



2025-0.088.208-4-A

Bescheid

I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und Mediendienstanbieter gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 50/2025, in Verbindung mit den §§ 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 Dzenita Ramic die Bestimmung des § 9 Abs. 1 AMD-G dadurch verletzt hat, dass sie ihre Tätigkeit als Anbieterin der audiovisuellen Mediendienste auf Abruf „inspiredbydzeni“, abrufbar unter <https://www.instagram.com/inspiredbydzeni/reels/?hl=de>, sowie „inspiredbydzeni“, abrufbar unter <https://www.tiktok.com/@inspiredbydzeni>, nicht spätestens zwei Monate nach Aufnahme der Tätigkeit der KommAustria angezeigt hat.

2. Gemäß § 62 Abs. 4 AMD-G wird festgestellt, dass es sich bei den Rechtsverletzungen gemäß Spruchpunkt 1. um keine schwerwiegende Verletzung des AMD-G handelt.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 24.02.2025 leitete die KommAustria gegen Dzenita Ramic (in der Folge: Mediendienstanbieterin) ein Rechtsverletzungsverfahren gemäß §§ 61 Abs. 1, 62 Abs. 1 und 66 Abs. 1 AMD-G wegen des Verdachts der Nichtanzeige der audiovisuellen Mediendienste auf Abruf, den Instagram-Kanal „inspiredbydzeni“, abrufbar unter <https://www.instagram.com/inspiredbydzeni/reels/?hl=de>, sowie den TikTok-Kanal „inspiredbydzeni“, abrufbar unter <https://www.tiktok.com/@inspiredbydzeni>, und gab der Mediendienstanbieterin die Möglichkeit zur Stellungnahme.

Am 07.04.2025 und 14.04.2025 ersuchte die Mediendienstanbieterin per E-Mail und über das Online-Kontaktformular um nähere Erklärung des Einleitungsschreibens.

Mit 22.04.2025 sandte die KommAustria eine schriftliche Erklärung zum Schreiben vom 24.02.2025 an die Mediendienstanbieterin; dennoch langte keine Stellungnahme der Mediendienstanbieterin bei der Behörde ein.

2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

Dzenita Ramic war mit ihrem ehemaligen Mediendienst, dem YouTube-Kanal „inspiredbydzeni“, abrufbar unter „<https://www.youtube.com/channel/UCqKSgCOMYPnL4a4D57FcGtA>“ vom 09.08.2019 bis zum 25.05.2023 bei der KommAustria erfasst, welcher in der Folge aufgrund Inaktivität nicht länger als Abrufdienst zu qualifizieren war. Nunmehr ist sie Anbieterin der Mediendienste „inspiredbydzeni“, abrufbar unter <https://www.instagram.com/inspiredbydzeni/reels/?hl=de> sowie „inspiredbydzeni“, abrufbar unter <https://www.tiktok.com/@inspiredbydzeni>, welche bis zum heutigen Tag nicht der der KommAustria gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G angezeigt wurden.

Die Mediendienstanbieterin hat in Ermangelung einer Anzeige auch keine Beschreibung zu den Kanälen abgegeben. Den ehemaligen YouTube-Kanal beschrieb sie folgendermaßen: „*Etwa einmal im Monat wird ein neues Video hochgeladen; im Fokus des Youtube-Kanals stehen die Themen Fashion, Beauty, Lifestyle, Comedy, Storytelling, Sport, Ratgeber und Blogs.*“

Das Programm der beiden gegenständlichen Kanäle beinhaltet die Themen Fashion, Beauty, Lifestyle, Comedy, Storytelling, Sport, Ratgeber, Blogs und Motivation. Die durchschnittliche Dauer der Videos liegt unter einer Minute. Werbeeinnahmen werden offensichtlich durch Werbekooperationen lukriert. Beide Kanäle weisen eigenständiges Videomaterial auf, sodass es keine Überschneidungen gibt.

