



2026-0.251.705-2-A

Bescheid

I. Spruch

Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt aufgrund des Antrags vom 19.03.2026 der Mathis FitLife GmbH 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 dem von ihr bereitgestellten YouTube-Kanal „Simon Mathis“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/@SimonMathisvideos>, weiterhin um einen audiovisuellen Mediendienst im Sinne von § 2 Z 3 AMD-G handelt.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 19.03.2026 an die KommAustria beantragte die Mathis FitLife GmbH (im Folgenden: Einschreiterin) die „Löschung der Registrierung des Abrufdienstes ‚Simon Mathis‘ aus dem bei der KommAustria geführten Register der audiovisuellen Mediendienste auf Abruf“.

Die Einschreiterin führte aus, dass sich die Einnahmen, die unmittelbar über den YouTube-Kanal „Simon Mathis“ generiert würden, insbesondere durch „YouTube-AdSense-Erlöse“, im Jahr 2025 auf „lediglich wenige Hundert Euro“ beliefen. Der weit überwiegende Umsatz der Einschreiterin (mehr als 90 %) werde über Meta-Werbeanzeigen für das Coaching-Geschäft erzielt und stehe in keinem Zusammenhang mit dem registrierten Abrufdienst.

Weiters wurde ausgeführt, dass es sich bei dem YouTube-Kanal nicht um einen eigenständigen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf im Sinne des AMD-G handle; vielmehr würden Videoinhalte auf der Drittplattform YouTube hochgeladen. Die technische Infrastruktur, die Verbreitung sowie die Katalogpräsentation würden ausschließlich bei YouTube als Plattformbetreiber liegen.

Der YouTube-Kanal diene primär der Einschreiterin als Marketinginstrument für ihr Coaching-Geschäft. Die veröffentlichten Inhalte würden vorwiegend Fitness- und Ernährungstipps, Kundenerfahrungsberichte sowie informative Kurzvideos umfassen. Es handle sich dabei nicht um einen eigenständigen Sendungskatalog, der mit klassischen Video-on-Demand-Angeboten vergleichbar sei.

Zudem würden „sämtliche Schwellenwerte der Verordnung der KommAustria“ deutlich und nachhaltig unterschritten, sodass auch inhaltlich keine regulatorische Relevanz gegeben sei.

Auf telefonische Nachfrage der Behörde am 27.03.2026 konkretisierte die Einschreiterin, dass mit dem Schreiben vom 19.03.2026 die Feststellung beantragt werde, ob es sich bei dem am 02.06.2021 bei der KommAustria angezeigten und in Folge eingetragenen YouTube-Kanal nach wie vor um einen anzeigepflichtigen Mediendienst auf Abruf handle.

2. Sachverhalt

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

Die Einschreiterin ist eine zu FN 557853y eingetragene Gesellschaft mit Sitz in Österreich.

Aufgrund der Anzeige des Angebots vom 02.06.2021 zu KOA 1.985/21-073 wurde der gegenständliche YouTube-Kanal „Simon Mathis“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/@SimonMathisvideos>, bei der KommAustria eingetragen.

Die Einschreiterin hat am 19.03.2026 einen Feststellungsantrag betreffend die Frage der Anzeigepflicht ihres YouTube-Kanals „Simon Mathis“ bei der KommAustria eingebracht.

2.1. YouTube-Kanal „Simon Mathis“

Auf dem unter <https://www.youtube.com/@SimonMathisvideos> abrufbaren YouTube-Kanal befinden sich Videos zum Thema Gewichtsabnahme.

Eine Einsichtnahme der Behörde in das gegenständliche Angebot am 15.04.2026 hat ergeben, dass sich derzeit insgesamt 1857 Videos auf dem Kanal befinden. Das letzte Video in Langform wurde am 13.04.2026 und das letzte Short am 14.04.2026 hochgeladen. Der Kanal hat derzeit ca. 185.000 Abonnenten und weist im Schnitt drei- bis vierstellige Aufrufzahlen auf (s. Abb. 1).

Abbildung 1: anonymisiert

Der Kanal wird durch das YouTube-Partnerprogramm monetarisiert.

Zusätzlich betreibt die Einschreiterin ein kostenpflichtiges Coaching-Angebot, abrufbar unter <https://simon-mathis.com>, welches eine individuelle Betreuung anbietet, um bei der Gewichtsabnahme schnelle Erfolge zu erzielen (s. Abb. 2 und 3). Das Angebot wird in der Kanalbeschreibung verlinkt und in sämtlichen Videos in der Videobeschreibung beworben (s. Abb. 4 und 5).

