



2025-0.285.462-4-A

Bescheid

I. Spruch

Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt aufgrund des Antrags vom 20.03.2025 von Philip Tropper, betreffend den Instagram-Kanal „Nunu reist“ abrufbar unter https://www.instagram.com/travel_baby_/ gemäß § 9 Abs. 8 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl I. Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 135/2023, fest, dass es sich bei um einen audiovisuellen Mediendienst im Sinne von § 2 Z 3 AMD-G handelt.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Aufgrund einer Mitteilung bestand der Verdacht, dass es sich bei dem Instagram-Angebot „travel_baby_“ um einen anzeigepflichtigen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf handeln könnte, der von der Gattin von Philip Tropper (in Folge: Einschreiter) angeboten wird. Dieser Verdacht entstand, da im „Über“ des Kanals „Jenny“ angeführt wurde und am Ende der – im „Über“ des Instagram-Kanals – verlinkten Website der Name der Frau des Einschreiters angeführt wurde.

Zur Klärung des Verdachts wurde am 20.03.2025 ein Informationsschreiben per E-Mail an die Ehefrau des Einschreiters verschickt, mit dem Hinweis, dass die KommAustria vorläufig davon ausgeht, dass sie die Mediendienstanbieterin des Angebots „travel_baby_“ ist und dieser Dienst – trotz Erfüllung der Kriterien – nicht bei der KommAustria angezeigt wurde.

Mit Antwortschreiben vom selben Tag führte der Einschreiter – als Antwort auf das Informationsschreiben vom 20.03.2025 aus – aus, dass er Anbieter des Angebots sei und das Angebot keinen anzeigepflichtigen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf darstelle. Hinsichtlich der Monetarisierung wurde ausgeführt, dass von Instagram direkt kein Geld ausgeschüttet werde. Abschließend wurde „um Bestätigung, dass das Angebot nicht anzeigepflichtig ist“ ersucht.

Da als Bestätigung des Nichtbestehens der Anzeigepflicht aufgrund der Rechtslage nur eine Feststellung gemäß § 9 Abs. 8 AMD-G in Frage kommt, wonach die Regulierungsbehörde (d.h. die KommAustria) auf Antrag festzustellen hat, ob ein angezeigter Mediendienst unter § 2 Z 3 AMD-G fällt, wurde dem Einschreiter am 16.04.2025 ein Mängelhebungsauftrag gemäß § 13 Abs. 3 AVG erteilt, da nicht sämtliche notwendigen Angaben vorhanden waren.

Mit Schreiben vom 28.04.2025 legte der Einschreiter einen Staatsbürgerschaftsnachweis vor und wies erneut darauf hin, dass es sich um keinen anzeigepflichtigen audiovisuellen Mediendienst auf

Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

Mariahilfer Straße 77–79
1060 WIEN, ÖSTERREICH
www.rtr.at

E: rtr@rtr.at
T: +43 1 58058-0
F: +43 1 58058-9191

Abruf handle und daher keine Anzeigepflicht vorliege. Der Kanal sei ein persönlicher Reiseblog erstens mit Reels mit Reiseimpressionen und Alltagsszenen, zweitens mit Story-Formaten, die Einblicke in die Familienreisen geben, und drittens mit Beiträgen mit persönlichen Empfehlungen zu Unterkünften, Reiserouten oder Produkten für das Reisen mit Kindern.

Die Inhalte würden unregelmäßig und ohne festen Programmplan oder strukturierte Serien entstehen. Es handle sich daher nicht um einen katalogartig aufgebauten Mediendienst im Sinn des AMD-G. Es würden keine direkten Zahlungen von Instagram erfolgen. Gelegentlich komme es zu Kooperationen mit Reiseveranstaltern, Tourismusregionen oder Marken, etwa durch bezahlte Blogbeiträge auf www.nunu-reist.at (Verlängerung über Social Media zur Bewerbung der Beiträge), Einladung zu Pressereisen (inkl. Unterkunft und Verpflegung) und Produkttests und Gewinnspiele. Diese Kooperationen würden ordnungsgemäß als Werbung oder Anzeige gekennzeichnet werden.