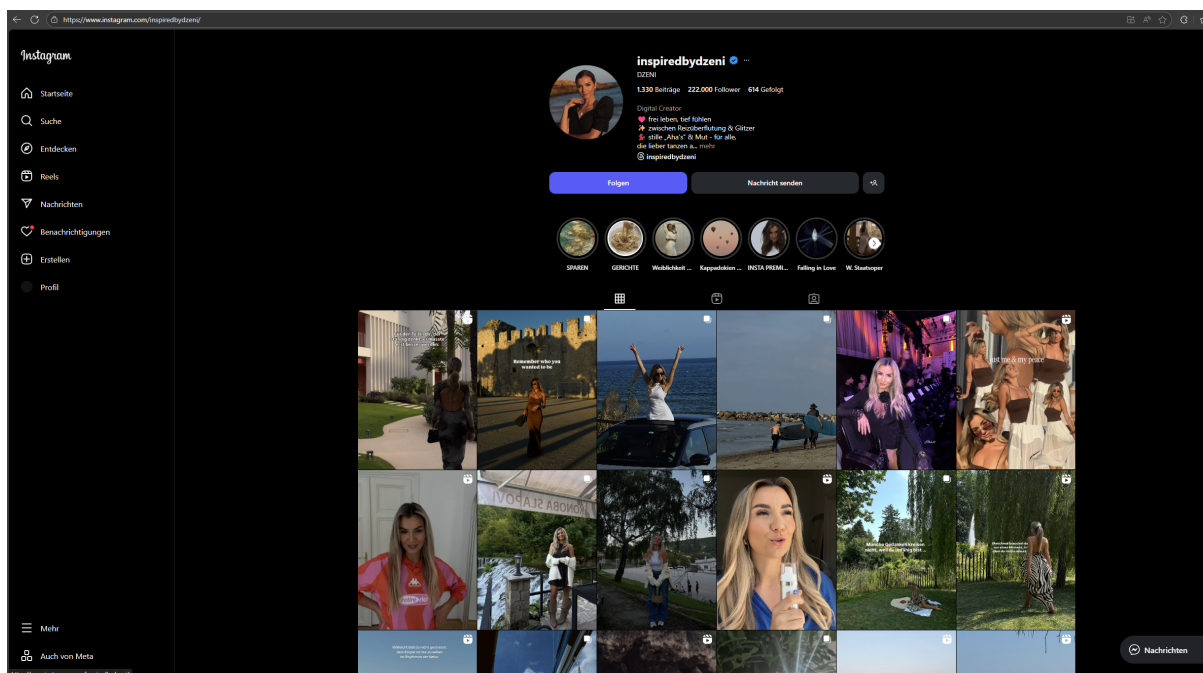


Abbildung 1: Screenshot des Instagram-Kanals „inspiredbydzeni“ vom 21.10.2025

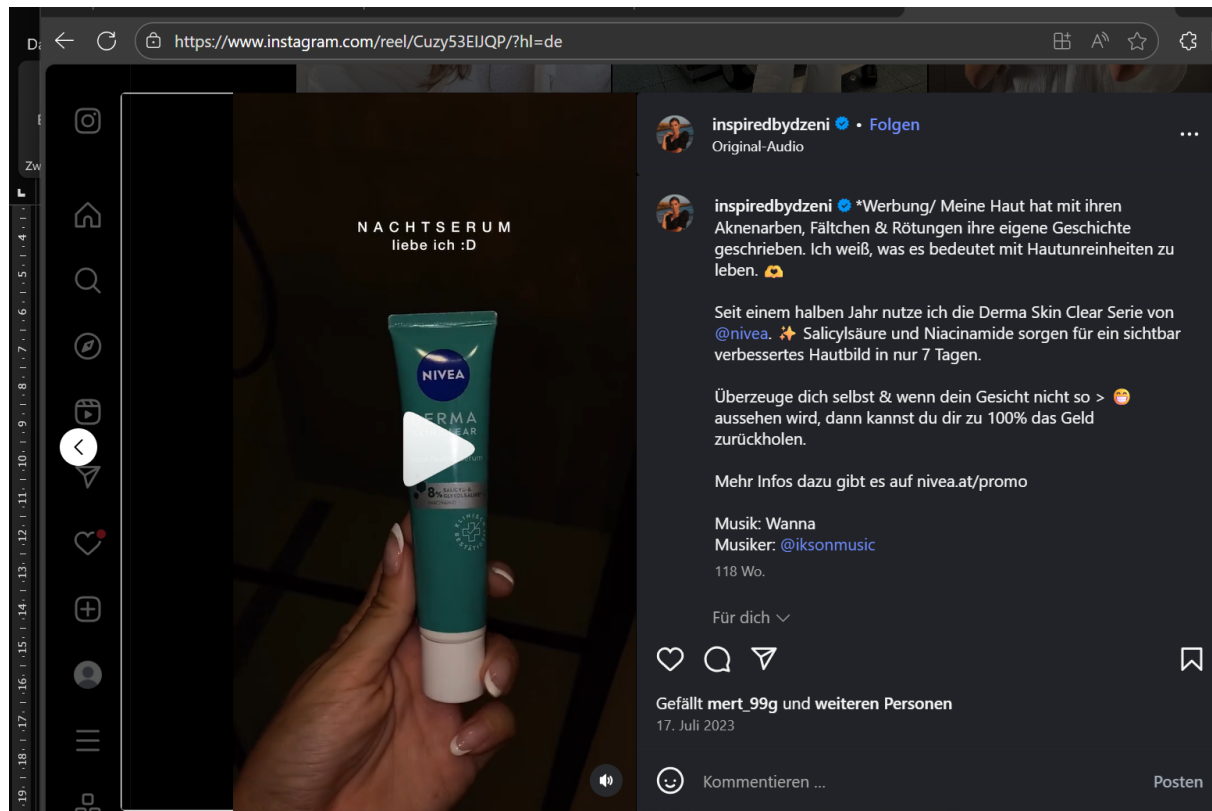
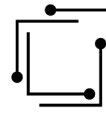


