



# Bescheid

## I. Spruch

Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt aufgrund des Antrages der **BLM Marketing & Event Gesellschaft der Österreichischen Fußball-Bundesliga m.b.H.** (FN 167246a), vertreten durch Korn Rechtsanwälte OG, gemäß § 9 Abs. 8 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G) BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 55/2022 fest, dass es sich bei dem bereitgestellten Angebot „InstagramTV oesterreichische.bundesliga“, abrufbar unter <https://www.instagram.com/oesterreichische.bundesliga>, um keinen audiovisuellen Mediendienst im Sinne des § 2 Z 3 AMD-G handelt.

## II. Begründung

### 1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 11.03.2022, eingelangt am 18.03.2022, beantragte die BLM Marketing & Event Gesellschaft der Österreichischen Fußball-Bundesliga m.b.H. (idF Antragstellerin) die beschneidmässige Feststellung, ob es sich bei dem im Spruch genannten Angebot um einen audiovisuellen Mediendienst gemäß § 2 Z 3 AMD-G handelt.

In ihrem Antrag führte die Antragstellerin im Wesentlichen aus, dass sie seit Anfang April 2020 Anbieterin eines Abrufdienstes auf Instagram sei. Infolge technischer Änderungen auf der Plattform stelle sich nunmehr die Frage, ob sie weiterhin einen Abrufdienst auf Instagram bereitstelle, da durch die automatische Generierung eines Videobereiches ohne redaktionelle Bearbeitung eine Voraussetzung für das Anbieten eines Abrufdienstes weggefallen sei.

### 2. Sachverhalt

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

#### 2.1. Zur Antragstellerin

Die BLM Marketing & Event Gesellschaft der Österreichischen Fußball-Bundesliga m.b.H. (kurz BLM) ist eine zu FN 167246a eingetragene Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Wien. Beteiligungen an Medienunternehmen gibt es keine. Alleingesellschafterin ist der zu ZVR 328594132 eingetragene Verein Österreichische Fußballbundesliga.

Die BLM stellt mehrere Abrufdienste über verschiedene Plattformen wie YouTube oder Facebook sowie über eigene Webseiten bereit.

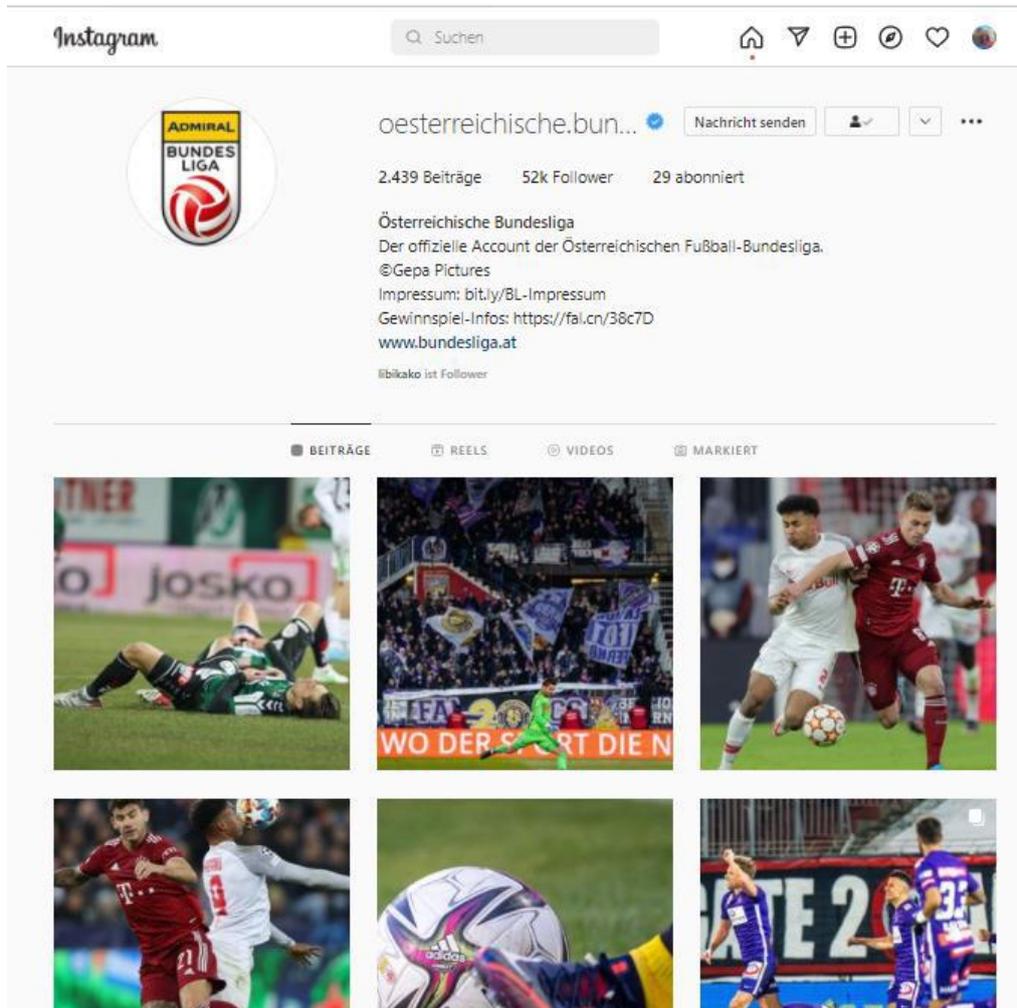
## **2.2. Instagram-Kanal „InstagramTV oesterreichische.bundesliga“**

