



KOA 1.950/19-070

Bescheid

I. Spruch

Auf Antrag von A, 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 „Gonzo Renger“, abrufbar unter https://www.youtube.com/channel/UCwMYG4zNgyt_jov2ONWrrqQ?view_as=subscriber, derzeit um keinen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf im Sinne von § 2 Z 3 und Z 4 AMD-G handelt.

Hinsichtlich des YouTube-Kanals „COOL Jugendmagazin“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/user/coolmagazin>, wird der Feststellungsantrag zurückgewiesen.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 21.09.2018 beantragte A (im Folgenden: 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. Zusammengefasst brachte der Antragsteller vor, dass er mit beiden YouTube-Kanälen noch keinen Cent verdient habe und diese nur zur Archivierung nutze.

Mit Schreiben vom 07.03.2019 forderte die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) den Antragsteller auf, gemäß § 9 Abs. 2 iVm Abs. 8 AMD-G nähere Angaben zum Programm (Dauer und Häufigkeit der Beiträge, Anteile an Eigenproduktionen sowie Art und Inhalt der Beiträge) zu machen. Weiters wurde im Hinblick auf die YouTube-Kanäle „COOL Jugendmagazin“ sowie „Gonzo Renger“ um Klarstellung ersucht, ob beide Kanäle vom Antragsteller als Einzelunternehmer oder von der Gonzomedia GesmbH betrieben werden. Sofern die Dienste von der Gonzomedia GesmbH betrieben werden, forderte die KommAustria den Antragsteller auf, hierfür eine Vollmacht vorzulegen, die belegt, dass er zum Zeitpunkt der Antragstellung für die Einbringung des Feststellungsantrags legitimiert gewesen ist.

Mit Schreiben vom 09.03.2019 langte eine Stellungnahme des Antragstellers ein, worin er Folgendes ausführt: Für den Kanal „Gonzo Renger“ sei der Antragsteller selbst verantwortlich. Für den Kanal „COOL Jugendmagazin“ sei die Gonzomedia GesmbH mit dem Geschäftsführer B bzw. dem Chefredakteur C verantwortlich.

2. Sachverhalt

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

Der Antragsteller betreibt den YouTube-Kanal „Gonzo Renger“ unter der Adresse https://www.youtube.com/channel/UCwMYG4zNgyt_jov2ONWrrqQ?view_as=subscriber.

Die Beschreibung des Dienstes (YouTube Kanalinfo) lautet:

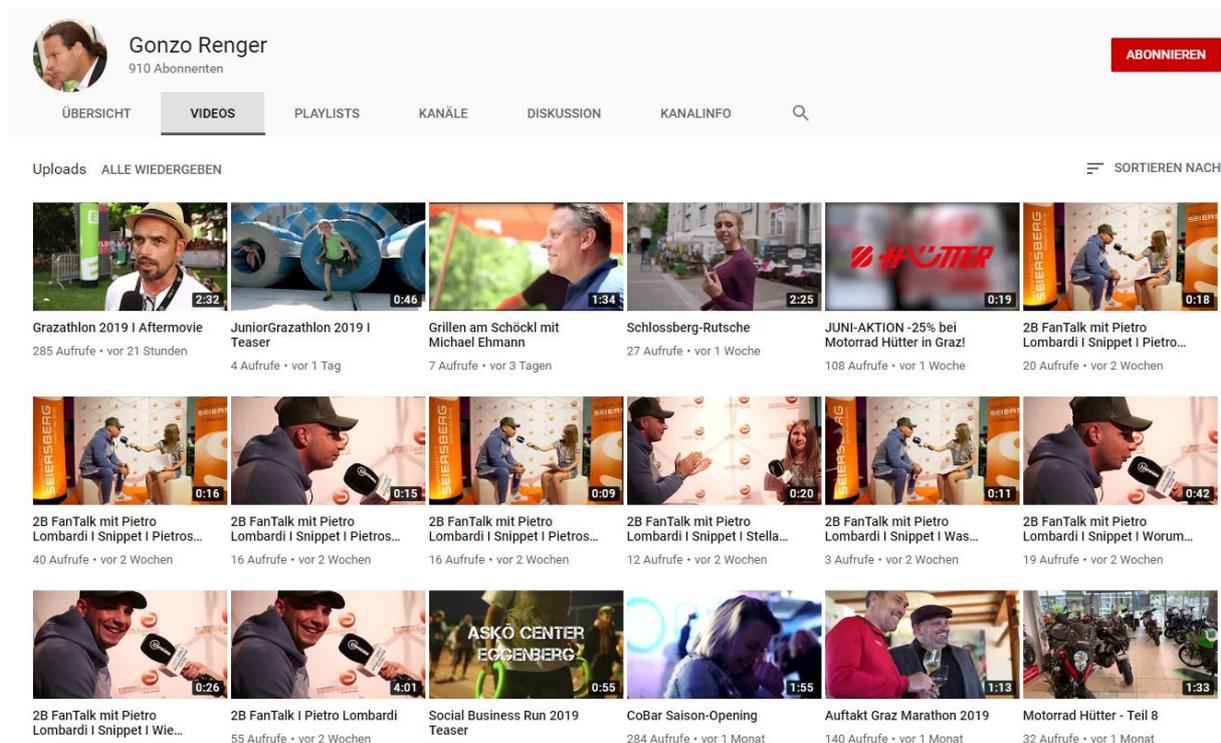
„MMMMR MultiMediaMarketingA ist als Werbeagentur auch der erste Ansprechpartner in Sachen Film- & Videoproduktion. Von uns bekommen Sie Werbefilme, Werbespots, Imagefilme, PR-Beiträge, Society Berichte, News (Sport, Politik, Wirtschaft, Kunst, Gesellschaft) und alles was man audiovisuell umsetzen kann.