Abbildung 2: Screenshot eines Videos des Instagram-Kanals „inspiredbydzeni“ vom 17.07.2023 (angefertigt am 21.10.2025) mit dem Hinweis auf die Werbung

Der Instagram-Kanal wird von 222.000 Personen gefolgt und beinhaltet 1.330 Beiträge; die Videos sind in der Reels-Sektion angelegt. Durchschnittlich werden zwei Videos pro Monat hochgeladen. Die Aufrufzahlen bewegen sich im fünfstelligen – vereinzelt auch im sechsstelligen – Bereich. Der Kanal enthält bereits seit 17.07.2023 bezahlte Werbeeinschaltungen.

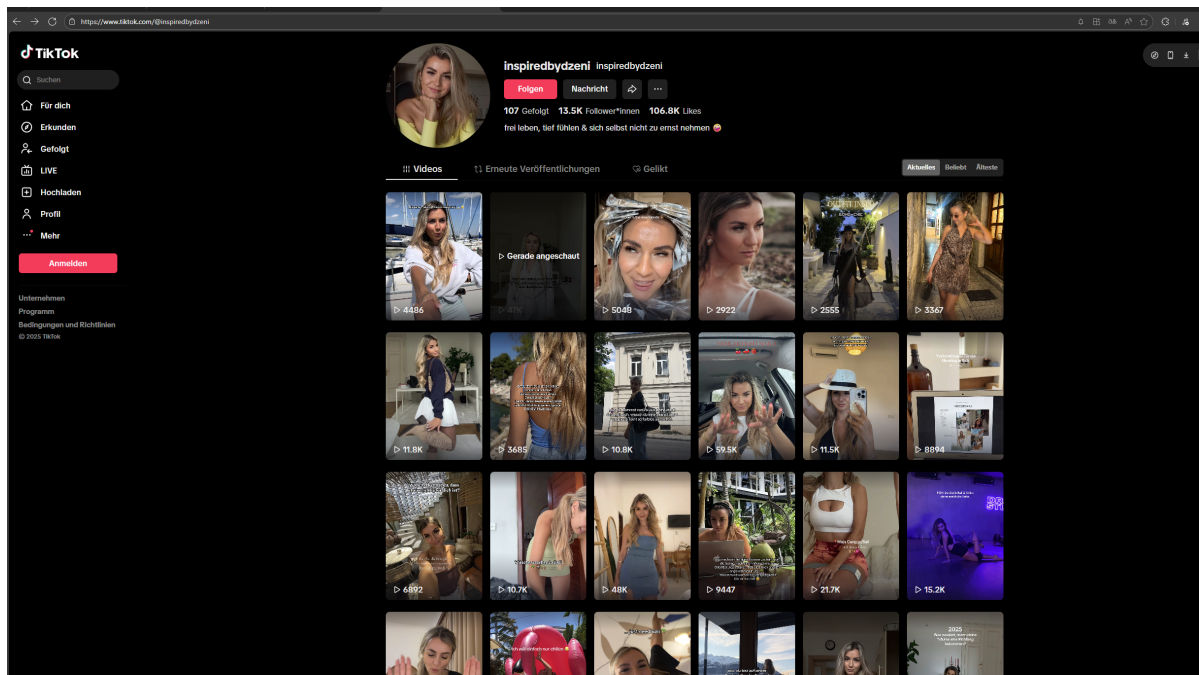


Abbildung 3: Screenshot des TikTok-Kanals „inspiredbydzeni“ vom 21.10.2025

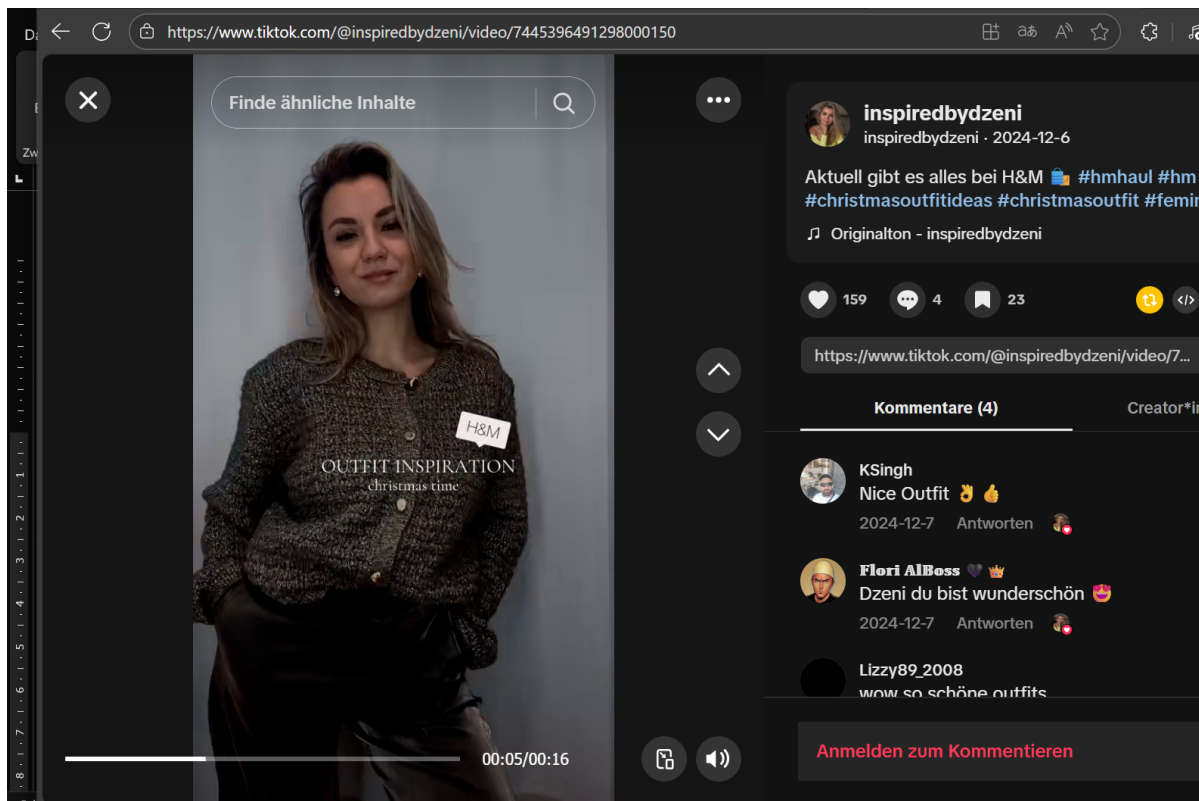


Abbildung 4: Screenshot eines Videos des TikTok-Kanals „inspiredbydzeni“ vom 06.12.2024 (angefertigt am 21.10.2025) mit dem Hinweis versehen: „Aktuell gibt es alles bei H&M“

Der TikTok-Kanal wird von ca. 13.500 Personen gefolgt und enthält derzeit 108 Videos. Die Videos werden situationsbedingt unregelmäßig hochgeladen, im heurigen Juli wurden beispielsweise sieben Videos und im Dezember 2024 neunzehn Videos hochgeladen, während demgegenüber im Februar, August und September 2025 überhaupt kein neues Videomaterial angeboten wurden. Die Aufrufzahlen bewegen sich im vierstelligen – vereinzelt auch im fünfstelligen – Bereich. Der Kanal enthält jedenfalls seit 06.12.2024 bezahlte Werbeeinschaltungen.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zur Tätigkeit von Dzenita Ramic beruht auf den zugrunde liegenden Akten der KommAustria.

