



2026-0.251.705-2-A

Bescheid

I. Spruch

Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt aufgrund des Antrags vom 20.08.2026 von A gemäß § 9 Abs. 8 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 20/2026, fest, dass es sich bei den von ihm bereitgestellten Angeboten „Rage Wolf Studios“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/@ragewolfstudios>, „ragewolfstudios“, abrufbar unter <https://www.instagram.com/ragewolfstudios/>, und „Rage Wolf Studios“, abrufbar unter <https://www.tiktok.com/@rage.wolf.studios>, um keine audiovisuellen Mediendienste im Sinne von § 2 Z 3 AMD-G handelt.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Per Eingabe vom 27.01.2026 bzw. 18.03.2026 an die KommAustria zeigte A (im Folgenden: Einschreiter) die im Spruch genannten Angebote bei der KommAustria an; vor dem jeweils genannten Zeitpunkt habe keine Monetarisierung der Kanäle stattgefunden.

Mit Schreiben vom 24.03.2026 erging ein Informationsschreiben an den Einschreiter hinsichtlich der erfolgten Eintragung seiner Angebote.

Mit Schreiben vom 23.07.2026 bat der Einschreiter um Austragung seiner Angebote bei der KommAustria. Hintergrund sei eine wesentliche Änderung der tatsächlichen Verhältnisse seit der ursprünglichen Anzeige der Angebote. Die Monetarisierung des YouTube-Kanals sei seitens YouTube beendet, dem Schreiben war überdies ein Screenshot über die Einnahmen über den YouTube-Kanal in Höhe von 0,-- € beigelegt. Über Instagram bzw. TikTok würden ebenso keine Einnahmen generiert, weder durch plattformeigene Programme noch durch externe Einnahmen.

Mit Schreiben vom 10.08.2026 informierte der Einschreiter die KommAustria über die Demonetarisierung des YouTube-Kanals „Rage Wolf Studios“ durch die Plattform. Dem Schreiben wurde ein Screenshot über das Nichtbestehen der Berechtigung zur Monetarisierung des YouTube-Kanals beigelegt.

Mit mündlicher Eingabe vom 20.08.2026 wurde die Feststellung des Nichtmehrbestehens der Anzeigepflicht der gegenständlichen Angebote durch den Einschreiter beantragt.

Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

Mariahilfer Straße 77–79
1060 Wien, Österreich
www.rtr.at

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

Mit Eingabe vom 21.08.2026 übermittelte der Einschreiter einen Screenshot, welcher zeigt, dass sein Instagram-Kanal auf „privat“ gestellt wurde.

Mit Eingabe vom 25.08.2026 übermittelte der Einschreiter einen Screenshot, welcher belegt, dass sein TikTok-Kanal auf „privat“ gestellt wurde.

2. Sachverhalt

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

Der Einschreiter, A, ist österreichischer Staatsbürger und wohnhaft in Österreich.

Am 20.08.2026 hat der Einschreiter einen Feststellungsantrag betreffend das Nichtmehrbestehen der Anzeigepflicht seiner Angebote bei der KommAustria eingebracht.

2.1. YouTube-Kanal „Rage Wolf Studios“

Mit Anzeige vom 27.01.2026, ergänzt am 18.03.2026, zeigte der Einschreiter den Abrufdienst „Rage Wolf Studios“ auf YouTube, abrufbar unter <https://www.youtube.com/@ragewolfstudios/>, an.

Eine Monetarisierung des YouTube-Kanals hat, nach amtlicher Einsichtnahme in den Kanal am 23.03.2026, ab diesem Zeitpunkt stattgefunden, weshalb von diesem Datum an vom Vorliegen der Dienstleistungseigenschaft ausgegangen werden konnte. Auf Grund der Monetarisierung und im Hinblick auf die Reichweite von damals 879.000 Abonnements ergaben sich zum damaligen Zeitpunkt keine Zweifel an der Dienstleistungseigenschaft und am massenmedialen Charakter des Angebots des Einschreiters. Nach Prüfung der Anzeige auf Vorliegen der weiteren Voraussetzungen gemäß § 9 Abs 1 AMD-G sowie auf Vollständigkeit und Rechtzeitigkeit als auch der Übereinstimmung mit §§ 10 und 11 AMD-G, wurde das Angebot „Rage Wolf Studios“ mit 23.03.2026 bei der KommAustria eingetragen (zu GZ 2026-0.077.338).

