



# Bescheid

## I. Spruch

1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und audiovisuelle Mediendiensteanbieter gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 21/2026, 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. 20/2026, fest, dass die Gstrigl GmbH die Bestimmung des § 9 Abs. 1 AMD-G dadurch verletzt hat, dass sie die Tätigkeit als Anbieterin der Abrufdienste „Anna Strigl (YouTube)“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/@AnnaStrigl/shorts>, „Anna Strigl (Snapchat)“, abrufbar unter <https://www.snapchat.com/@anna-strigl>, „anna\_strigl (Instagram)“, abrufbar unter [https://www.instagram.com/anna\\_strigl/](https://www.instagram.com/anna_strigl/), „anna\_strigl (TikTok)“, abrufbar unter [https://www.tiktok.com/@anna\\_strigl](https://www.tiktok.com/@anna_strigl) und „annastrigl (TikTok)“, abrufbar unter <https://www.tiktok.com/@annastrigl?lang=de-DE>, 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 der Rechtsverletzung gemäß Spruchpunkt 1. um keine schwerwiegende Verletzung des AMD-G handelt.

## II. Begründung

### 1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 19.03.2026 zeigte die Gstrigl GmbH (im Folgenden: die Mediendiensteanbieterin) die Kanäle „Anna Strigl (YouTube)“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/@AnnaStrigl/shorts>, „Anna Strigl (Snapchat)“, abrufbar unter <https://www.snapchat.com/@anna-strigl>, „anna\_strigl (Instagram)“, abrufbar unter [https://www.instagram.com/anna\\_strigl/](https://www.instagram.com/anna_strigl/), „anna\_strigl (TikTok)“, abrufbar unter [https://www.tiktok.com/@anna\\_strigl](https://www.tiktok.com/@anna_strigl) und „annastrigl (TikTok)“, abrufbar unter <https://www.tiktok.com/@annastrigl?lang=de-DE>, als audiovisuelle Mediendienste auf Abruf gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G an; als Datum der Betriebsaufnahme gab sie den 03.12.2020 an.

Mit Schreiben vom 08.04.2026 leitete die KommAustria ein Rechtsverletzungsverfahren wegen des Verdachts der verspäteten Anzeige ein. Hierbei führte die KommAustria aus, dass laut Angaben der Mediendiensteanbieterin die Betriebsaufnahme der Abrufdienste am 03.12.2020 erfolgt sei; zudem habe auch eine behördliche Einsichtnahme die vorläufige Einschätzung einer verspäteten

Anzeige erhärtet. Gleichzeitig wurde der Mediendienstanbieterin die Möglichkeit eingeräumt, binnen zwei Wochen Stellung zu nehmen.

In der Stellungnahme vom 14.04.2026, bei der KommAustria eingelangt am 23.04.2026, brachte die Mediendienstanbieterin im Wesentlichen vor, dass ihr die Anzeigeverpflichtung gemäß § 9 AMD-G bis Mitte März 2026 nicht bekannt gewesen sei. Sie habe unmittelbar nach Kenntniserlangung die erforderliche Anzeige nachgeholt. Die verspätete Anzeige sei nicht vorsätzlich erfolgt, sondern aufgrund fehlender Kenntnis der entsprechenden gesetzlichen Verpflichtungen. Die Mediendienstanbieterin habe inzwischen alle notwendigen Schritte gesetzt, um den rechtmäßigen Zustand herzustellen.

## **2. Sachverhalt**

Aufgrund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

Die Mediendienstanbieterin betreibt die Kanäle „Anna Strigl (YouTube)“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/@AnnaStrigl/shorts>, „Anna Strigl (Snapchat)“, abrufbar unter <https://www.snapchat.com/@anna-strigl>, „anna\_strigl (Instagram)“, abrufbar unter [https://www.instagram.com/anna\\_strigl/](https://www.instagram.com/anna_strigl/), „anna\_strigl (TikTok)“, abrufbar unter [https://www.tiktok.com/@anna\\_strigl](https://www.tiktok.com/@anna_strigl) und „annastrigl (TikTok)“, abrufbar unter <https://www.tiktok.com/@annastrigl?lang=de-DE> und hat diese am 19.03.2026 bei der Behörde angezeigt (vgl. hierzu den Akt GZ 2026-0.250.281).