Die Feststellungen zum Inhalt der angebotenen Mediendienste beruhen auf der Einsicht in das bereitgestellte Angebot, zuletzt am 21.10.2025.

Die Feststellung, dass keine Anzeige gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G erfolgt ist, beruht auf dem Posteingang und entsprechenden Verwaltungsakten der KommAustria.

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. Verletzung des § 9 Abs. 1 AMD-G

§ 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 Programm katalog bereitgestellt wird (Abrufdienst);*

[...]“

§ 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.
[...]

4.2.1. Vorliegen eines audiovisuellen Mediendienstes

Verfahrensgegenständlich ist zu klären, ob die Mediendienstanbieterin audiovisuelle Mediendienste im Sinne § 2 Z 3 AMD-G, und zwar audiovisuelle Mediendienste auf Abruf im Sinne des § 2 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 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 AEUV
- eines Mediendienstanbieters 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.“

4.2.1.1. 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 (RV 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 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 Leistungen zumindest zu Erwerbszwecken (zur Erzielung von Einkünften) erfolgen müssen. 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 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 unter Teilnahme 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 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, Rn 16 – *Bond van Adverteerders*; *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).

Die Monetarisierung der beiden gegenständlichen Kanäle erfolgt offenkundig durch Werbeeinnahmen, sodass die Dienstleistungseigenschaft im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV jedenfalls zu bejahen ist.

4.2.1.2. Zur redaktionellen Verantwortung

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

§ 2 Z 28b AMD-G lautet:

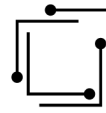
„redaktionelle Verantwortung: die Ausübung einer wirksamen Kontrolle sowohl hinsichtlich der Zusammenstellung der Sendungen als auch hinsichtlich ihrer Bereitstellung entweder anhand eines chronologischen Sendeplans eines Fernsehprogrammes oder mittels eines Katalogs eines audiovisuellen Mediendienstes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

Es gibt keine Anhaltspunkte, dass die Mediendienstanbieterin nicht die Entscheidung trifft, welche Videos hochgeladen werden. Im Sinne der genannten Bestimmung des AMD-G trägt somit die Mediendienstanbieterin die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte der gegenständlichen Angebote und bestimmt, wie diese gestaltet werden. Es ist daher davon auszugehen, dass die Mediendienstanbieterin die redaktionelle Verantwortung für die verfahrensgegenständlichen Kanäle trägt.



4.2.1.3. Zum Hauptzweck des Angebots oder eines abtrennbaren Teils der Bereitstellung von Videos

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

Bei den unter den Internetadressen <https://www.instagram.com/inspiredbydzeni/reels/?hl=de> sowie unter <https://www.tiktok.com/@inspiredbydzeni> betriebenen Kanälen handelt es sich um eigenständige, abgrenzbare Angebote, deren Hauptzweck es ist, Videoinhalte verfügbar zu machen. Es handelt sich daher um Angebote im Sinne des § 2 Z 3 (und 4) AMD-G.

4.2.1.4. Vorliegen von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder 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 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.“

Auf den vorliegenden Kanälen werden hauptsächlich Videos zu unterhaltungsnahen Themen wie Fashion, Beauty, Lifestyle, Comedy, Storytelling, Sport, Ratgeber, Blogs und Motivation zum Abruf bereitgestellt.

Hinzu kommt, dass der Instagram-Kanal derzeit von ca. 220.000 Personen gefolgt wird und sich die Aufrufzahlen im fünfstelligen – vereinzelt auch im sechsstelligen – Bereich bewegen. Der TikTok-Kanal wird von 13.500 Personen gefolgt und die Aufrufzahlen bewegen sich im vierstelligen – vereinzelt auch im fünfstelligen – Bereich.

Die KommAustria geht davon aus, dass das vorliegende Angebot der beiden Kanäle im Sinne des ErwG 21 der Richtlinie 2010/13/EU und den zitierten Erläuterungen geeignet ist, aufgrund der hohen Zahl an Abonnenten 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.