Aufgrund der Anzeige vom 08.07.2020, KOA 1.950/20-026, stellt die BLM den unter ([www.instagram.com/oesterreichische.bundesliga/channel/](https://www.instagram.com/oesterreichische.bundesliga/channel/)) abrufbaren Abrufdienst „InstagramTV oesterreichische.bundesliga“ bereit, der Videos über Events, Spielszenen und mit Interviews beinhaltet.

Der Instagram-Kanal der BLM besteht in einer gesamthaften Betrachtung aus Standbildern (Fotos), Texten und Bewegtbildern (audiovisuellen Inhalten), wobei keine der Kategorien deutlich überwiegt. Weiters hat die BLM bis zu einer Umstellung auf der Plattform „Instagram“ die eigenständig nutzbare Funktionalität „IGTV“ genutzt und dort Bewegtbilder bereitgestellt. Diesen Dienst hat die KommAustria zur Anzeige vom 08.07.2020 entgegengenommen. Seither stellt die BLM unter ihrer redaktionellen Verantwortung der Allgemeinheit Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung über elektronische Kommunikationsnetze bereit. Die BLM hat dabei die Entscheidung getroffen, ob die Videos in „IGTV“ oder in der allgemeinen Timeline abgerufen werden können. Diese IGTV-Inhalte (und nur diese) waren unter einem eigenen Tab des Instagram-Accounts aufrufbar.

Jedenfalls seit Jänner 2022 kam es auf Instagram zu technischen Umstellungen. Die Bereiche, die Bewegtbildinhalte enthalten haben, wurden zusammengeführt und es gibt nur noch zwei unterschiedliche audiovisuelle Formate, die anhand von technischen Kriterien unterschieden werden. Dabei handelt es sich um sog. „Videos“ und sog. „Reels“. In der Sektion „Videos“ sind die früheren Formate „IGTV“ und Feed-Videos zusammengefasst. „Videos“ haben für verifizierte Accounts eine Länge von max. 60 Minuten, für nicht-verifizierte Accounts max. 10 Minuten. „Reels“ sind kurze Bewegtbildsequenzen oder Standbilder, allenfalls ergänzt um Text, Musik und Effekte mit einer Länge von maximal 60 Sekunden.

In den User-Accounts wurden diese Änderungen von technischer Seite von Instagram implementiert. Dadurch werden in die Timeline („Beiträge“) hochgeladene Bewegtbilder automatisiert auf Basis der oben genannten technischen Faktoren auch einer der Kategorien „Videos“ oder „Reels“ zugewiesen. Die Funktionalität „IGTV“ gibt es nicht mehr.



**Abbildung 1 – Bildschirmaufnahme der Einstiegsseite des Instagram-Kanals der BLM**

Unter dem Reiter „Beiträge“ finden sich sämtliche Inhalte, die ein User in seinem Instagram-Account bereitstellt, d.h. insb. Fotos und Bewegtbilder inklusive allfälliger Textbeiträge in sämtlichen technisch zugelassenen Ausgestaltungen. Unter dem Reiter „Videos“ finden sich ausschließlich Bewegtbildformate, unter dem Reiter „Reels“ können sich neben Bewegtbildern auch andere Bilder finden, sofern sie den technischen Vorgaben entsprechen.

