



2024-0.863.417-5-A

Bescheid

I. Spruch

Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt auf Antrag von Jacques Wassong vom 26.11.2024, gemäß § 9 Abs. 8 Audiovisuelle Mediendienste Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 135/2023, fest,

1. dass es sich bei dem von ihm bereitgestellten YouTube-Kanal „Jacques Wassong“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/@jacques.wassong>, derzeit um einen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf im Sinne von § 2 Z 3 AMD-G handelt,
2. dass es sich bei dem von ihm bereitgestellten Instagram-Kanal „jacqueswassong“, abrufbar unter <https://www.instagram.com/jacqueswassong/>, derzeit um einen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf im Sinne von § 2 Z 3 AMD-G handelt und
3. dass es sich bei dem von ihm bereitgestellten TikTok-Kanal „jacques.wassong“, abrufbar unter <https://www.tiktok.com/@jacques.wassong>, derzeit um einen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf im Sinne von § 2 Z 3 AMD-G handelt.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 26.11.2024 teilte Jacques Wassong (im Folgenden: Antragsteller) mit, er betreibe den YouTube-Kanal „Jacques Wassong“ und beabsichtige, diesen zu professionalisieren und zukünftig über Kooperationen Einnahmen zu erzielen. Bisher werde er nur geringfügig an Werbeeinnahmen von YouTube beteiligt. Jacques Wassong teilte in dem Schreiben weiters mit, dass er ebenso einen Instagram-Kanal und einen TikTok-Kanal betreibe. Er erkundigte sich über eine Registrierungspflicht hinsichtlich dieser drei Social-Media-Kanäle und ersuchte um ein Feststellungsverfahren, ob es sich bei dem unter <https://www.youtube.com/@jacques.wassong> abrufbaren YouTube-Kanal „Jacques Wassong“, dem unter <https://www.instagram.com/jacqueswassong/> abrufbaren Instagram-Kanal „jacqueswassong“ und dem unter <https://www.tiktok.com/@jacques.wassong> abrufbaren TikTok-Kanal „jacques.wassong“ jeweils um einen anzeigepflichtigen audiovisuellen Mediendienst gemäß § 2 Z 3 AMD-G handelt.

Am 20.12.2024 versendete die KommAustria an den Antragsteller ein Informationsschreiben und verwies unter Angabe der jeweiligen Links auf die Informationen zur Anzeige, auf das Merkblatt sowie auf den Link zur Anmeldung auf der Homepage.

Da im Folgenden keine Anzeige des Antragstellers bei der Behörde einlangte, erfolgte mit Schreiben vom 07.03.2025 eine Nachfrage zum Antrag auf ein Feststellungsverfahren, in welchem der Antragsteller aufgefordert wurde, der Behörde binnen einer Frist von zwei Wochen ab Zustellung des Schreibens mitzuteilen, ob er den Antrag auf ein Feststellungsverfahren aufrechterhalten oder zurückziehen möchte. Ebenso wurde der Antragsteller mit diesem Schreiben zur Vorlage der fehlenden Unterlagen bzw. Angaben zu den Social-Media-Kanälen aufgefordert, sollte er den Antrag auf ein Feststellungsverfahren aufrechterhalten.

Mit Schreiben vom 12.03.2025 reichte der Antragsteller die fehlenden Unterlagen nach und teilte der Behörde mit, den Antrag auf ein Feststellungsverfahren aufrechtzuerhalten.

2. Sachverhalt

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

Der Antragsteller Jacques Wassong ist deutscher Staatsbürger und wohnhaft in Österreich.

Er hat einen Feststellungsantrag gemäß § 9 Abs. 8 AMD-G betreffend den YouTube-Kanal „Jacques Wassong“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/@jacques.wassong>, den Instagram-Kanal „jacqueswassong“, abrufbar unter <https://www.instagram.com/jacqueswassong/> und den TikTok-Kanal „jacques.wassong“, abrufbar unter <https://www.tiktok.com/@jacques.wassong>, gestellt.

2.1. YouTube-Kanal „Jacques Wassong“

Auf dem unter <https://www.youtube.com/@jacques.wassong> abrufbaren YouTube-Kanal befinden sich Videos zur Unterhaltung aus den Branchen Mountainbiken und Skifahren. Eine Einsichtnahme der Behörde am 14.04.2025 hat ergeben, dass sich derzeit insgesamt 372 Videos auf dem Kanal befinden.