Auf diesen Kanälen veröffentlicht sie regelmäßig audiovisuelle Kurz- und Langformate in den Bereichen Lifestyle, Unterhaltung, Schauspiel und Reise. Der Content wird redaktionell von der Mediendienstanbieterin gestaltet und dient der Information und Unterhaltung. Auf den einzelnen Kanälen werden unterschiedliche Inhalte veröffentlicht.

Die Mediendienstanbieterin verdient mit ihren Kanälen ca. EUR XXX jährlich durch Werbe Kooperationen und Plattform-Einnahmen.

Der YouTube-Kanal „Anna Strigl (YouTube)“ hat ca. 1,73 Mio. Abonnenten und Videos mit einigen Millionen Aufrufen (siehe Abbildung 1). Die ersten Videos, die Millionen Aufrufe erreichen, stammen aus Dezember 2021 (siehe Abbildung 2).

Der Snapchat-Kanal „Anna Strigl (Snapchat)“ hat ca. 90.000 Abonnenten und Videos mit Aufrufen im sechsstelligen Bereich (siehe Abbildung 3). Die ersten weiterhin abrufbaren „Storys“ des Kanals wurden im August 2024 hochgeladen (siehe Abbildung 4).

Der Instagram-Kanal „Anna Strigl (Snapchat)“ hat ca. 590.000 Abonnenten und Videos mit einigen Millionen Aufrufen (siehe Abbildung 5). Bereits im März 2021 erreichten Videos Reaktionen im fünfstelligen Bereich (siehe Abbildung 6).

Der TikTok-Kanal „anna\_strigl (TikTok)“ hat ca. 2,3 Mio. Abonnenten und erreicht mit Videos einige Millionen Aufrufe (siehe Abbildung 7). Bereits im September 2019 erreichten Videos Reaktionen im fünfstelligen Bereich (siehe Abbildung 8).

Der TikTok-Kanal, „annastrigl (TikTok)“ hat ca. 430.000 Abonnenten und erreicht mit Videos einige Millionen Aufrufe (siehe Abbildung 9). Bereits im März 2021 erreichten Videos Reaktionen im fünfstelligen Bereich (siehe Abbildung 10).