Informationen unter www.gonzomedia.at

Außerdem hat die Gonzomedia GesmbH, ein Verlag für adiovisuelle und Printmedien, 2 Magazine im Portfolio: Das Cool Jugendmagazin und das Österreichische Musikmagazin

Auch unterhaltsam sind die Gonzo Comedy Formate, wie Gonzo’s Auf geht’s, Gonzo unterwegs in Österreich, Gonzo’s Sommertour, oder Gonzo’s Pendlerquiz“

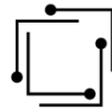
Auf dem YouTube-Kanal erschienen unregelmäßig Videos, welche vom Antragsteller selbst produziert werden. Die Beiträge zeigen unterschiedliche Imagefilme und PR-Beiträge, aber auch Interview und Society-News.



The screenshot shows the YouTube channel page for 'Gonzo Renger' with 910 subscribers. The 'VIDEOS' tab is selected, displaying a grid of 18 video thumbnails. Each thumbnail includes a video title, a duration, and view/engagement statistics.

Video Title	Duration	Views/Engagement
Grazathlon 2019 Aftermovie	2:32	285 Aufrufe • vor 21 Stunden
JuniorGrazathlon 2019 Teaser	0:46	4 Aufrufe • vor 1 Tag
Grillen am Schöckl mit Michael Ehmann	1:34	7 Aufrufe • vor 3 Tagen
Schlossberg-Rutsche	2:25	27 Aufrufe • vor 1 Woche
JUNI-AKTION -25% bei Motorrad Hütter in Graz!	0:19	108 Aufrufe • vor 1 Woche
2B FanTalk mit Pietro Lombardi Snippet Pietro...	0:18	20 Aufrufe • vor 2 Wochen
2B FanTalk mit Pietro Lombardi Snippet Pietro...	0:16	40 Aufrufe • vor 2 Wochen
2B FanTalk mit Pietro Lombardi Snippet Pietro...	0:15	16 Aufrufe • vor 2 Wochen
2B FanTalk mit Pietro Lombardi Snippet Pietro...	0:09	16 Aufrufe • vor 2 Wochen
2B FanTalk mit Pietro Lombardi Snippet Stella...	0:20	12 Aufrufe • vor 2 Wochen
2B FanTalk mit Pietro Lombardi Snippet Was...	0:11	3 Aufrufe • vor 2 Wochen
2B FanTalk mit Pietro Lombardi Snippet Worum...	0:42	19 Aufrufe • vor 2 Wochen
2B FanTalk mit Pietro Lombardi Snippet Wie...	0:26	
2B FanTalk Pietro Lombardi	4:01	55 Aufrufe • vor 2 Wochen
Social Business Run 2019 Teaser	0:55	
CoBar Saison-Opening	1:55	284 Aufrufe • vor 1 Monat
Auftakt Graz Marathon 2019	1:13	140 Aufrufe • vor 1 Monat
Motorrad Hütter - Teil 8	1:33	32 Aufrufe • vor 1 Monat