Zum Stichtag 21.08.2026 hat der Kanal ca. 1,03 Mio Abonnenten und bietet 221 Videos an. Die Videoaufrufe liegen im vier- bis sechsstelligen Bereich.

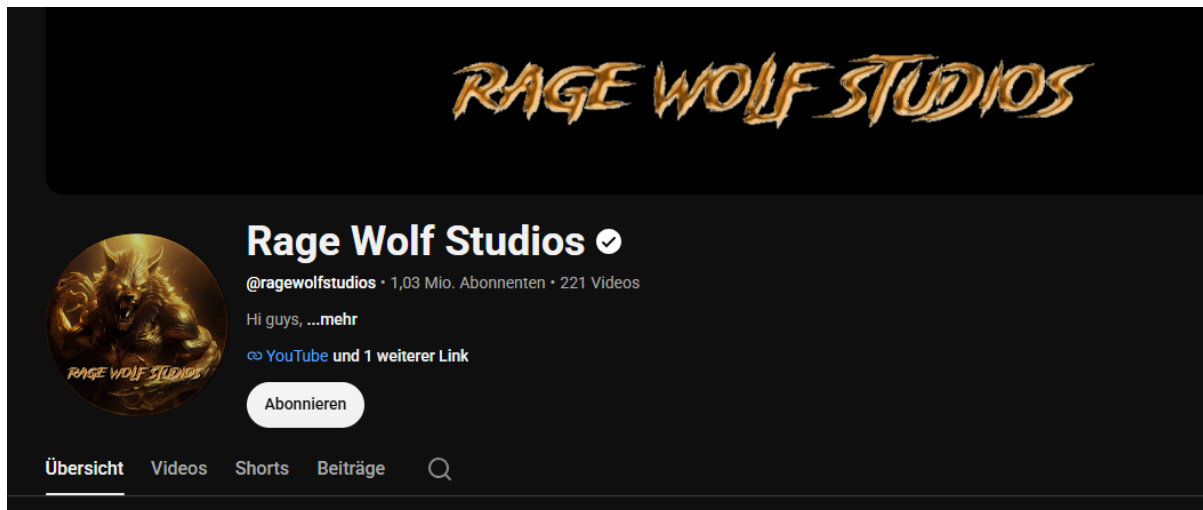


Abbildung 1 – Screenshot des YouTube-Kanals „Rage Wolf Studios“ vom 21.08.2026

An Videoinhalten werden „Moon Design“ und „Visual Effects“ sowie vom Einschreiter bearbeitete Kurzvideos (Edits/Montagen) von Spielfilmen und Serien angeboten.

Der Kanal wurde von der Plattform YouTube zwischenzeitig für die Monetarisierung gesperrt; Grund hierfür war, dass der Einschreiter „das Originalwerk nicht ausreichend verändert“ hat. Eine dagegen vom Einschreiter eingebrachte Beschwerde wurde von den Prüfern der Plattform abgelehnt (vgl. Abb. 2).