Es werden durchschnittlich drei Langformat-Videos pro Monat, mit einer Dauer von ca. 10 - 15 Minuten und ungefähr fünf Kurzvideos („Shorts“) pro Woche, mit einer Dauer von ca. 60 Sekunden, veröffentlicht.

Das letzte Video in Langform sowie das letzte „Short“ wurden am 14.04.2025 hochgeladen.

Der Kanal hat derzeit 13.300 Abonnenten. Die Aufrufe der Videos bewegen sich im drei- bis vierstelligen Bereich, vereinzelt wurden Aufrufe im fünfstelligen Bereich erzielt.

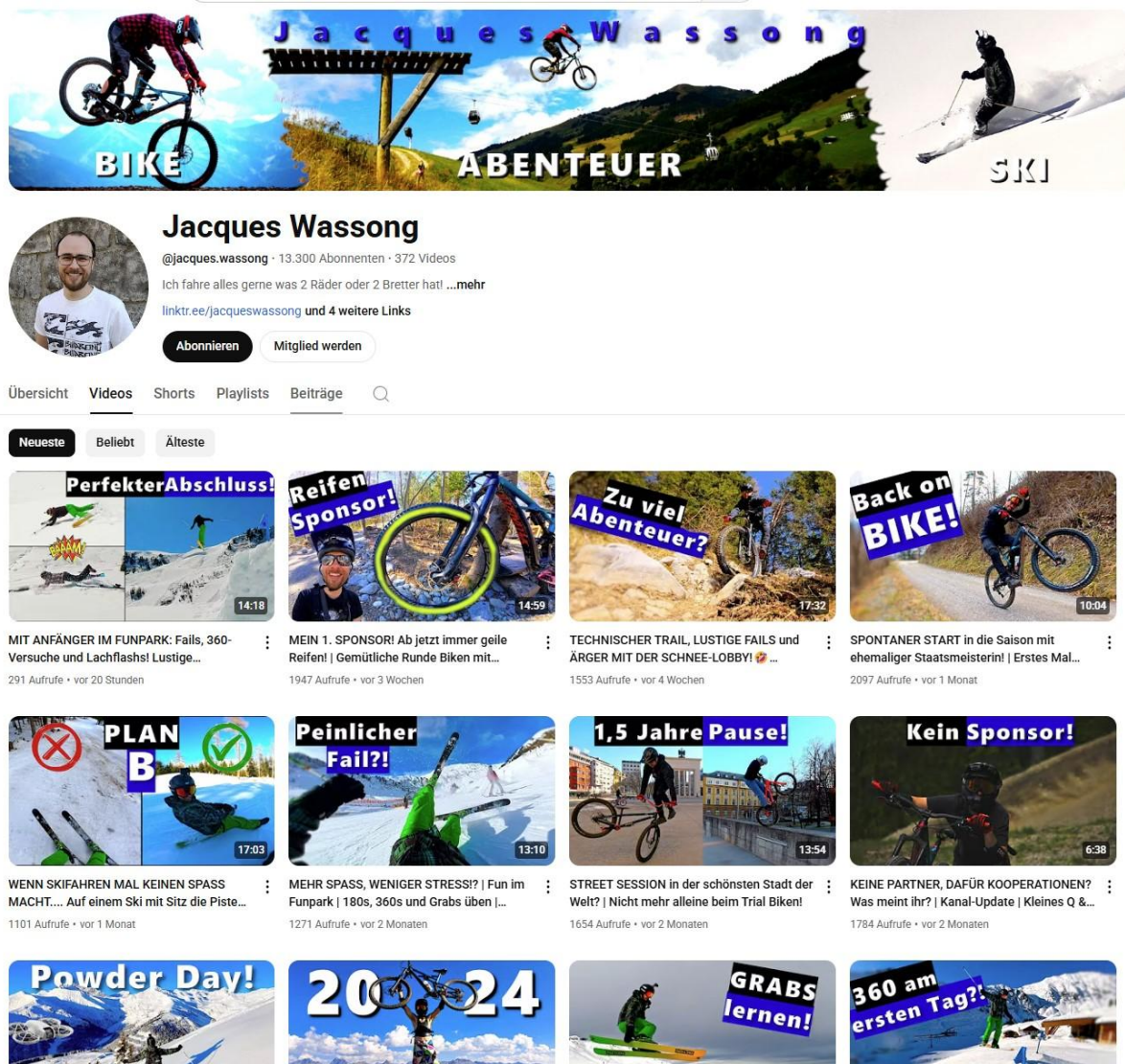
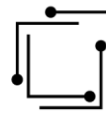