2. Sachverhalt

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

Der Einschreiter ist österreichischer Staatsbürger und wohnhaft in Österreich. Er brachte am 20.03.2025 einen Antrag auf Feststellung für sein Einzelunternehmen ein, dass das Instagram-Angebot „https://www.instagram.com/travel_baby_/“ nicht bei der KommAustria anzeigepflichtig ist.

Dem Einschreiter obliegt die Verantwortung über den Kanal, denn (nur) er trifft die Entscheidung, welche Videos wie bearbeitet und anschließend auf das Angebot hochgeladen werden.

Das Angebot hat aktuell 58.400 Follower, die Videos weisen (bis auf wenige Ausnahmen) mehrere 10.000, teilweise sogar über 100.000, Abrufe auf.

Zum Zeitpunkt der Einsichtnahme am 12.08.2025 wurden seit Beginn des Kalenderjahres 2025 119 Beiträge veröffentlicht, wovon lediglich 20 reine Fotobeiträge waren. Es überwiegt somit klar die Bereitstellung von Videoinhalten.

Die bereitgestellten Videos beschäftigen sich thematisch mit Reisen und Ausflügen als Familien mit Kindern und sollen Tipps und Tricks dazu geben.

Im Rahmen der Videos finden immer wieder Kooperationen mit Unternehmen (etwa Cewe oder ABC-Design, vgl. Abb. 1 und 3), Tourismusregionen bzw. -verbänden (etwa visitburgenland oder niederösterreich.card, vgl. Abb. 2 und 4) oder Freizeitparks statt. Nahezu sämtliche Beiträge beinhalten entweder eine Aufforderung, den Blog [nunu-reist.at](http://www.nunu-reist.at) zu besuchen oder bieten an, den Link zu dem Blog per Instagram-Direktnachricht zu übermitteln. Es werden auch sogenannte „Rabattcodes“ und Gewinnspiele angeboten.