Abbildung 1 – „Gonzo Renger“



Ruft man ein Video auf, beginnt dieses sofort und ohne dass Werbung über das YouTube-Partnerprogramm ausgespielt wird. Am Ende der Videos wird meist folgendes eingeblendet:



Abbildung 2 - „JuniorGrazathlon 2019 | Teaser“

Teilweise wird im jeweiligen Abspann auch der bzw. die Sponsoren eingeblendet:



Abbildung 3 – „Grillen am Schöckl mit Michael Ehmann“



Abbildung 4 - „Street View Dixie Club | Chill Hill im Aiola Schloss“

Der YouTube-Kanal „COOL Jugendmagazin“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/user/coolmagazin>, wird nicht vom Antragsteller, sondern von der Gonzomedia GesmbH verantwortet. Geschäftsführer der Gonzomedia GesmbH ist B. Der Antragsteller war zum Zeitpunkt der Antragstellung nicht bevollmächtigt, den gegenständlichen Antrag auf Feststellung einzubringen.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zum Abrufdienst „Gonzo Renger“ ergeben sich aus der Einsichtnahme der KommAustria in den unter https://www.youtube.com/channel/UCwMYG4zNgyt_jov2ONWrrqQ?view_as=subscriber abrufbaren Kanal sowie den glaubwürdigen Angaben des Antragstellers.

Die Feststellungen zum „COOL Jugendmagazin“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/user/coolmagazin>, sowie zur Gonzomedia GesmbH beruhen auf den der Einsichtnahme in den genannten Kanal, den glaubwürdigen Aussagen des Antragstellers sowie der Einsichtnahme in das offene Firmenbuch.

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 darstellt.

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 eines audiovisuellen Mediendienstes

Vorab ist im Hinblick auf den YouTube-Kanal „COOL Jugendmagazin“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/user/coolmagazin>, festzuhalten, dass dieser nicht vom Antragsteller, sondern von der Gonzomedia GesmbH veranstaltet und betrieben wird. Die Berechtigung zur Antragstellung gemäß § 9 Abs. 8 AMD-G kommt jedenfalls nur dem Anbieter, nicht aber Dritten zu, wollte der Gesetzgeber ausweislich der Materialien doch die bestehende Vollzugspraxis eines

antragsgebundenen Feststellungsverfahrens im rechtlichen Interesse des Betroffenen aufgreifen (vgl. *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, 487).

Der Antragsteller war sohin nicht zur Antragstellung gemäß § 9 Abs. 8 AMD-G legitimiert, weswegen der Antrag im Hinblick auf den YouTube-Kanal „COOL Jugendmagazin“ zurückzuweisen war (Spruchpunkt 2.).

Im Hinblick auf den Kanal „Gonzo Renger“, ist verfahrensgegenständlich die Frage, ob der Antragsteller einen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf im Sinne des § 2 Z 4 AMD-G in Verbindung mit § 2 Z 3 AMD-G anbietet, der der Anzeigepflicht gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G unterliegt.

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.

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. Dienstleistung

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/Traimer/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. Erwägungsgrund 21 AVMD-RL).

Der Antragsteller hat zwar vorgebracht, dass er aus dem gegenständlichen YouTube-Kanal keine Einnahmen erzielt und der Kanal rein zu Archivierungszwecke diene. Dennoch sind in den Videos im jeweiligen Abspann regelmäßig Sponsoreinblendungen zu sehen. Es ist davon auszugehen, dass solchen Einblendungen (siehe etwa Abbildungen 3 und 4) in der Regel nur gegen Entgelt erbracht werden.

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

4.3.2. Zur redaktionellen Verantwortung

Die redaktionelle Verantwortung für die Gestaltung des audiovisuellen Mediendienstes 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 des audiovisuellen Mediendienstes ist daher zu bejahen.

4.3.3. Zum Hauptzweck

Im Hinblick auf das Kriterium des Hauptzwecks ist auf das Gesamterscheinungsbild abzustellen.