Abbildung 1: Screenshot des YouTube-Kanals „Jacques Wassong“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/@jacques.wassong>

2.2. Instagram-Kanal „jacqueswassong“

Der unter <https://www.instagram.com/jacqueswassong/> abrufbare Instagram-Kanal „jacqueswassong“ enthält Ausschnitte von den Videos auf dem unter Pkt. 2.1 genannten YouTube-Kanal. Die amtswegige Einsichtnahme der Behörde am 14.04.2025 hat ergeben, dass derzeit 572 Beiträge, davon fast ausschließlich Videos, auf dem Kanal abrufbar sind.

Das letzte Video wurde am 02.04.2025 hochgeladen.

Der Kanal hat derzeit 18.000 Follower. Die Aufrufe bewegen sich im zwei-, drei- bis vierstelligen Bereich, vereinzelt wurden Aufrufe im fünf- und sechsstelligen Bereich erzielt.

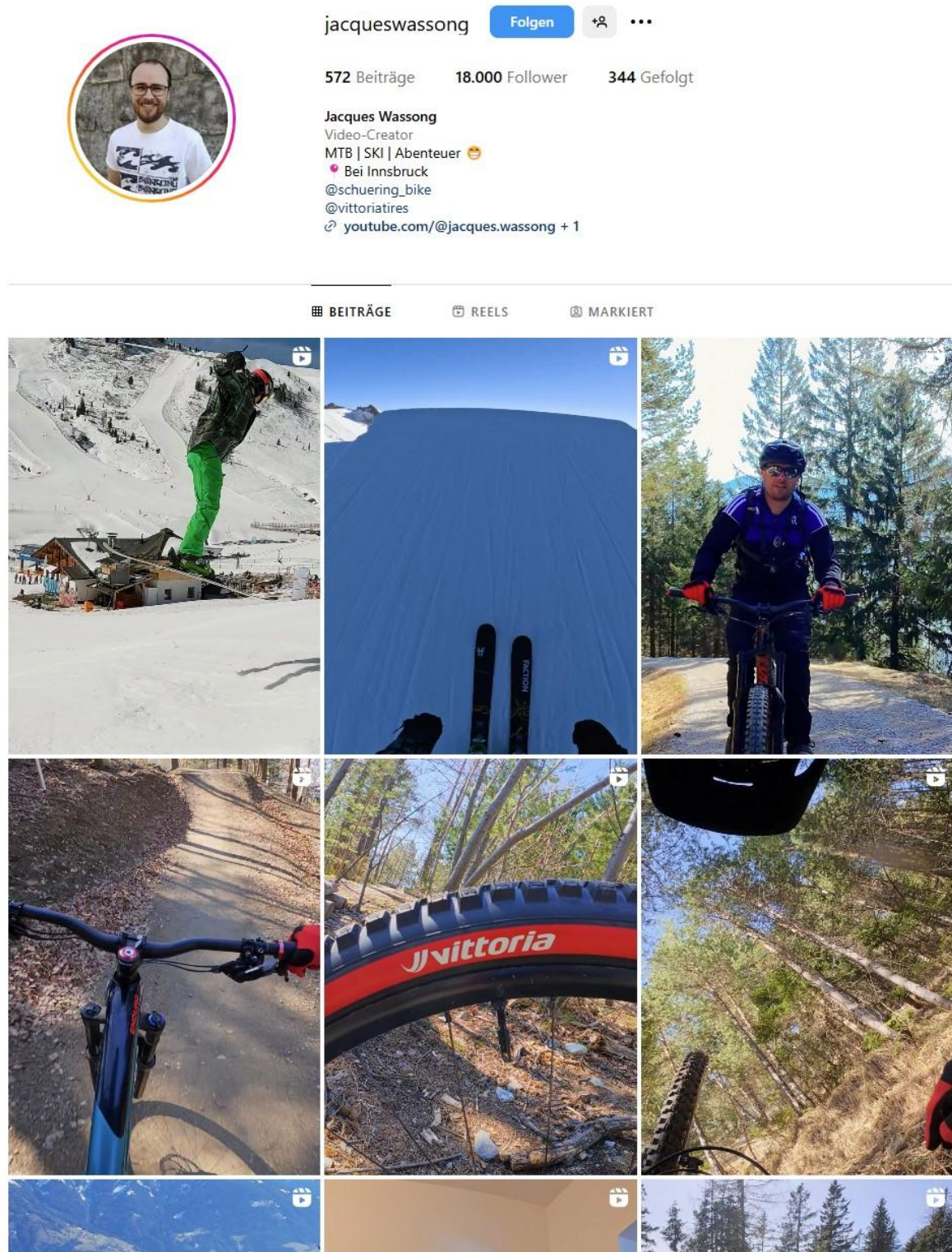
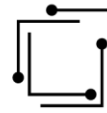