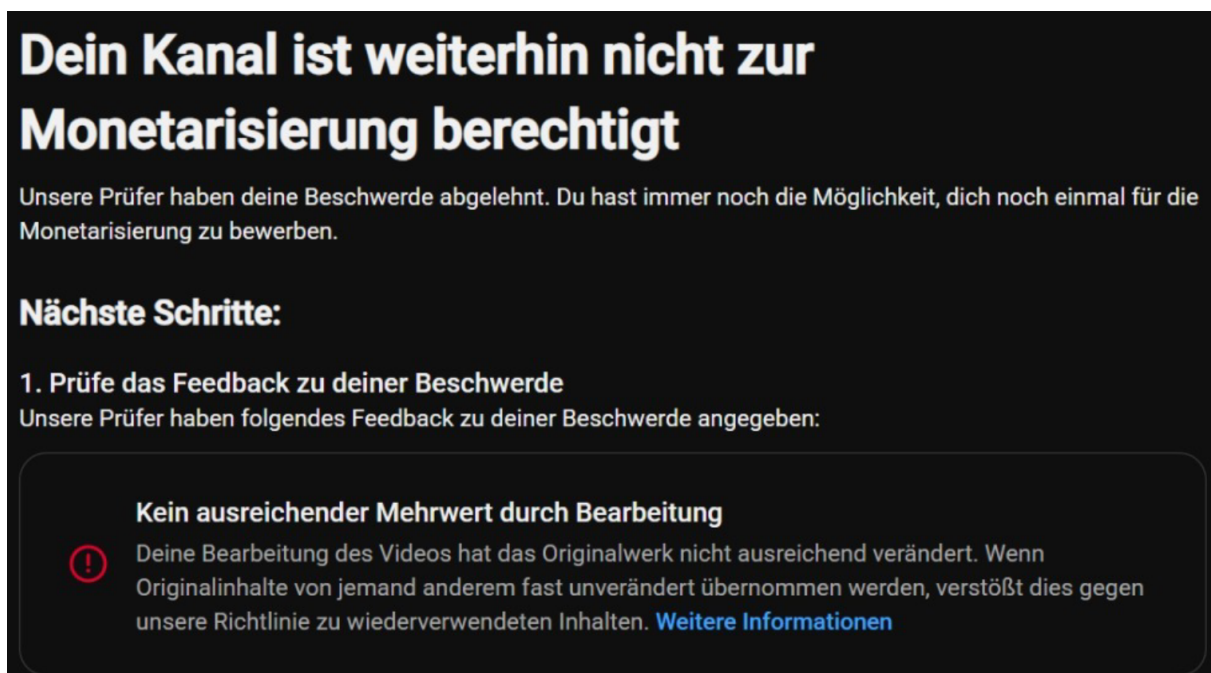


Abbildung 2 – Grund der Demonetarisierung des gegenständlichen YouTube-Kanals

Der Einschreiter erzielte aus dem Kanal seit dem 01.02.2026 auch keine anderen Einnahmen (vgl. Abb. 3).