Abbildung 1: Kooperation mit Cewe

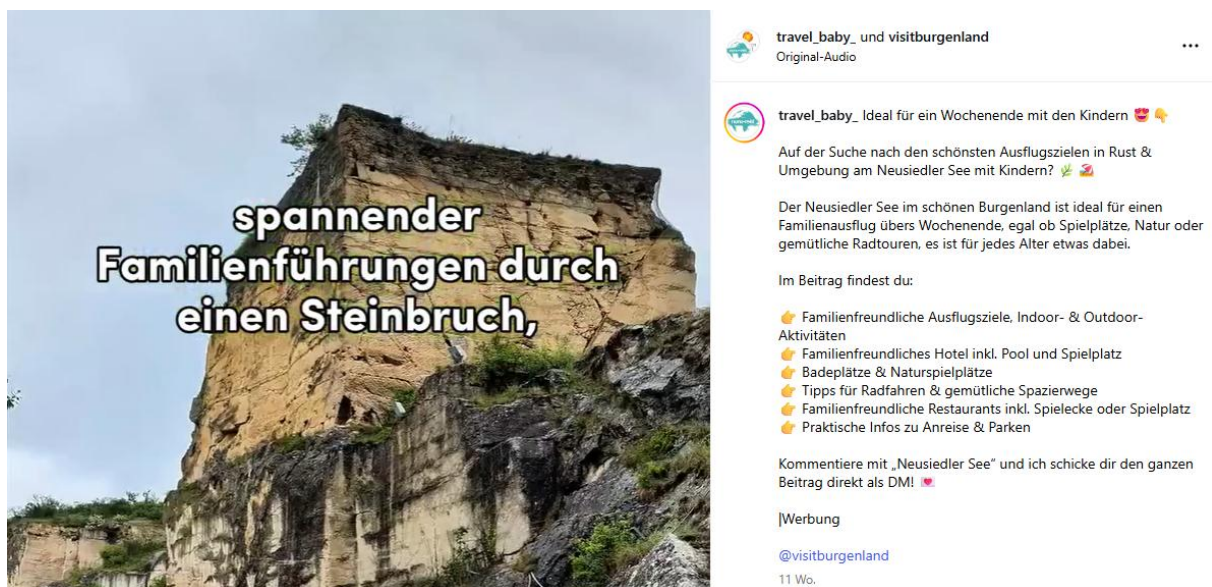


Abbildung 2: Post in Kooperation mit visitburgenland



Abbildung 3: Kooperation mit ABC-Design inkl. Angebot eines Rabattcodes

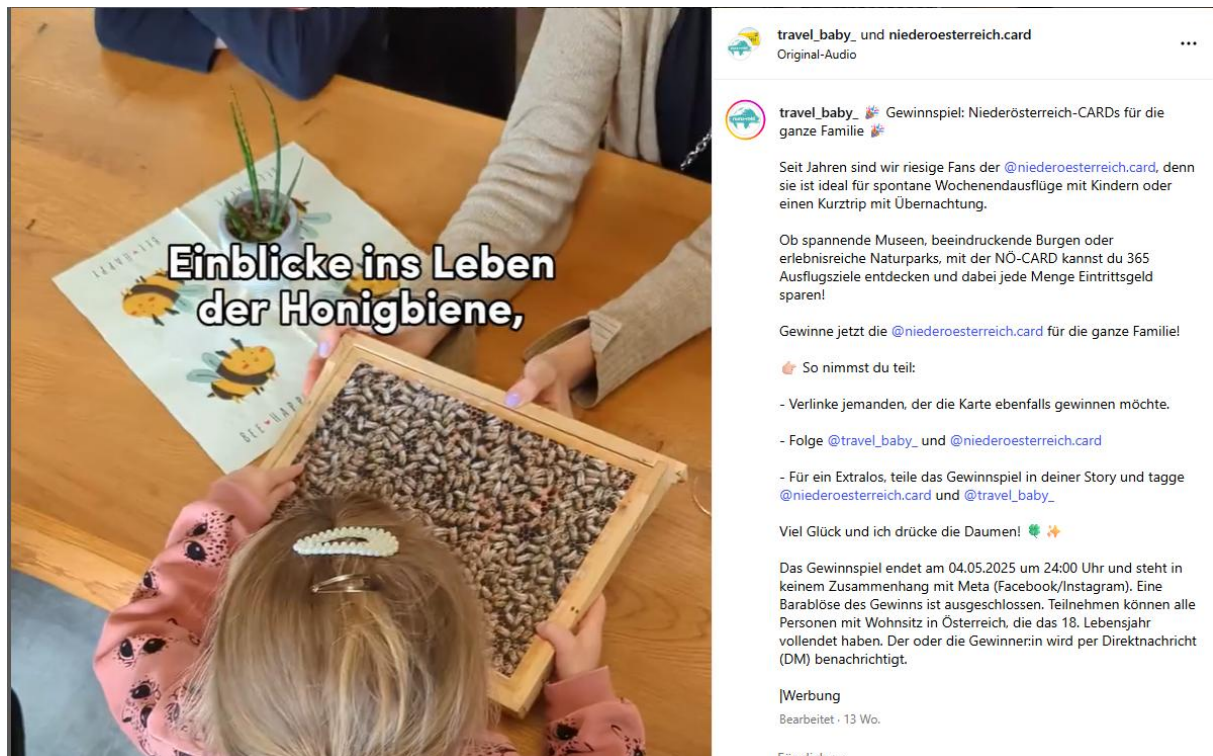


Abbildung 4: Gewinnspiel in Kooperation mit niederösterreich.card

Die Website nunu-reist.at ist das Kernangebot, für welches das Instagram-Angebot (neben der direkten Bewerbung von Unternehmen bzw. Dienstleistungen) als Wegweiser bzw. Bewerbung dient. Auf der Website nunu-reist.at findet sich einerseits die Möglichkeit der Anmeldung zu einem Newsletter, worin exklusive Rabatte der Partner und „coole Gewinnspiele“ angepriesen werden. Andererseits wird direkt die Möglichkeit geboten, einen virtuellen Kaffee zu spendieren (vgl. beides Abbildung 5). Am Ende der Website wird Dank an die „treuen Kunden bzw. Reisebegleiter“ ausgesprochen und deren Logos dort abgebildet (vgl. Abbildung 6). Unter den „treuen Kunden und

Reisebegleitern“ findet sich unter anderem auch erneut das Unternehmen „Cewe“ welches im Rahmen einer Kooperation auf dem Instagram-Angebot vorkommt (vgl. zB erneut Abbildung 1).