Abbildung 2: Screenshot des Instagram-Kanals „jacqueswassong“, abrufbar unter <https://www.instagram.com/jacqueswassong/>

2.3. TikTok-Kanal „jacques.wassong“

Der TikTok-Kanal „jacques.wassong“ ist unter <https://www.tiktok.com/@jacques.wassong> abrufbar. Der Kanal enthält Ausschnitte von den Videos auf dem unter Pkt. 2.1 genannten YouTube-

Kanal. Eine Einsichtnahme der Behörde am 14.04.2025 hat ergeben, dass der TikTok-Kanal über 44.000 Follower hat. Die Abrufzahlen bewegen sich im vierstelligen, vereinzelt im fünfstelligen Bereich.

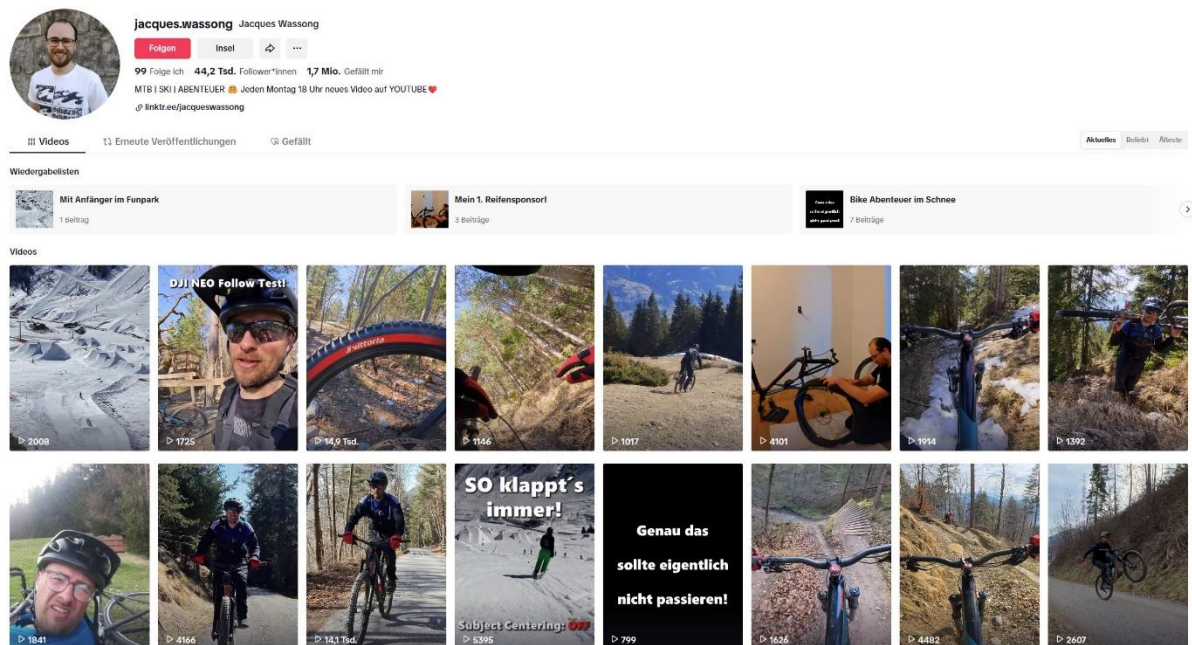


Abbildung 3: Screenshot des TikTok-Kanals „jacques.wassong“, abrufbar unter <https://www.tiktok.com/@jacques.wassong>

2.4. Monetarisierung des YouTube-Kanals

Eine Monetarisierung der Videos findet derzeit über ein YouTube-Partnerprogramm statt. Aufgrund der Monetarisierung konnte der Antragsteller einen Umsatz im zwei- bis unteren dreistelligen Bereich verzeichnen.

