



Bescheid

I. Spruch

Die Anzeige von A vom 07.02.2023, betreffend den unter der Internetadresse „<https://www.instagram.com/bellastudies/>“ bereitgestellten Instagram-Kanal „Bellastudies“, wird gemäß § 9 Abs. 7 Z 1 iVm § 2 Z 3 und 4 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I. Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 55/2022, zurückgewiesen.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 07.02.2023 zeigte A (im Folgenden: Einschreiterin) den unter der Internetadresse „<https://www.instagram.com/bellastudies/>“ abrufbaren Instagram-Kanal „Bellastudies“ an. Sie führte hierzu im Wesentlichen aus, dass sie den Instagram-Account als Privatperson betreibe. Die Tätigkeit werde an ihrer Wohnadresse ausgeführt. Bei der Art der Videos handele es sich um Kurzvideos („Reels“ mit bis zu 15 Sekunden Länge). Sie poste jeden bis jeden zweiten Tag entweder ein Video oder ein Foto (von Alltagssituationen, ihrer Einrichtung oder sich selbst). Die Videos filme sie selbst und mache auch alle Fotos selbst. Die Videos würden sich ausschließlich auf dem Instagram-Kanal „Bellastudies“ finden. Sie habe von fünf Unternehmen Produkte zugeschickt bekommen und mit diesen „Reels“ gedreht oder Fotos gepostet. Dabei habe sie immer klargestellt, dass das Produkt ein Geschenk gewesen sei.

Mit Schreiben vom 24.02.2023 forderte die KommAustria die Einschreiterin im Rahmen eines Mängelbehebungsauftrags und Ergänzungsersuchens dazu auf einen Nachweis über die Staatsangehörigkeit vorzulegen, nähere Angaben über den Programmkatalog, insbesondere den Umfang und die angebotenen Sparten und Sendungen sowie zum Datum der Aufnahme der Tätigkeit zu machen.

Mit Schreiben vom 14.03.2023 führte die Einschreiterin ergänzend Folgendes aus: Sie betreibe den Instagram-Kanal "bellastudies" seit März 2021, begonnen habe sie mit den Videos ungefähr im Mai/Juni 2021. Zur Zeit liege die Auslastung zwischen Foto- und Videocontent bei jeweils 50%. Zukünftig werde sie wieder vermehrt auf Foto-Content umsteigen, da sich der Instagram-Algorithmus geändert habe und Foto-Content bevorzugt werde. Der Inhalt der bisher geposteten Videos sei vielfältig, beziehe sich aber durchgehend auf Themen zu ihrem Alltag (Studium, Motivation, Wellness). Sie poste diese Videos, da sie als Fernstudentin wenig Kontakt zu anderen Studierenden habe und so mit anderen Studenten und Schülern in Kontakt treten könne. Die Videos

sind im Schnitt immer zwischen 5 und 10 Sekunden lang gewesen. Auf keinem meiner Videos, das online ist, bewerbe ich eine Marke oder ein Produkt.

Die Einschreiterin legte auch einen Nachweis über die Staatsbürgerschaft bei.

2. Sachverhalt

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

Die Einschreiterin ist österreichische Staatsbürgerin und wohnhaft in Österreich. Sie hat einen unter der Internetadresse „<https://www.instagram.com/bellastudies/>“ abrufbaren Instagram-Kanal angezeigt. Auf diesem Kanal stellt die Einschreiterin Videos von Alltagssituationen, ihrer Einrichtung oder sich selbst bereit.

Die Videos beinhalten überwiegend Organisations- und Motivationstipps in Form von Reels und richten sich vor allem an Studierende.

Screenshot 1: anonymisiert

Screenshot 2: anonymisiert

Auf dem unter der Internetadresse „<https://www.instagram.com/bellastudies/>“ abrufbaren Instagram-Kanal werden 272 Beiträge bereitgestellt (Datum der Einsichtnahme: 31.05.2023). Davon sind 148 Video- und 127 Foto-Postings. Die Fotos und Videos werden von ihr selbst erstellt.

Derzeit werden keine der Finanzierungsmöglichkeiten, wie Kanalmitgliedschaften, Spenden, Affiliate Links oder Werbung, in Anspruch genommen. Der Instagram-Kanal der Einschreiterin hat derzeit ca. 130.000 Abonnenten.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zur Einschreiterin beruhen auf den in der Anzeige gemachten Angaben sowie dem beigelegten Nachweis der Staatsbürgerschaft.

Die Feststellungen zum angezeigten Angebot auf Instagram beruhen einerseits auf dem Vorbringen der Einschreiterin in ihren Schreiben vom 07.02.2023 und vom 14.03.2023, und andererseits auf der behördlichen Einsichtnahme in das Angebot am 31.05.2023.