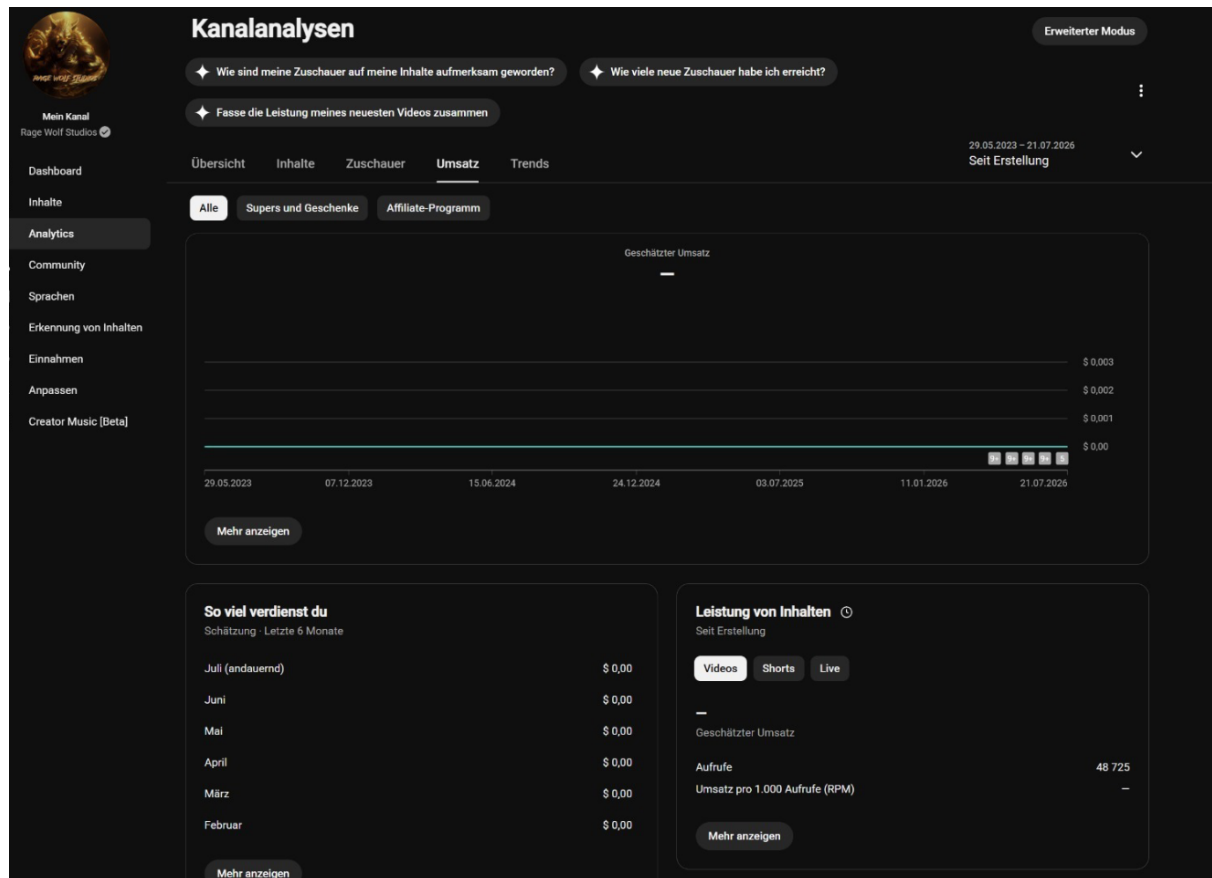
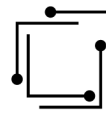


Abbildung 3 – Beleg über Nichtvorliegen von Einnahmen durch den Youtube-Kanal „Rage Wolf Studios“

2.2. Instagram-Kanal „ragewolfstudios“

Der Instagram-Kanal „ragewolfstudios“, abrufbar unter <https://www.instagram.com/ragewolfstudios/>, ist nicht mehr öffentlich einsehbar (vgl. Abb. 4).