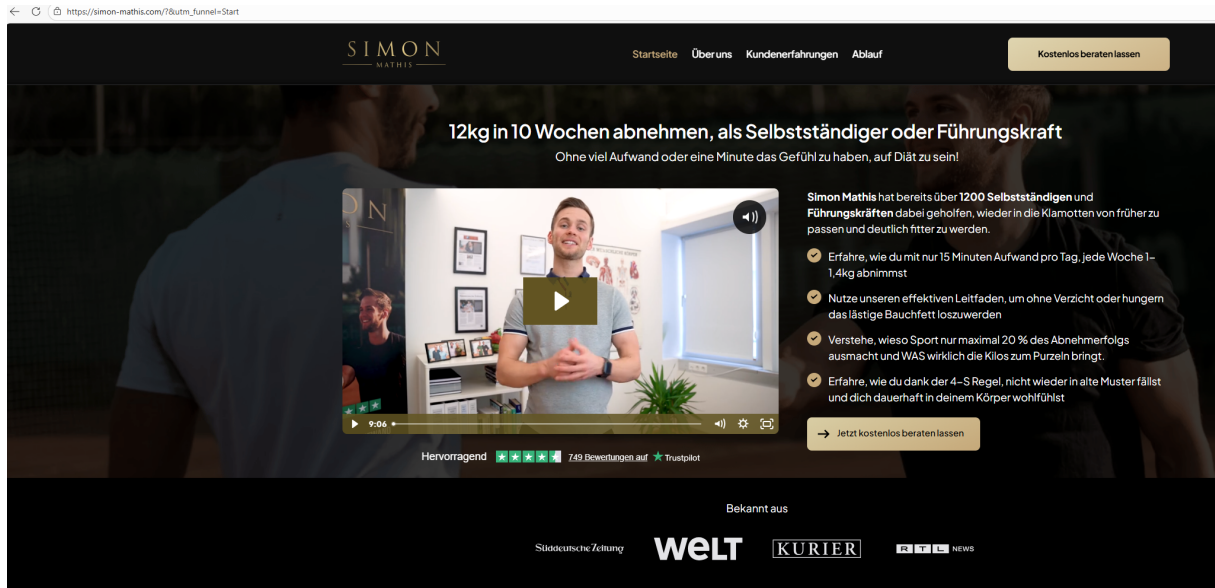
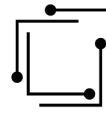
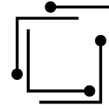


Abbildung 2: Homepage des Coaching-Angebots, abrufbar unter <https://simon-mathis.com>



Abbildung 3: Übersicht FAQ des Coaching-Angebots



Simon Mathis



Beschreibung

Als Selbständiger oder Führungskraft 15 kg in 3 Monaten abnehmen - Ohne Verzicht auf Genuss

Ich dachte lange Abnehmen benötigt viel Zeit und Disziplin - aber das stimmt gar nicht...

...zumindest, wenn man weiß wie man es richtig macht

Und genau dafür gibt es diesen Kanal hier.

Meine Website: <http://www.simon-mathis.com>
Instagram: https://www.instagram.com/simon.mathis_/
Podcast: <https://simon-mathis.com/podcast>

Impressum:
Simon Mathis (gleichzeitig verantwortlich für den Inhalt gem. § 55 Abs. 2 RStV)
Mathis Fit Life GmbH
Lehenweg 2/ Top A05
6830 Rankweil

E-Mail: info@simon-mathis.at
Elektronisches Kontaktformular: <http://www.simon-mathis.at/kontakt/>

Umsatzsteuer-ID. Nr.: ATU74452656

Firmenbuchnummer: FN 512640 h

Jugendschutzerklärung: <https://abnehmen.simon-mathis.com/jugendschutz>

Links





-  Kostenlose Beratung
simon-mathis.com
-  Instagram
[instagram.com/simon.mathis_](https://www.instagram.com/simon.mathis_/)
-  Podcast
simon-mathis.com/podcast
-  Jugendschutzerklärung
abnehmen.simon-mathis.com/jugendschutz

Abbildung 4: Verlinkung des Coaching-Angebots in der Kanalbeschreibung (Stand 15.04.2026)

Die 4 Stellschrauben um fit alt zu werden - Malcolm Kessler



Simon Mathis
185.000 Abonnenten

Abonnieren

80 Aufrufe 13.04.2026

Bewirb dich auf ein kostenloses Beratungsgespräch: <https://go.simon-mathis.com/termin-Di...>

Folg mir auch bei Instagram:


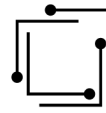
Instagram: @simon.mathis_ -  / simon.mathis_

Abbildung 5: Beschreibung des neuesten Videos vom 13.04.2026 (Stand 15.04.2026)



3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zur Anzeige und Eintragung des gegenständlichen Abrufdienstes beruhen auf dem zitierten Akt der KommAustria.