Den Angaben der Einschreiterin, dass die Auslastung zwischen Foto- und Videocontent derzeit bei jeweils 50% liege, war insofern nicht zu folgen als die behördliche Einsichtnahme in das Angebot ergeben hat, dass das Verhältnis bei 54:46 liegt (148 Videos zu 127 Fotos).

Die Feststellung, dass der Instagram-Kanal derzeit nicht monetarisiert wird, beruht auf der behördlichen Einsichtnahme in das Angebot am 31.05.2023, da die Angaben der Einschreiterin diesbezüglich widersprüchlich waren. Einerseits brachte sie mit Schreiben vom 07.02.2023 vor, dass sie von fünf Unternehmen kostenlos Produkte zugeschickt bekommen und mit diesen „Reels“ gedreht habe. Andererseits brachte sie mit Schreiben vom 14.03.2023 vor, dass sie auf keinem der

Videos, das online seien, eine Marke oder ein Produkt bewerbe. Die Einsichtnahme hat ergeben, dass derzeit keine Finanzierungsmöglichkeiten, wie Kanalmitgliedschaften, Spenden, Affiliate Links oder Werbung, in Anspruch genommen werden.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zur Zuständigkeit der Behörde

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 50/2023, obliegt der KommAustria unter anderem die Wahrnehmung der Rechtsaufsicht nach den Bestimmungen des AMD G.

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

4.2. Vorliegen eines audiovisuellen Mediendienstes

§ 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 Programm katalog bereitgestellt wird (Abrufdienst);*

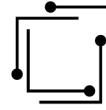
[...]

16. *Fernsehprogramm: ein audiovisuelles Rundfunkprogramm im Sinne des Artikels I Abs. 1 des Bundesverfassungsgesetzes über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks, BGBl. Nr. 396/1974, oder ein anderer über elektronische Kommunikationsnetze verbreiteter audiovisueller Mediendienst, der von einem Mediendiensteanbieter für den zeitgleichen Empfang von Sendungen auf der Grundlage eines Sendeplans bereitgestellt wird;*

[...]

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;*

[...]



28b. redaktionelle Verantwortung: die Ausübung einer wirksamen Kontrolle sowohl hinsichtlich der Zusammenstellung der Sendungen als auch hinsichtlich ihrer Bereitstellung entweder anhand eines chronologischen Sendepfades eines Fernsehprogrammes oder mittels eines Katalogs eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf;

[...]

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 Sendepfades oder Katalogs ist; der Begriff schließt insbesondere Spielfilme, Videoclips, Sportberichte, Sitcoms, Dokumentationen, Nachrichten-, Kunst- und Kultursendungen, Kindersendungen und Originalproduktionen ein;

[...]“

§ 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.*

(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. Weiters sind Nachweise über die für die Bestimmung der Rechtshoheit relevanten Tatsachen (Niederlassung) vorzulegen. Darüber hinaus hat die Anzeige zu enthalten:*

[...]

(7) *Stellt die Regulierungsbehörde aufgrund der Anzeige fest, dass*

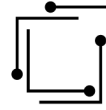
- 1. der angezeigte Mediendienst nicht unter § 2 Z 3 fällt und daher nicht dem Anwendungsbereich dieses Bundesgesetzes unterliegt, oder*
- 2. der Mediendiensteanbieter die Voraussetzungen der §§ 11 oder 12 nicht erfüllt, oder*
- 3. ein angezeigter Mediendienst offenkundig gegen § 30 Abs. 1 und 2, § 39 oder § 42 Abs. 1 verstoßen würde,*

hat sie im Fall der Z 1 die Anzeige mit Bescheid zurückzuweisen. In den Fällen der Z 2 und 3 hat sie die Aufnahme der Tätigkeit nach Durchführung einer öffentlichen mündlichen Verhandlung mit Bescheid zu untersagen. Kann dieses Verfahren nicht rechtzeitig vor Aufnahme der Tätigkeit abgeschlossen werden, ist ein Verfahren zur Untersagung nach § 63 einzuleiten.“

Verfahrensgegenständlich ist die Frage, ob die Einschreiterin einen audiovisuellen Mediendienst im Sinne des § 2 Z 3 und 4 AMD-G anbietet, welcher der Anzeigepflicht gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G unterliegt.