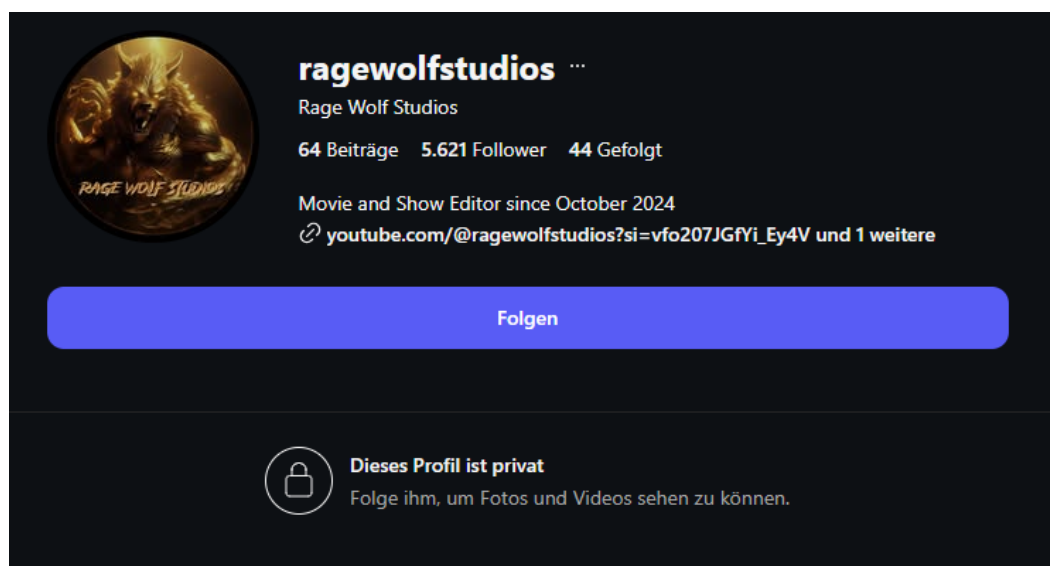


Abbildung 4 – Instagram-Kanal "ragewolfstudios" (Einsichtnahme am 21.08.2026)

2.3. TikTok-Kanal „Rage Wolf Studios“

Der TikTok-Kanal „Rage Wolf Studios“, abrufbar unter <https://www.tiktok.com/@rage.wolf.studios>, ist nicht mehr öffentlich einsehbar.

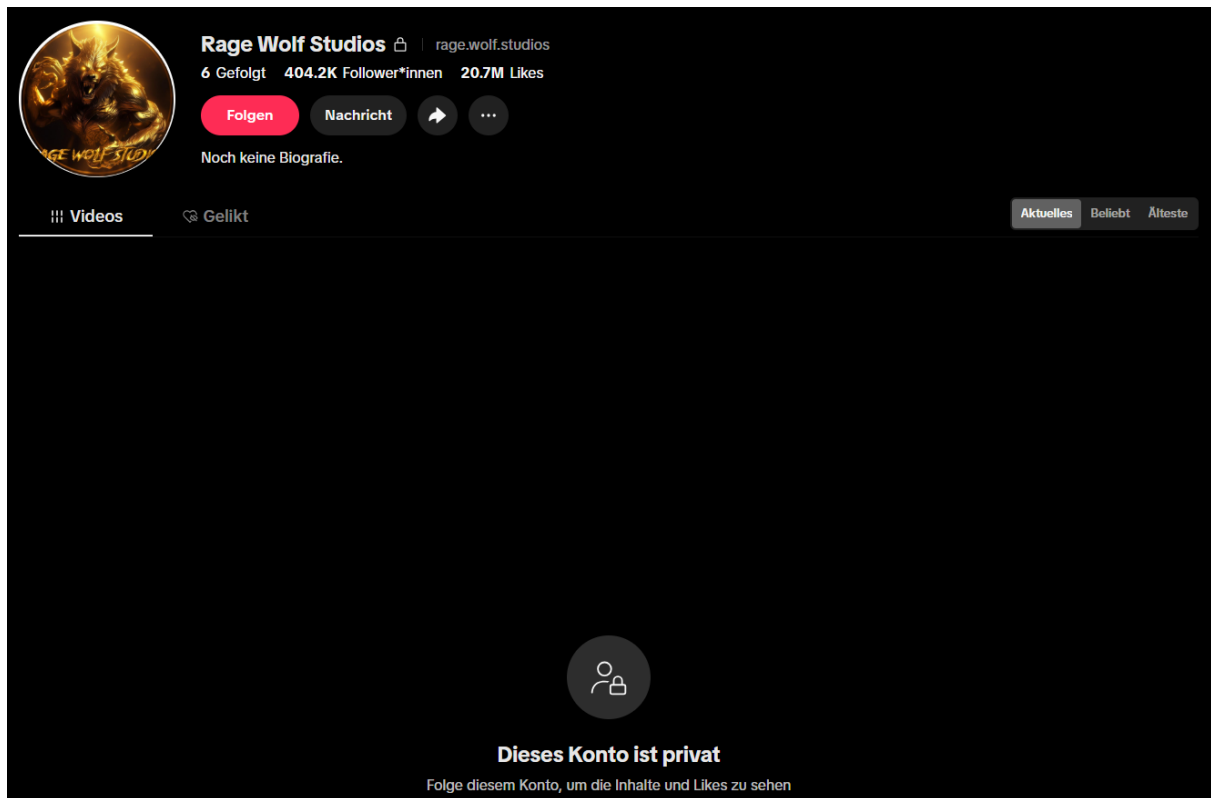


Abbildung 5 – TikTok-Kanal "Rage Wolf Studios" (Einsichtnahme am 25.08.2026)

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zu den Anzeigen und Eintragungen der gegenständlichen Kanäle beruhen auf den zitierten Akten der KommAustria.