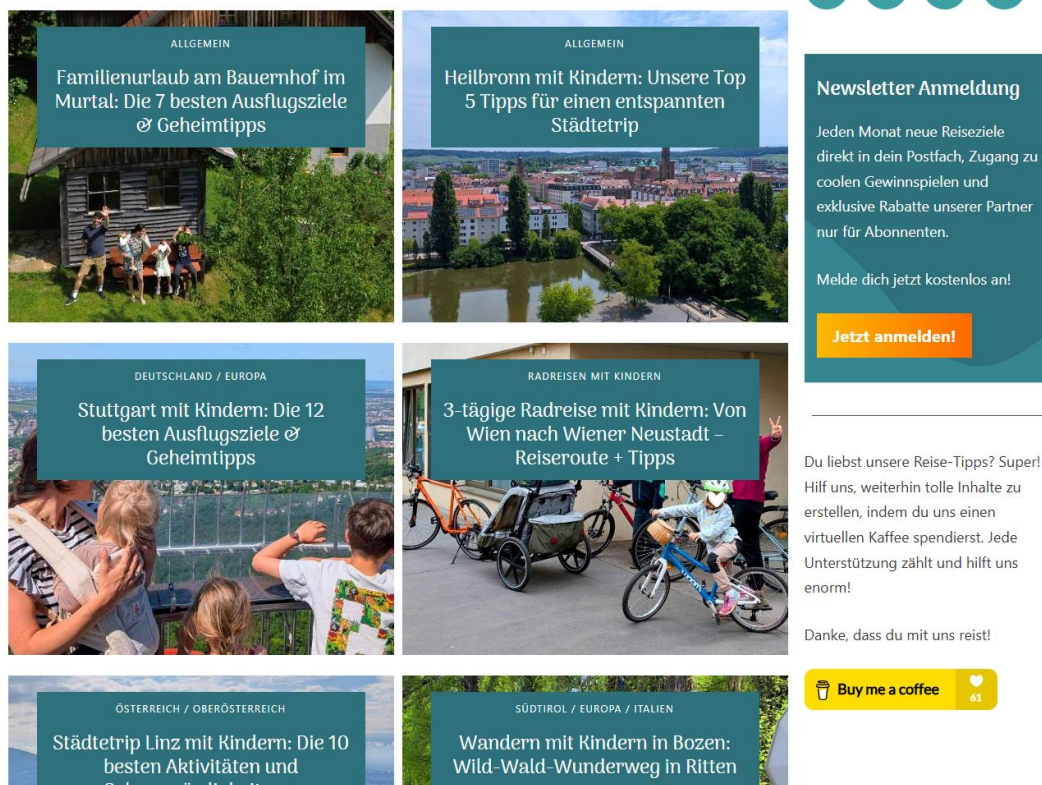


Abbildung 5: Screenshot der verlinkten Website "nunu-reist.at"