4.2.1. Zur Dienstleistung

Zur Frage der Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV führt Erwägungsgrund 21 zur Stammfassung der AVMD-RL (Richtlinie 2010/13/EU) aus:



„Er [der Begriff der audiovisuellen Mediendienste] 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.“

In den Erläuterungen zur Regierungsvorlage zur AMD-G-Novelle BGBl. I Nr. 150/2020 (462 BlgNR 27. GP, 3) finden sich – ungeachtet des Umstandes, dass es durch diese Novelle hinsichtlich des Dienstleistungsbegriffs zu keiner inhaltlichen Änderung kam – folgende Ausführungen zur Definition des audiovisuellen Mediendienstes:

„Von zentraler Bedeutung für das Vorliegen eines derartigen Dienstes sind daher unverändert das Begriffselement der Dienstleistung, aus dem sich ableiten lässt, dass es um die einer Entfaltung einer regelmäßigen und nicht bloß sporadisch oder unregelmäßig vereinzelt ausgeübten Tätigkeit geht, die zumeist auch auf die Erzielung von Einkünften abstellt. [...] Nach wie vor gilt nach ErWG 21 der Richtlinie 2010/13/EU, dass die Regelungen nicht auch ‚nichtwirtschaftliche Tätigkeiten‘ erfassen. Eine nichtwirtschaftliche Tätigkeit ist gegeben, wenn ein kostenloser Zugang der Öffentlichkeit zu einer kulturellen Aktivität besteht, da in diesen Fällen ein rein sozialer und/oder kultureller Zweck vorliegt, solange nicht mit Werbeeinnahmen ein Beitrag zu den Kosten erwirtschaftet oder sonst eine Vergütung für die erbrachte Dienstleistung gewährt wird.“

Unter einer Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV sind somit 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 die Leistung zumindest zu Erwerbszwecken (zur Erzielung von Einkünften) erfolgen muss. Dabei ist der Begriff der wirtschaftlichen Gegenleistung extensiv auszulegen und schließt somit auch „Umwegrentabilitäten“ ein (vgl. Kogler/Traimer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, S. 434, mwN).

Wie auch die bereits oben zitierten Erläuterungen zur Regierungsvorlage zur Novelle BGBl. 150/2020 (462 BlgNR 27. GP, 3) ausführen, ist eine nicht-wirtschaftliche Tätigkeit nur gegeben, solange nicht mit Werbeeinnahmen ein Beitrag zu den Kosten erwirtschaftet oder sonst eine Vergütung für die erbrachte Dienstleistung gewährt wird.

Für das Vorliegen einer wirtschaftlichen Tätigkeit ist gemäß der jüngsten Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofs (VwGH) entscheidend, „ob die erbrachte Leistung im Rahmen einer wirtschaftlichen Tätigkeit des Leistungserbringers erbracht wird, das heißt einer Tätigkeit, in deren Zug Leistungen (seien es Leistungen derselben Art oder andere Leistungen, etwa im Verhältnis von Haupt- und Nebenleistungen bzw. Leistungen zu Werbezwecken ...) in der Regel entgeltlich erbracht werden.“ (VwGH 05.10.2021, Ra 2021/03/0061, unter Hinweis auf EuGH 15.09.2016, C-484/14, *Mc Fadden*, Rn. 41, unter Hinweis auf EuGH 11.09.2014, C-291/13, *Papasavvas*).

In dem zitierten Erkenntnis folgt der VwGH der Judikatur des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) zum Dienstleistungsbegriff in Zusammenhang mit Diensten der Informationsgesellschaft. Der EuGH prüft dabei jeweils, ob die Leistung vom Anbieter als Teilnehmer am Wirtschaftsleben erbracht

wird, was etwa in Fällen, in den eine bestimmte Leistung zu Werbezwecken erbracht wird, bejaht wird. Voraussetzung für das Vorliegen einer Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV ist damit, dass der konkrete Dienst im Rahmen einer wirtschaftlichen Tätigkeit des Anbieters erbracht wird, auch wenn die Vergütung für den konkreten Dienst nicht notwendig von denjenigen bezahlt wird, denen der Dienst zugutekommt.

Für das Vorliegen einer Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV ist somit ihr wirtschaftlicher Charakter ausschlaggebend; es ist aber nicht erforderlich, dass der Leistungserbringer mit Gewinnerzielungsabsicht handelt (vgl. VwGH 05.10.2021, Ra 2021/03/0061, mit Hinweis auf EuGH 18.12.2007, C-281/06, *Jundt*, Rn. 32f). 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. EuGH, Rs. 352/85, Slg. 1988, 2085, Rn 16 – *Bond van Adverteerders*; *Lenz/Borchardt*, EU-Verträge, Kommentar zu Art. 56, 57 AEUV, Rz 12f). Der Dienstleistungserbringer muss jedoch einen gewissen Erwerbszweck verfolgen (*Lenz/Borchardt*, EU-Verträge, Kommentar zu Art. 56, 57 AEUV, Rz 9, m.w.N.; KommAustria 25.09.2012, KOA 1.950/12-042).

Derzeit wird auf dem gegenständlichen Instagram-Kanal keine der Finanzierungsmöglichkeiten, wie Kanalmitgliedschaften, Spenden, Affiliate Links oder Werbung, in Anspruch genommen. Das Vorliegen einer Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV ist daher derzeit zu verneinen.