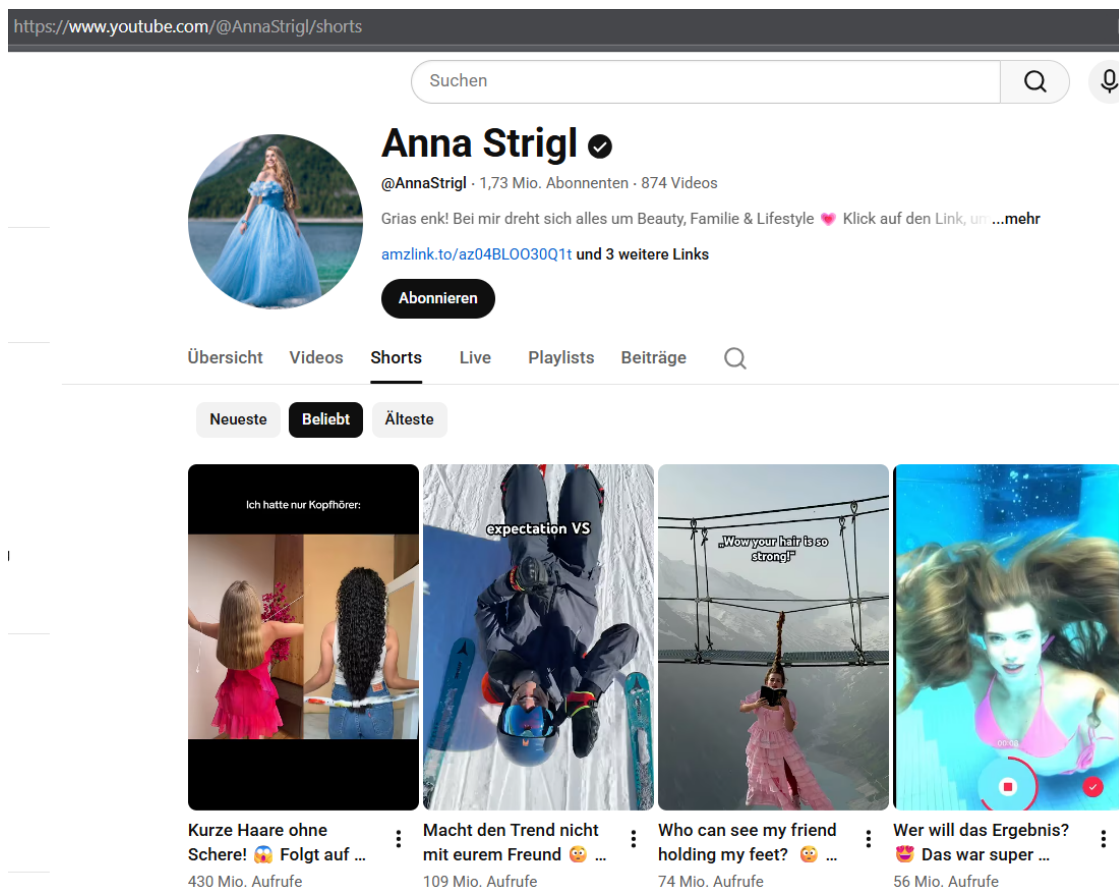


Abbildung 1: Kanalinfos zu „Anna Strigl (YouTube)“ – Stand 23.04.2026

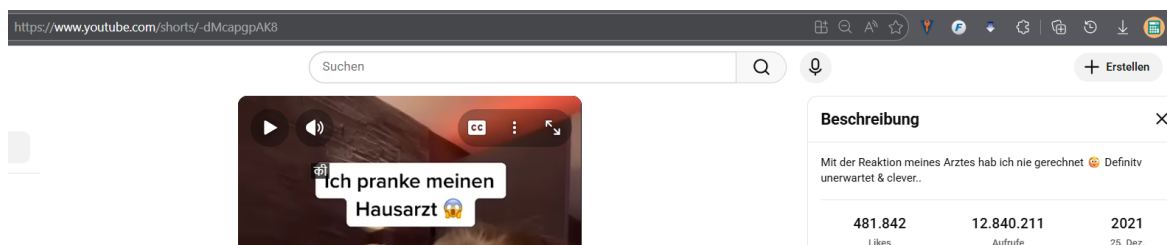


Abbildung 2: YouTube-Video vom 25.12.2021 mit ca. 12 Millionen Aufrufen – Stand 23.04.2026

