletzungen handelt (Spruchpunkt 2.).

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 eingebbracht wurde.

Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 30,- an das Finanzamt Österreich (IBAN: AT830100000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 1.960/24-078“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Bei elektronischer Überweisung der Beschwerdegebühr mit der „Finanzamtszahlung“ sind die Steuernummer/Abgabekontonummer 109999102, die Abgabenumart „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 02. Juli 2024

Kommunikationsbehörde Austria

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