Die Videos auf den Plattformen Instagram und TikTok sind Ausschnitte der auf dem YouTube-Kanal hochgeladenen Videos.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen beruhen auf den glaubwürdigen Angaben des Antragstellers, den vorgelegten Unterlagen und auf der behördlichen Einsichtnahme in die gegenständlichen Angebote am 14.04.2025.

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. 90/2024, 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.

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

4.2. Gleichstellung der EWR-Bürger mit österreichischen Staatsbürgern

§ 10 AMD-G lautet auszugsweise:

„Mediendienstanbieter

§ 10. (1) *Mediendienstanbieter oder ihre Mitglieder müssen österreichische Staatsbürger oder juristische Personen oder Personengesellschaften des Unternehmensrechts mit Sitz im Inland sein.*

[...]

(5) Angehörige von Vertragsparteien des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum sind österreichischen Staatsbürgern, juristische Personen und Personengesellschaften mit Sitz im Hoheitsgebiet einer Vertragspartei des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum sind solchen mit Sitz im Inland gleichgestellt.“

Der Antragsteller ist deutscher Staatsbürger und als EWR-Bürger gemäß § 10 Abs. 5 AMD-G österreichischen Staatsbürgern gleichgestellt.

4.3. Vorliegen audiovisueller Mediendienste

§ 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 Mediendienstanbieters 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 Mediendienstanbieter für den Empfang zu dem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und auf dessen individuellen Abruf hin aus einem vom Mediendienstanbieter festgelegten Programmkatalog bereitgestellt wird (Abrufdienst);*

[...]

20. *Mediendienstanbieter: 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 Sendeplans 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 Mediendienstanbieter erstellten Sendeplans 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 Mediendienstanbieters 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 Mediendienstanbieter die Voraussetzungen der §§ 10 oder 11 nicht erfüllt, oder*
- 3. ein angezeigter Mediendienst offenkundig gegen § 30 Abs. 1 und 2, § 39 Abs. 1 oder Abs. 2 dritter Satz 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.

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

Verfahrensgegenständlich ist die Frage, ob der Antragsteller audiovisuelle Mediendienste im Sinne des § 2 Z 3 iVm Z 4 AMD-G anbietet, welche 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 den Vorgaben der Richtlinie 2010/13/EU über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-RL) (vgl. Art. 1 lit. a bis d AVMD-RL sowie ErwG 16 bis 23 AVMD-RL) – kumulativ sechs Kriterien erfüllen muss:

- Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union (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. 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/Trainer/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 denen 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 zwischen Dienstleistungsempfängenden und Dienstleistungserbringenden nicht zwingend erforderlich, ebenso wenig wie eine unmittelbare rechtliche Beziehung zwischen diesen beiden (vgl. EuGH, Rs. 352/85, Slg. 1988, 2085, *Bond van Adverteerders*, Rn. 16; Lenz/Borchardt, EU-Verträge, Kommentar zu Art. 56, 57 AEUV, Rz 12f). Die Dienstleistungserbringung muss jedoch zu einem gewissen Erwerbszweck erfolgen (Lenz/Borchardt, EU-Verträge, Kommentar zu Art. 56, 57 AEUV, Rz 9, m.w.N.; KommAustria 25.09.2012, KOA 1.950/12-042).

Nach den Angaben des Antragstellers wird der YouTube-Kanal „Jacques Wassong“ über ein YouTube-Partnerprogramm monetarisiert und erzielt er dadurch Einkünfte. Bei diesem Kanal ist die Dienstleistungseigenschaft somit zu bejahen.