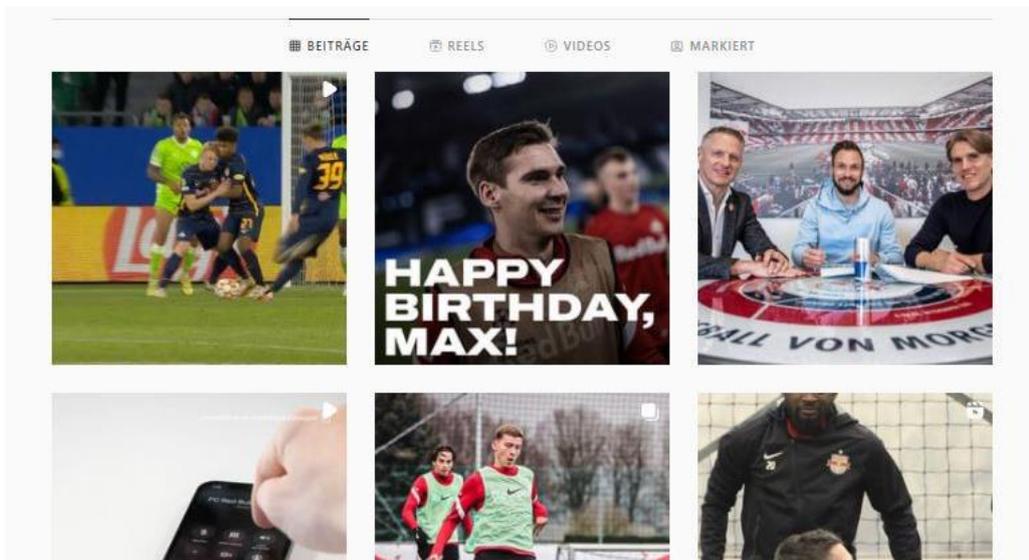
Die Zuordnung der einzelnen Inhalte zu den genannten Rubriken wird automatisch durch Instagram vorgenommen, wenn ein User ein entsprechendes Bewegtbildformat in seinen Account hochlädt. Bei „Videos“ muss der User die Kategorie nicht definieren, vielmehr erfolgt die Zuweisung zu dieser Kategorie durch Instagram. Demgegenüber besteht für das Hinzufügen von „Reels“ ein eigener Button, d.h. hier kann der User schon im Zuge des Uploads des Beitrages angeben, dass es sich bei den Inhalten um ein „Reel“ handeln soll. Jedoch ist ein Upload nur möglich, wenn der Inhalt technisch den Vorgaben für „Reels“ entspricht.

Ein vom User hochgeladenes Bewegtbild findet sich sowohl in der Gesamtübersicht „Beiträge“ als auch in der Rubrik „Videos“ bzw. „Reels“ (abhängig von der Zuordnung durch das System).

Unter den Reitern „Guides“ und „Markiert“ werden bestimmte Beiträge zusammengefasst, die jedoch für das gegenständliche Bewegtbildangebot nicht von Bedeutung sind.

Die genannten Rubriken und zugehörigen Reiter werden von Instagram automatisch generiert, sobald zumindest ein Beitrag, der als „Video“ oder „Reel“ definiert ist im Account, bereitgestellt wird.

Unter dem Reiter „Beiträge“ werden die einzelnen Kategorien durch Symbole gekennzeichnet, wobei jede Kategorie auch ergänzenden Text enthalten kann.



**Abbildung 2 - Bildschirmfoto eines Ausschnitts aus dem Instagram-Angebot der BLM**

Dabei werden folgende Icons benutzt:

 Mehrere Fotos

 Video

 Reel

Bei einem einzelnen Foto wird kein Icon eingesetzt.

In den einzelnen Rubriken „Videos“ und „Reels“ werden keine Icons zur Definition der Inhalte benutzt.

Per 8.2.2022 waren 2.398 Beiträge abrufbar. Davon waren 20 Reels und 85 Videos.

### **3. Beweiswürdigung**

Die Feststellungen hinsichtlich der Antragstellerin gründen sich auf die Anzeige vom 08.07.2020.

Die Feststellungen hinsichtlich des Instagram-Kanals gründen sich auf das glaubwürdige Vorbringen der Antragstellerin im Rahmen des Feststellungsantrages sowie eine Einschau in den Instagram-Kanal der Antragstellerin, die die Angaben der Antragstellerin bestätigt hat.