Die Feststellungen zum Inhalt und der Reichweite des gegenständlichen YouTube-Kanals beruhen auf den glaubwürdigen Ausführungen des Einschreiters im Feststellungsantrag sowie der behördlichen Einsichtnahme in das bereitgestellte Angebot am 21.08.2026; die Feststellungen zu der Beendigung der Monetarisierung beruhen auf den glaubwürdigen Ausführungen des Einschreiters in den Eingaben an die Behörde.

Die Feststellungen dazu, dass die gegenständlichen Instagram- und TikTok-Kanäle auf „privat“ gestellt wurden, beruhen auf den Eingaben vom 21.08.2026 bzw. 25.08.2026 und auf der behördlichen Einsichtnahme in das jeweilige bereitgestellte Angebot jeweils am selben Tag.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Zuständigkeit der Behörde

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 6 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 21/2026, 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. Vorliegen von audiovisuellen Mediendiensten

§ 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 Mediendiensteanbieter 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.

[...]

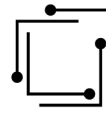
(8) Die Regulierungsbehörde hat auf Antrag festzustellen, ob ein angezeigter Mediendienst unter § 2 Z 3 fällt.“

Verfahrensgegenständlich ist die Frage, ob die drei verfahrensgegenständlichen, vom Einschreiter angebotenen Dienste (weiterhin) audiovisuelle Mediendienste (auf Abruf) im Sinne des § 2 Z 3 (und 4) AMD-G darstellen, 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.“*



4.2.1. 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, 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).

Der Einschreiter gab bei anlässlich der Anzeigen vom 27.01.2026, ergänzt am 18.03.2026, an, dass das Angebot auf YouTube monetarisiert werden soll, was in weiterer Folge auch passierte. Aus der Beteiligung am Werbe-Partnerprogramm war ein Erwerbszweck durch die Betreibung der Kanäle unbestreitbar erkennbar, womit zum damaligen Zeitpunkt das Vorliegen einer Dienstleistung zu bejahen war.

Inzwischen ist eine wesentliche Änderung eingetreten: YouTube verwehrt dem Einschreiter nunmehr die Teilnahme am zentralen Werbe-Programm der YouTube-Plattform. Durch diese Sperrung, die seitens der Plattform bereits überprüft und bestätigt wurde (siehe Abb. 2), wird dem Einschreiter die Möglichkeit genommen, am Werbemarkt von YouTube teilzunehmen. Der Einschreiter erzielt (derzeit) auch keine anderen Einnahmen aus dem Kanal. Es ist somit das Vorliegen einer Dienstleistungseigenschaft im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV im Hinblick auf den YouTube-Kanal (derzeit) zu verneinen.

Die allfällig (weiterhin) bestehende Dienstleistungseigenschaft der Angebote auf Instagram bzw. TikTok ist aufgrund deren fehlender allgemeiner Zugänglichkeit unerheblich (siehe hierzu Punkt 4.2.5.).

4.2.2. 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.

Der Einschreiter trifft die Entscheidung, welche Videos auf den YouTube-Kanal hochgeladen werden. Im Sinne der genannten Bestimmung der AVMD-RL trägt er somit die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des gegenständlichen Angebots und bestimmt, wie diese gestaltet werden.