Der Antragsteller gibt an, dass auf dem Instagram-Kanal „jacqueswassong“ und dem TikTok-Kanal „jacques.wassong“ lediglich Ausschnitte der Videos auf dem YouTube-Kanal „Jacques Wassong“ bereitgestellt werden. Diese Kanäle dienen der Präsentation der vom Antragsteller produzierten Videos über Mountainbiken und Skifahren. Da diese Kanäle mit dem Ziel bereitgestellt werden, den Inhalt der Videos auf dem YouTube-Kanal zu fördern und zu präsentieren, dienen diese Kanäle im Wesentlichen Marketingzwecken. Der Umstand, dass in diese Kanäle und in die einzelnen Videos keine Werbeschaltungen Dritter integriert werden, ändert nichts daran, dass der Antragsteller mit diesen Kanälen Eigenwerbung für seine zahlreichen Videos über Mountainbiken und Skifahren auf seinem YouTube-Kanal betreibt, um daraus in weiterer Folge seine Einnahmen aus dem YouTube-Kanal zu erhöhen. Werbung und damit auch Eigenwerbung stellt unzweifelhaft eine Wirtschaftstätigkeit dar, zumal diese typischerweise der Steigerung des Bekanntheitsgrades der beworbenen Dienstleistung dient, um dem Anbieter der Leistung zu größerem Umsatz zu verhelfen (vgl. auch § 2 Z 2 lit. a AMD-G; *Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, S. 433, zur Eigenwerbung). Aus Sicht der KommAustria ist daher auch beim Instagram-Kanal „jacqueswassong“ und beim TikTok-Kanal „jacques.wassong“ die Dienstleistungseigenschaft im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV zu bejahen.

4.3.2. 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:

„Mediendienstanbieter: 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. Mediendienstanbieter 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.

Der Antragsteller produziert sämtliche Videos selbst und trifft somit die Entscheidung, welche Videos anschließend hochgeladen werden. Im Sinne der genannten Bestimmung der AVMD-RL trägt somit der Antragsteller die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte der Angebote auf den Plattformen YouTube, Instagram und TikTok und bestimmt, wie diese gestaltet werden. Es ist daher davon auszugehen, dass der Antragsteller die redaktionelle Verantwortung für den YouTube-Kanal „Jacques Wassong“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/@jacques.wassong>, für den Instagram-Kanal „jacqueswassong“,

abrufbar unter <https://www.instagram.com/jacqueswassong/>, sowie für den TikTok-Kanal „jacques.wassong“, abrufbar unter <https://www.tiktok.com/@jacques.wassong>, trägt.

4.3.3. Zum Hauptzweck der Angebote oder eines abtrennbaren Teils der Bereitstellung von Videos

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

Bei den gegenständlichen Kanälen handelt es sich jeweils um ein eigenständiges, abgrenzbares Angebot, dessen Hauptzweck es ist, Videoinhalte verfügbar zu machen.

Es handelt sich daher bei den gegenständlichen Kanälen jeweils um ein Angebot im Sinne des § 2 Z 3 AMD-G.

4.3.4. Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung und Bildung

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 Sendeplans 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 BlgNR 27. 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 eine 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 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."

Bei den Beiträgen des Antragstellers auf den gegenständlichen Kanälen handelt es sich um Videos aus den Branchen Mountainbiken und Skifahren.

Die KommAustria geht bei dem YouTube-Kanal, dem Instagram-Kanal sowie dem TikTok-Kanal aufgrund der durchschnittlich im vier- bis fünfstelligen Bereich bewegenden Aufrufe von einer derartigen Reichweite aus, dass eine massenmediale Wirkung im Sinne des ErWG 21 der Richtlinie 2010/13/EU und den zitierten Erläuterungen zu bejahen ist – selbst wenn der Antragsteller bloß geringe bzw. keine Einnahmen verzeichnen mag. Es ist davon auszugehen, dass das gegenständliche Angebot geeignet ist, 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.

4.3.5. 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 jede Person abrufbar sein.

Der gegenständliche YouTube-Kanal „Jacques Wassong“ ist für jede Person unter der Internetadresse <https://www.youtube.com/@jacques.wassong>, der Instagram-Kanal „jacqueswassong“ ist für jede Person unter der Internetadresse <https://www.instagram.com/jacqueswassong/> und der TikTok-Kanal „jacques.wassong“ ist für jede Person unter der Internetadresse <https://www.tiktok.com/@jacques.wassong> abrufbar.

Es besteht daher nach Ansicht der KommAustria kein Zweifel daran, dass die jeweiligen darauf hochgeladenen Videos der allgemeinen Öffentlichkeit bereitgestellt werden.

4.3.6. Zum elektronischen Kommunikationsnetz

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

4.3.7. Zusammenfassung

Zusammenfassend geht die KommAustria daher davon aus, dass es sich bei den drei vom Antragsteller bereitgestellten Angeboten jedenfalls um Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung, und damit jeweils um einen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf handelt, die gemäß § 9 AMD-G anzeigepflichtig sind.

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: AT830100000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / GZ 2024-0.863.417-5-A“, 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 22.04.2025

Kommunikationsbehörde Austria

MMag.Dr. Gerhard Holley, LL.M
(Mitglied)