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 Bundesverwaltungsgericht hat in seinem Erkenntnis vom 19.02.2016, GZ W194 2009539 1/4E, das sich auf das Urteil des EuGH C 347/14 vom 21.10.2015, bezieht, zum Hauptzweck von Diensten ausgeführt, dass es nicht maßgebend sein kann, ob sich die betreffende Webseite als Ganzes betrachtet auf die Haupttätigkeit eines Unternehmens bezieht oder auf eine Tätigkeit, die für das Unternehmen nur eine Nebenrolle spielt. Es ist daher entsprechend dem Wortlaut des Art. 1 Abs. 1 Buchst. a Z. i der AVMD-RL bei der Prüfung, ob der betroffene Dienst als solcher und unabhängig von dem Rahmen, in dem er angeboten wird, den Hauptzweck hat, eine Sendung zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit bereitzustellen, von einem materiellen Ansatz auszugehen.

Folglich kommt es für die Zuordnung des „Hauptzwecks“ nicht auf das gesamte Leistungsspektrum eines Diensteanbieters an, sondern auf das abgrenzbare audiovisuelle Angebot. Ausschlaggebend ist somit allein, ob der betreffende Dienst als solcher und unabhängig von dem Rahmen, in dem er angeboten wird, den Hauptzweck hat, Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit bereitzustellen (vgl. EuGH vom 21.10.2015, Rs. C-347/14 – New Media Online, Rn 28, Rn 33).

Das Wesen der Social Media Plattform YouTube ist es geradezu, (fast) ausschließlich Videocontent verfügbar zu machen, der Hauptzweck muss insofern nicht weiter erörtert werden. 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 „Gonzo Renger“ nach Ansicht der KommAustria daher um ein eigenständiges Angebot mit dem Hauptzweck der Bereitstellung von Videos.

4.3.4. Zur „Fernsehähnlichkeit“

Weiters ist zu prüfen, ob mit dem Angebot 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 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.

Der gegenständliche YouTube-Kanal stellt im Wesentlichen eine Ansammlung unterschiedlicher Marketingvideos dar, die der Antragsteller überwiegend für die einzelnen Unternehmen (also für Dritte) erstellt und zum Abruf bereitstellt.

Es ist daher festzuhalten, dass sich das Angebot nicht (primär) an die allgemeine Öffentlichkeit richtet, sondern sogenannte „Showcases“ für interessierte Unternehmen präsentiert, deren durchaus redaktionell gestalteter Inhalt nichtsdestotrotz erkennbar und vorrangig der Vermarktung derselben, jedoch nicht pauschal (bzw. mehrheitlich) der Information, Unterhaltung und Bildung der breiten Öffentlichkeit dient. Das Angebot richtet sich somit primär an Unternehmen, die an der Vermarktung ihres Angebots via Bewegtbild interessiert sind.

Die KommAustria geht daher davon aus, dass es sich beim gegenständlichen YouTube-Kanal um einen reinen Werbevideokanal im Sinne der Rechtsprechung des EuGH (vgl. EuGH, 21.02.2018, Rs. C-132/17, Peugeot Deutschland) und somit um keinen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf im

Sinne des § 2 Z 4 iVm Z 3 AMD-G handelt, da sein Hauptzweck nicht in der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit liegt. Er unterliegt somit nicht der Anzeigepflicht gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G.

Die KommAustria sieht eine Vergleichbarkeit in Form und Inhalt der bereitgestellten Videobeiträge mit Fernsehsendungen als nicht gegeben an.

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 des verfahrensgegenständlichen Dienstes richtet sich an die Allgemeinheit und ist auf YouTube 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 des verfahrensgegenständlichen Dienstes erfolgt unter Nutzung des offenen Internets und damit über ein elektronisches Kommunikationsnetz.

Zusammenfassend stellt die KommAustria fest, dass der auf YouTube bereitgestellte Kanal „Gonzo Renger“ (abrufbar unter https://www.youtube.com/channel/UCwMYG4zNgyt_jov2ONWrrqQ?view_as=subscriber) nicht als audiovisueller Mediendienst auf Abruf im Sinne von § 2 Z 4 iVm Z 3 AMD-G zu qualifizieren ist, da, wie eingangs ausgeführt, die oben genannten Kriterien kumulativ erfüllt sein müssen.

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 1.950/19-070“, 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 03.09.2019

Kommunikationsbehörde Austria

Dr. Susanne Lackner
(Vorsitzende-Stellvertreterin)