Die allfällig (weiterhin) bestehende redaktionelle Verantwortung für die Angebote auf Instagram bzw. TikTok ist aufgrund deren fehlender allgemeiner Zugänglichkeit unerheblich (siehe hierzu Punkt 4.2.5.).

4.2.3. Zum Hauptzweck der Angebote 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.

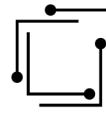
Auf dem gegenständlichen YouTube-Kanal befinden sich ausschließlich Videos. Diese werden in regelmäßigen Abständen hochgeladen. Somit handelt es sich um ein eigenständiges, abgrenzbares Angebot, dessen Hauptzweck es ist, Videoinhalte verfügbar zu machen. Es handelt sich daher (jeweils) um ein Angebot im Sinne des § 2 Z 3 AMD-G.

Der allfällig (weiterhin) bestehende Hauptzweck der Angebote auf Instagram bzw. TikTok, Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen, ist aufgrund deren fehlender allgemeiner Zugänglichkeit unerheblich. (siehe hierzu Punkt 4.2.5)

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 Bewegungsbildern 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.“

Bei den Beiträgen des Einschreiters am gegenständlichen YouTube-Kanal handelt es sich um kurze Montagen bzw. Zusammenfassungen von Filmen oder Serien. Das Angebot weist – bei derzeit ca. 1,03 Mio. Abonnenten – eine derartige Reichweite auf, dass eine massenmediale Wirkung im Sinne des ErwG 21 der Richtlinie 2010/13/EU und den zitierten Erläuterungen zu bejahen ist – unabhängig von der Höhe der von der Einschreiterin konkret erzielten Einnahmen.

Der gegenständliche YouTube-Kanal ist daher geeignet, am massenmedialen Markt teilzunehmen und somit im Sinne eines „Massenmediums“ deutliche Wirkung in der Weise zu erzielen, dass es in Konkurrenz zu anderen massenmedialen Angeboten tritt.

Die allfällig (weiterhin) bestehende Eignung der Angebote auf Instagram bzw. TikTok, am massenmedialen Markt teilzunehmen, ist aufgrund deren fehlender allgemeiner Zugänglichkeit unerheblich (siehe hierzu Punkt 4.2.5.).

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.

Der gegenständliche YouTube-Kanal ist jede Person unter der im Spruch genannten Internetadressen abrufbar. Es besteht daher nach Ansicht der KommAustria kein Zweifel daran, dass die Videos der allgemeinen Öffentlichkeit bereitgestellt werden.

Hinsichtlich der gegenständlichen Angebote auf Instagram bzw. TikTok gilt dies nicht, denn diese sind zwar unter der im Spruch (jeweils) genannten Internetadresse abrufbar, aber nicht (mehr) für die Allgemeinheit zugänglich.

4.2.6. Zum elektronischen Kommunikationsnetz

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

5. Zusammenfassung

Zusammenfassend geht die KommAustria daher davon aus, dass es sich beim Kanal „Rage Wolf Studios“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/@ragewolfstudios>, mangels Dienstleistungseigenschaft und bei den Kanälen „ragewolfstudios“, abrufbar unter <https://www.instagram.com/ragewolfstudios/>, und „Rage Wolf Studios“, abrufbar unter <https://www.tiktok.com/@rage.wolf.studios>, mangels allgemeiner Zugänglichkeit (derzeit) um keine anzeigespflichtigen Mediendienste (auf Abruf) im Sinne von § 2 Z 3 (und 4) AMD-G handelt.

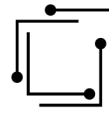
Der Vollständigkeit halber ist darauf hinzuweisen, dass nicht auszuschließen ist, dass die Eigenschaft als Abrufdienst in der Zukunft wieder zu bejahen sein könnte, insbesondere falls YouTube wieder eine Monetarisierung zulassen würde oder die Angebote auf Instagram bzw. TikTok wieder der Allgemeinheit zugänglich gemacht würden.

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 2026-0.251.705-2-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 26.08.2026

Kommunikationsbehörde Austria

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