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

4.2.1.5. 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.

Die verfahrensgegenständlichen Angebote sind für jede Person unter den im Spruch genannten Internetadressen abrufbar. Es besteht daher nach Ansicht der KommAustria kein Zweifel daran, dass die Mediendienstanbieterin die beiden gegenständlichen Kanäle der allgemeinen Öffentlichkeit bereitstellt.

4.2.1.6. Zum elektronischen Kommunikationsnetz

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

4.2.1.7. Zusammenfassung

Damit sind alle gesetzlichen Kriterien für das Vorliegen von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf – sowohl für den Kanal auf TikTok als auch für den Kanal auf Instagram – im Sinne des § 2 Z 3 (und Z 4) AMD-G gegeben.

Wie sich aus den Sachverhaltsfeststellungen ergibt, reichen die Bereitstellungsdaten der Videos auf den gegenständlichen Kanälen jedenfalls bis ins Jahr 2024 zurück. Bis heute ist keine Anzeige der gegenständlichen Kanäle erfolgt.

Somit hat die Mediendienstanbieterin, die die Abrufdienste sohin seit zumindest mehr als zwei Monaten betreibt, die Bestimmung des § 9 Abs. 1 AMD-G, wonach Anbieter von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf ihre Tätigkeit spätestens zwei Monate nach Aufnahme der Tätigkeit anzuzeigen haben, mangels Vornahme einer (rechtzeitigen) Anzeige verletzt (Spruchpunkt 1.).

4.3. Ausspruch gemäß § 62 Abs. 4 AMD-G (Spruchpunkt 2.)

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 Abs. 1 AMD-G sieht für Fernsehveranstalter eine Anzeigeverpflichtung vor Aufnahme ihrer Tätigkeit, und für Anbieter von Mediendiensten auf Abruf spätestens zwei Monate nach Aufnahme ihrer Tätigkeit, vor.

Zweck der Bestimmung des § 9 Abs. 1 AMD-G ist es, der Behörde die Rechtsaufsicht – durch die Möglichkeit, sich Kenntnis über die am Markt tätigen Rundfunkveranstalter und Mediendienstanbieter zu verschaffen – überhaupt zu ermöglichen. Darüber hinaus soll sie der Behörde unter anderem die Überprüfung der Einhaltung der Vorschriften hinsichtlich der Eigentums- und Beteiligungsverhältnisse (§§ 10 und 11 AMD-G) ermöglichen bzw. bedeutend erleichtern (*Kogler/Traimer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, 488 mwN). Bei einer Verletzung des § 9 Abs. 1 AMD-G handelt es sich somit um eine Umgehung der regulatorischen Vorschriften, deren Beachtung eine konstituierende Voraussetzung regulatorischer Tätigkeit darstellt und damit nach Ansicht der KommAustria grundsätzlich das Vorliegen einer schwerwiegenden Verletzung im Sinne des § 62 Abs. 4 AMD-G nahe legt.

Die KommAustria geht aber davon aus, dass nicht jeder Verstoß gegen die Anzeigeverpflichtung des § 9 Abs. 1 AMD-G per se eine schwerwiegende Verletzung im Sinne des § 62 Abs. 4 AMD-G darstellt. Vielmehr erscheint es auch in diesen Fällen geboten, eine Einzelfallbetrachtung unter Berücksichtigung der konkret unterlassenen Anzeige und ihrer möglichen Auswirkungen vorzunehmen (vgl. in diesem Sinne BKS 09.03.2009, GZ 611.192/0001-BKS/2009).

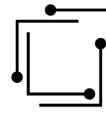
Die Mediendienstanbieterin war bereits mit einem anderen Dienst bei der KommAustria verzeichnet und hatte jenen Kanal ordnungsgemäß gemeldet.

Insgesamt geht die KommAustria daher davon aus, dass es sich bei der vorliegenden Verletzung des § 9 Abs. 1 AMD-G im konkreten Fall um keine schwerwiegende Rechtsverletzung 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 eingebracht wurde.



Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 50,- an das Finanzamt Österreich (IBAN: AT830100000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / GZ 2025-0.088.208-4-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 10.12.2025

Kommunikationsbehörde Austria

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