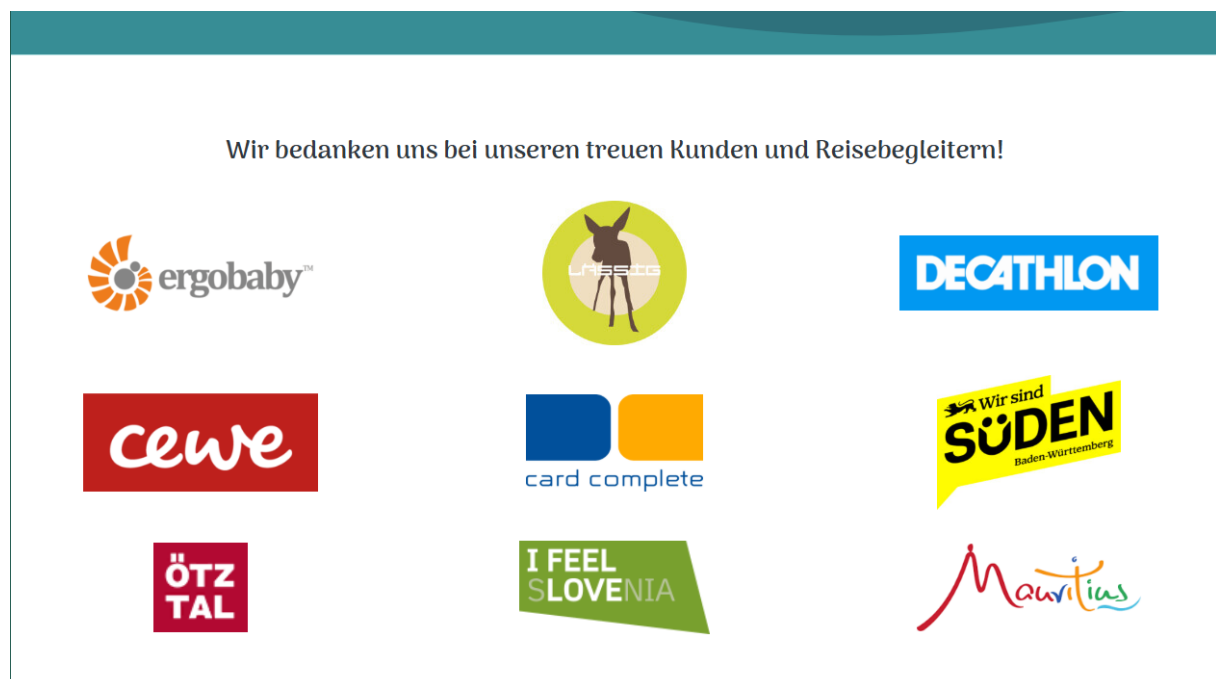


Abbildung 6: Logo-Platzierung auf der Website

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen hinsichtlich des Einschreiters, der Verwaltung des Dienstes durch den Einschreiter und seiner Staatsbürgerschaft beruhen auf seinen Angaben in den Schreiben vom 20.03.2025 und vom 28.04.2025.

Die Angaben zu den Inhalten und der kommerziellen Kommunikation im Rahmen des Angebots beruhen auf den Angaben des Einschreiters in seinen Schreiben sowie Einsichtnahmen der Behörde in das verfahrensgegenständliche Angebot am 29.07.2025 und am 12.08.2025.

Die Feststellung, dass auf dem gegenständlichen Kanal mehr Videoinhalte als Fotoinhalte bereitgestellt werden, beruht auf einer Anhand einer Einsichtnahme in das verfahrensgegenständliche Angebot am 12.08.2025 vorgenommenen Auswertung.

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. 50/2025, 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 KOOG eingerichtete KommAustria.

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

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 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:

[...]

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

Verfahrensgegenständlich ist die Frage, ob der Einschreiter einen audiovisuellen Mediendienst (auf Abruf) 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/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 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).

Der Einschreiter gibt an, dass es Kooperationen etwa mit Reiseveranstaltern, Tourismusregionen oder Marken durch bezahlte Blogbeiträge, Einladungen zu Pressereisen, Produkttest und Gewinnspiele gebe; diese seien auch dementsprechend gekennzeichnet. Auch verlinkt das Angebot – trotz offenkundig eigenständiger Vermarktung (siehe etwa Gewinnspiel niederösterreich.card) – vielfach auf das kommerzielle Kernangebot des Einschreiters. Es bestehen daher keine Zweifel, dass das Angebot eine Dienstleistung darstellt, auch wenn von Instagram oder den Abonnentinnen und Abonnenten des Kanals keine unmittelbare Gegenleistung erfolgt.

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:

„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 sind diejenigen, die dabei die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes tragen und bestimmen, wie diese gestaltet werden.