Abbildung 3: anonymisiert

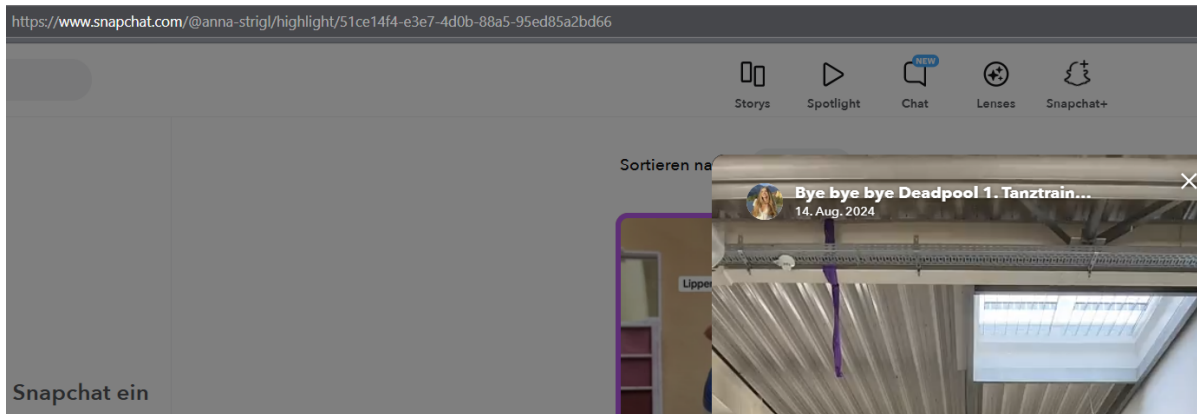


Abbildung 4: Snapchat Story vom 14.08.2024

Abbildung 5: anonymisiert

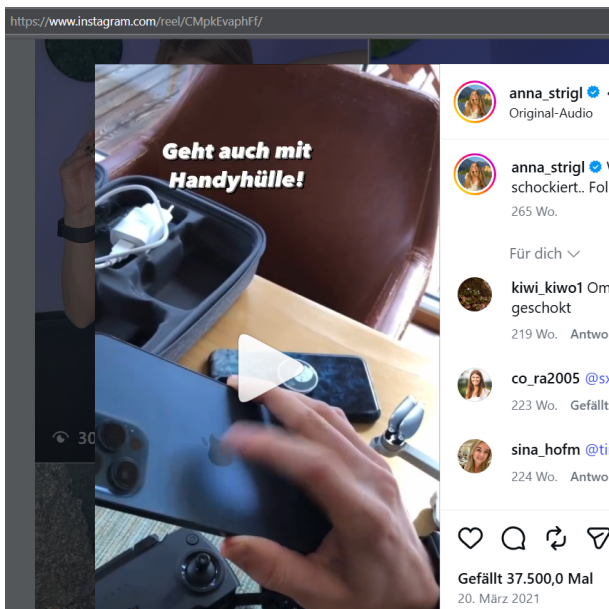


Abbildung 6: Instagram Video vom 20.03.2021 mit ca. 37.500 Reaktionen – Stand 23.04.2026

Abbildung 7: anonymisiert

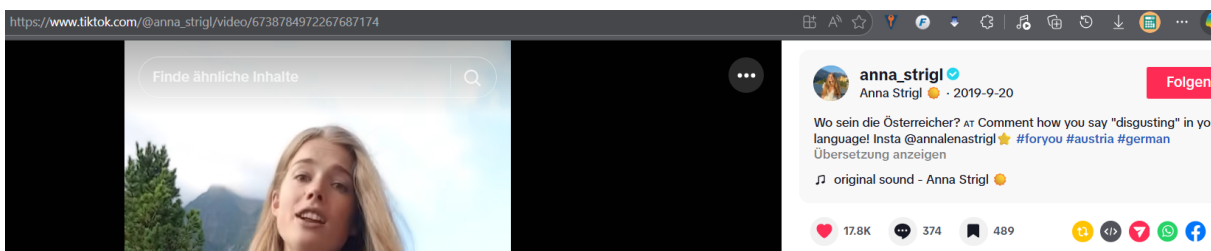


Abbildung 8: TikTok-Video vom 20.09.2019 mit ca. 17.800 Reaktionen – Stand 23.04.2026

Abbildung 9: anonymisiert

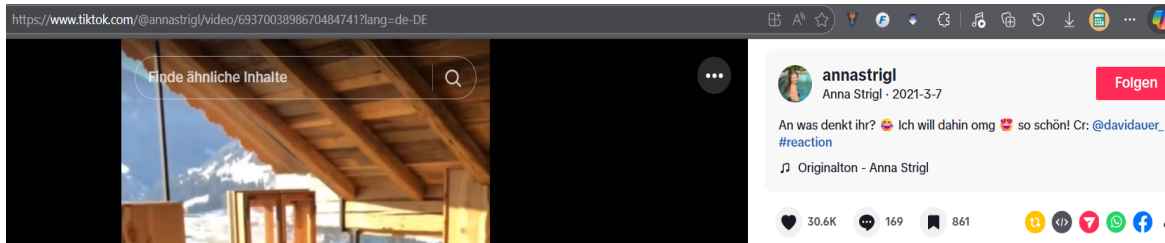


Abbildung 10: TikTok-Video vom 07.03.2021 mit ca. 300.000 Aufrufen – Stand 23.04.2026

### 3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zu den gegenständlichen audiovisuellen Mediendiensten beruhen auf der Anzeige durch die Mediendienstanbieterin sowie auf der Einsichtnahme in die gegenständlichen Angebote durch die Behörde, zuletzt am 23.04.2026 und am 07.05.2026.