4.2.2. Zur redaktionellen Verantwortung

Die redaktionelle Verantwortung für die Gestaltung des audiovisuellen Mediendienstes ist zentraler Anknüpfungspunkt.

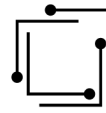
§ 2 Z 28b AMD-G lautet:

„redaktionelle Verantwortung: die Ausübung einer wirksamen Kontrolle sowohl hinsichtlich der Zusammenstellung der Sendungen als auch hinsichtlich ihrer Bereitstellung entweder anhand eines chronologischen Sendeplans eines Fernsehprogrammes oder mittels eines Katalogs eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf;“

§ 2 Z 20 AMD-G lautet:

„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;“

Gemäß § 2 Z 28b AMD-G 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 gemäß § 2 Z 20 AMD-G ist derjenige, der dabei die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese gestaltet werden.



Die Einschreiterin trifft die Entscheidung, welche Videos hochgeladen und in weiterer Folge zum Abruf bereitgehalten werden. Im Sinne der genannten Bestimmung der AVMD-RL trägt somit die Einschreiterin die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des gegenständlichen Instagram-Kanals und bestimmt, wie dieser gestaltet wird. Das Vorliegen der redaktionellen Verantwortung für das angezeigte Angebot ist daher ebenfalls zu bejahen.

4.2.3. Zum Hauptzweck des Angebots oder eines abtrennbaren Teils der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung

Voraussetzung für das Vorliegen eines audiovisuellen Mediendienstes gemäß § 2 Z 3 und 4 AMD-G ist weiter, ob der Hauptzweck oder ein trennbarer Teil der Dienstleistung darin besteht, Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen.

Bei dem unter der Internetadresse „<https://www.instagram.com/bellastudies/>“ betriebenen Instagram-Kanal handelt es sich um ein eigenständiges, abgrenzbares Angebot, dessen Wesen es ist, überwiegend Videoinhalte verfügbar zu machen. Es handelt sich daher (derzeit) bei dem verfahrensgegenständlichen Angebot um ein solches mit dem Hauptzweck der Bereitstellung von Videos.

Weiters ist zu prüfen, ob die bereitgestellten Videos auch Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung darstellen.

§ 2 Z 30 AMD-G lautet:

„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 Sendepfades oder Katalogs ist; der Begriff schließt insbesondere Spielfilme, Videoclips, Sportberichte, Sitcoms, Dokumentationen, Nachrichten-, Kunst- und Kultursendungen, Kindersendungen und Originalproduktionen ein;“

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

„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.“

Auch wenn das gegenständliche Angebot bereits ca. 130.000 Abonnementen hat, geht die KommAustria im vorliegenden Fall angesichts der engen inhaltlichen Ausrichtung und eng abgegrenzten Zielgruppe, kurze Organisations- und Motivationstipps für Studierende, gerade noch davon aus, dass das vorliegende Angebot im Sinne des ErWG 21 der Richtlinie 2010/13/EU und den zitierten Erläuterungen nicht geeignet ist, im Sinne eines „Massenmediums“ deutliche Wirkung in der Weise zu erzielen, dass es in Konkurrenz zu solchen massenmedialen Angeboten tritt.

Die auf dem Instagram-Kanal bereitgestellten Videos stellen daher derzeit keine Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung im Sinne der AVMD-RL dar.

4.2.4. Zur Allgemeinheit

Für das Vorliegen eines audiovisuellen Mediendienstes fordert § 2 Z 3 AMD-G ausdrücklich, dass sich ein solcher an die „Allgemeinheit“ 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 ist für jede Person unter „<https://www.instagram.com/bellastudies/>“ abrufbar.

Es besteht daher nach Ansicht der KommAustria kein Zweifel daran, dass das gegenständliche Angebot der Allgemeinheit bereitgestellt werden.

4.2.5. Zum elektronischen Kommunikationsnetz

Die Verbreitung des angezeigten Angebots erfolgt unter Nutzung des offenen Internets und damit über ein elektronisches Kommunikationsnetz.

4.3. Zusammenfassung

Zusammenfassend geht die KommAustria daher davon aus, dass es sich bei dem von A unter der Internetadresse „<https://www.instagram.com/bellastudies/>“ (Instagram) bereitgestellten Angebot derzeit mangels Vorliegens einer Dienstleistung im Sinn der Art. 56 und 57 AEUV bzw. mangels Vorliegens von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung, die bei der Allgemeinheit eine deutliche (massenmediale) Wirkung entfalten können, um keinen audiovisuellen Mediendienst handelt, der gemäß § 9 AMD-G anzeigepflichtig wäre.

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 Österreich (IBAN: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 1.950/23-032“, 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 01. Juni 2023

Kommunikationsbehörde Austria

Dr. Susanne Lackner
(Vorsitzende-Stellvertreterin)