Der Einschreiter führte aus, dass er die Verantwortung für den Kanal trage und im gegenständlichen Fall die Entscheidung trifft, welche Videos bearbeitet und anschließend hochgeladen werden. Im Sinne der genannten Bestimmungen des AMD-G trägt somit der Einschreiter die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des gegenständlichen Angebots und er bestimmt, wie dieses gestaltet wird. Es ist daher davon auszugehen, dass der Einschreiter die redaktionelle Verantwortung für das Instagram-Angebot trägt.

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

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 (somit vorliegend des verfahrensgegenständlichen Instagram-Angebots https://www.instagram.com/travel_baby_/ und nicht des gesamten Geschäftsmodells des Einschreiters) darin besteht, Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen.

Der Einschreiter brachte hierzu vor, dass die Bereitstellung von Videos keinen trennbaren Hauptzweck des Kanals darstelle. Nach Auffassung der Behörde ist dieses Vorbringen allerdings unzutreffend, denn im gegenständlichen Fall finden sich auf dem unter https://www.instagram.com/travel_baby_/ abrufbaren Angebot quantitativ weit überwiegend Videoinhalte (zumindest seit 01.01.2025 im Verhältnis 89 Videoinhalte zu 20 Fotoinhalten).

Daher ist davon auszugehen, dass der Hauptzweck des verfahrensgegenständlichen Angebots (der verfahrensgegenständlichen Dienstleistung) sehr wohl darin besteht, den Nutzerinnen und Nutzern Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung (vgl. zu den Definitionen hierzu sogleich Punkt 4.2.4.) bereitzustellen. Die weitere Prüfung, ob ein trennbarer Teil der Dienstleistung darin besteht, Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen, kann bei diesem Ergebnis unterbleiben.

Aufgrund welcher Beweggründe überwiegend Videoinhalte bereitgestellt werden (zB. Bevorzugung von Videoinhalten durch den Instagram-Algorithmus) ist für die Beurteilung des Hauptzwecks des Angebots nicht erheblich.

Bei dem unter der Internetadresse https://www.instagram.com/travel_baby_/ betriebenen Instagram-Kanal handelt es sich somit um ein eigenständiges, abgrenzbares Angebot, dessen Hauptzweck es ist, Videoinhalte verfügbar zu machen. Es handelt sich daher um ein Angebot im Sinne des § 2 Z 3 und 4 AMD-G.

4.2.4. 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 Mediendienstanbieter 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.“

Die KommAustria geht im vorliegenden Fall insbesondere angesichts der bestehenden kommerziellen Vermarktung des Angebots (Affiliate Links, Produktplatzierungen) und der hohen Reichweite des Instagram-Angebots davon aus, dass das vorliegende Angebot im Sinne des ErwG 21 der Richtlinie 2010/13/EU und den zitierten Erläuterungen 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.

Auch ist nach Ansicht der KommAustria offensichtlich, dass es sich bei den zum Abruf bereitgehaltenen Sendungen (Videoclips) um solche zur Information, Unterhaltung und (ggf. auch) Bildung handelt.

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

4.2.5. 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.

Das verfahrensgegenständliche Angebot ist für jede Person unter der im Spruch genannten Internetadresse abrufbar. Es besteht daher nach Ansicht der KommAustria kein Zweifel daran, dass die jeweiligen Videos der allgemeinen Öffentlichkeit bereitgestellt werden.

4.2.6. Zum elektronischen Kommunikationsnetz

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

4.3. Zusammenfassung

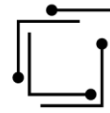
Zusammenfassend geht die KommAustria daher davon aus, dass es sich bei dem vom Einschreiter unter der Internetadresse https://www.instagram.com/travel_baby_/ bereitgestellten Angebot um einen audiovisuellen Mediendienst (auf Abruf) im Sinne des § 2 Z 3 (und 4) AMD-G handelt, welcher der Anzeigepflicht gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G unterliegt.

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 innen 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 2025-0.285.462-4-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.



KommAustria
Kommunikationsbehörde Austria

Wien, am 12.08.2025

Kommunikationsbehörde Austria

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