### 4. Rechtliche Beurteilung

#### 4.1. Zuständigkeit der Behörde

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

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 KOG obliegt der KommAustria unter anderem die Wahrnehmung der Rechtsaufsicht nach den Bestimmungen des AMD-G.

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.*

[...].“

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 Mediendiensteanbieters unter dessen redaktioneller Verantwortung
- mit dem Hauptzweck
- der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung
- der allgemeinen Öffentlichkeit
- über elektronische Kommunikationsnetze.

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 Leistung einen wirtschaftlichen Charakter in einem weiteren Sinn aufzuweisen hat und dass die Leistung zumindest zu Erwerbszwecken (zur Erzielung von Einkünften) erfolgen muss.

Für das Vorliegen einer Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV ist 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). Der Dienstleistungserbringer muss 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).

Die Mediendiensteanbieterin gibt an, dass sie mit ihren Kanälen insgesamt ca. EUR XXX jährlich durch Werbekooperationen und Plattform-Einnahmen verdient; es handelt sich daher um eine Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV.

Darüber hinaus müssen die bereitgestellten audiovisuellen Inhalte 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.“*

Es ist aufgrund der Monetarisierung sowie der hohen Reichweite samt der hohen Aufrufzahlen davon auszugehen, 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.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass der YouTube-Kanal „Anna Strigl (YouTube)“ seit Dezember 2021 (siehe Abbildung 2), der Snapchat-Kanal „Anna Strigl (Snapchat)“ seit August 2024 (siehe Abbildung 4), der Instagram-Kanal „Anna Strigl (Snapchat)“ seit März 2021 (siehe Abbildung 6), der TikTok-Kanal „anna\_strigl (TikTok)“ seit September 2019 (siehe Abbildung 8) und der TikTok-Kanal „annastrigl (TikTok)“ seit März 2021 (siehe Abbildung 10) (jeweils) sämtliche Kriterien für Abrufdienste erfüllen.

Gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G haben Anbieter von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf ihre Tätigkeit spätestens zwei Monate nach Aufnahme der Tätigkeit der Regulierungsbehörde anzuzeigen.

Die Mediendienstanbieterin bestätigt in ihrer Stellungnahme vom 14.04.2026, dass sie ihre Kanäle nicht gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G binnen zwei Monaten nach Aufnahme angezeigt hat. Ein Verschulden ist für die Feststellung der Rechtsverletzung nicht erforderlich.

Die Rechtsverletzung war daher spruchgemäß festzustellen (Spruchpunkt 1.).

### **4.3. Ausspruch gemäß § 62 Abs. 4 AMD-G**

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 AMD-G sieht Anzeige- sowie Aktualisierungsverpflichtungen von Mediendienstanbietern vor. Die KommAustria geht davon aus, dass nicht jeder Verstoß gegen die Anzeigeverpflichtung des § 9 AMD-G eine schwerwiegende Verletzung darstellt. Vielmehr kommt es unter Berücksichtigung der konkreten unterlassenen Verpflichtung auf eine Einzelfallbetrachtung an.

Im gegenständlichen Fall war zu berücksichtigen, dass die Mediendienstanbieterin ihrer Anzeigepflicht zwar verspätet, aber aus freien Stücken nachgekommen ist, und in diesem Rahmen der KommAustria die für eine Regulierungstätigkeit erforderlichen Informationen über die verfahrensgegenständlichen audiovisuellen Mediendienste erteilt hat.

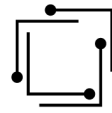
Insgesamt geht die KommAustria daher davon aus, dass es sich bei der vorliegenden Verletzung des § 9 Abs. 1 AMD-G um keine schwerwiegende Rechtsverletzung handelt (Spruchpunkt 2.).

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: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / GZ 2026-0.289.450-3-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 07.05.2026

**Kommunikationsbehörde Austria**

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