Die Feststellungen zu den Inhalten und der Reichweite des gegenständlichen Abrufdienstes beruhen auf den glaubwürdigen Ausführungen der Einschreiterin im Feststellungsantrag sowie der behördlichen Einsichtnahme in das bereitgestellte Angebot.

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. 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 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 eines audiovisuellen Mediendienstes

§ 2 AMD-G lautet auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

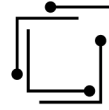
§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist:

[...]

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 Mediendiensteanbieter für den Empfang zu dem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und auf dessen individuellen Abruf hin aus einem vom Mediendiensteanbieter festgelegten Programm katalog 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 Sendepfades 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 Bewegungsbildern mit oder ohne Ton besteht und Bestandteil eines von einem Mediendienstanbieter erstellten Sendepfades 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 Einschreiterin 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.

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 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. 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/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 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 Dienstleistungsempfangenden 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).

Die Einschreiterin gibt an, dass das gegenständliche Angebot über die plattformeigene Option (YouTube-Partnerprogramm) monetarisiert wird. Darüber hinaus gibt die Einschreiterin an, dass der gegenständliche Kanal primär als Marketinginstrument für das Coaching-Angebot der Einschreiterin, abrufbar unter <https://simon-mathis.com>, dient. Die Mediendienstanbieterin betreibt mit diesem Kanal deshalb (auch) Eigenwerbung ihres Gesamtangebots, um daraus in weiterer Folge Umsätze für ihr Geschäftsfeld lukrieren zu können. Werbung und damit auch Eigenwerbung stellt unzweifelhaft eine Wirtschaftstätigkeit dar, zumal diese typischerweise der Steigerung des Bekanntheitsgrades der beworbenen Dienstleistung dient, um dem Anbieter der Leistung insgesamt zu größerem Umsatz zu verhelfen (vgl. auch § 2 Z 2 lit. a AMD-G; *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetze⁴, S.433, S. 457). Insofern ist es irrelevant, ob Einnahmen direkt aus dem jeweiligen Kanal lukriert werden. Es ist somit das Vorliegen einer Dienstleistungseigenschaft im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV für den Kanal zu bejahen.

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 Sendepfades eines Fernsehprogrammes oder mittels eines Katalogs eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf;“

§ 2 Z 20 AMD-G lautet:

„Mediendiensteanbieter: 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. Mediendiensteanbieter 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.

Die Einschreiterin trifft die Entscheidung, welche Videos hochgeladen werden. Im Sinne der genannten Bestimmung der AVMD-RL trägt somit die Einschreiterin die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des gegenständlichen Angebots und bestimmt, wie diese gestaltet werden. Es ist daher davon auszugehen, dass die Einschreiterin die redaktionelle Verantwortung für den verfahrensgegenständlichen Kanal trägt.

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. In den Videos werden überwiegend moderierte Sachverhalte und Interviews zum Thema Gewichtsabnahme gezeigt, wobei die einzelnen Videoinhalte thematisch in sich abgeschlossen sind. Aufgrund der verhältnismäßig langen Dauer der einzelnen Videos (im Durchschnitt zwischen fünf und 20 Minuten) ist eine hinreichend ausführliche Darstellung der Sachverhalte möglich. Die Länge der Beiträge dient dabei der Vermittlung der Inhalte und entspricht der inhaltlichen Ausrichtung sowie der konzeptionellen Gestaltung des Kanals.

Somit handelt es sich 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 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 Mediendiensteanbieter erstellten Sendepfades 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 der Einschreiterin auf dem gegenständlichen Kanal handelt es sich um Videos zum Thema Gewichtsabnahme. Das Angebot weist bei derzeit ca. 185.000 Abonnenten und bei sich durchschnittlich im drei- bis vierstelligen Bereich bewegendem Aufrufen 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 vom Einschreiter konkret erzielten Einnahmen. Zudem haben sich keine Anhaltspunkte für eine von der Einschreiterin behauptete mangelnde „inhaltliche regulatorische Relevanz“ ergeben.

Das gegenständliche Angebot 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 solchen massenmedialen Angeboten tritt.

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 Videos der allgemeinen Öffentlichkeit bereitgestellt werden.

4.2.6. Zum elektronischen Kommunikationsnetz

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

5. Zusammenfassung

Zusammenfassend geht die KommAustria daher davon aus, dass es sich bei dem gegenständlichen Kanal, abrufbar unter <https://www.youtube.com/@SimonMathisvideos>, weiterhin um einen anzeigepflichtigen Mediendienst (auf Abruf) im Sinne von § 2 Z 3 (und 4) AMD-G handelt.

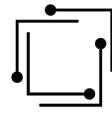
Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

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 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 17.04.2026



Kommunikationsbehörde Austria

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