## **4. Rechtliche Beurteilung**

### **4.1. Zur Zuständigkeit der Behörde und Zulässigkeit des Feststellungsantrages**

Die Antragstellerin beantragt die Feststellung, ob der von ihr bereitgestellte Instagram-Kanal nach der Änderung der Funktionalitäten von Instagram weiterhin einen audiovisuellen Mediendienst im Sinn des AMD-G darstellt.

Gemäß § 9 Abs. 8 AMD-G hat die Regulierungsbehörde, das ist gemäß § 66 Abs. 1 AMD-G die KommAustria, auf Antrag festzustellen, ob ein angezeigter Mediendienst unter § 2 Z 3 AMD-G fällt. Es ist daher im Folgenden zu prüfen, ob die gesetzlichen Voraussetzungen für das Vorliegen eines audiovisuellen Mediendienstes vorliegen.

### **4.2. Rechtsgrundlagen**

§ 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. 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;*

[...]

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 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.

(2) Die Anzeige hat neben Namen, Adresse und allfälligen Vertretern und Zustellungsbevollmächtigten des Mediendiensteanbieters 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.“

## **4.3. Vorliegen von audiovisuellen Mediendiensten**

Verfahrensgegenständlich ist die Frage, ob die Antragstellerin einen audiovisuellen Mediendienst im Sinne des § 2 Z 3 AMD-G anbietet, welcher (weiterhin) der Anzeigepflicht gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G unterliegt.

### **4.3.1. Zur Dienstleistung**

Unter einer Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV sind Leistungen zu verstehen, die in der Regel gegen Entgelt erbracht werden, soweit sie nicht den Vorschriften über den freien Waren- und Kapitalverkehr und über die Freizügigkeit der Personen unterliegen. Damit wird zum Ausdruck gebracht, dass die Leistungen einen wirtschaftlichen Charakter in einem weiteren Sinn aufzuweisen haben und dass die Leistung zumindest zu Erwerbszwecken erfolgen muss (*Kogler/Traimer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze<sup>4</sup>, S. 434*).

Als Dienstleistungen gelten insbesondere: a) gewerbliche Tätigkeiten, b) kaufmännische Tätigkeiten, c) handwerkliche Tätigkeiten, d) freiberufliche Tätigkeiten (vgl. BVwG 19.02.2016, W194 2009539-1/4E).

Die BLM vermarktet die österreichische Fußballbundesliga und dient das Angebot auf Instagram dieser Vermarktung.

Die KommAustria geht daher davon aus, dass hinsichtlich der verfahrensgegenständlichen Angebote das Kriterium einer Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV erfüllt ist.

#### **4.3.2. 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:

*„20. 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 Antragstellerin ist Inhaberin des gegenständlichen Instagram-Kanals. Es liegen keine Hinweise vor, dass die Auswahl und die Bereitstellung der Inhalte durch jemand anderen als die Antragstellerin selbst erfolgt. Im Sinne der genannten Bestimmung des AMD-G trägt die Antragstellerin die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des gegenständlichen Angebots und bestimmt, wie diese Inhalte gestaltet werden. Nach Ansicht der KommAustria ist die redaktionelle Verantwortung daher im Ergebnis für die bereitgestellten Sendungen.

Auf Instagram werden die einzelnen Bewegtbildinhalte so wie auch andere Postings (etwa Bilder) in der Kategorie „Beiträge“, vergleichbar mit der „Timeline“ auf anderen Plattformen, gesammelt angezeigt. Dabei werden die Postings mit Icons, an denen man die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Kategorie erkennt, gekennzeichnet. Bewegtbildinhalte werden auch automatisiert in den Kategorien „Videos“ oder „Reels“ angezeigt. Eine redaktionelle Tätigkeit des Nutzers im Sinne einer manuellen Zuordnung zu einer der beiden Kategorien findet hier nicht statt.

Im Ergebnis haben die technischen Änderungen auf Instagram dazu geführt, dass es Kanalhabende durch thematische Zuweisung oder ähnliche Entscheidungen nicht mehr in der Hand hat, ob bzw. welche Einzelelemente in bestimmten Teilfunktionalitäten seines Instagram-Accounts erscheinen. Vielmehr werden die Sendungen automatisiert ausschließlich auf Basis technischer Faktoren durch eine Instagram-Funktionalität neben der Sektion „Beiträge“ auch einer Sub-Einheit des Accounts zugewiesen. Die Funktionalität „IGTV“ gibt es nicht mehr. Somit liegt

hinsichtlich der Erstellung eines Katalogs – über die alleinige Nutzung der allgemeinen Kategorie „Beiträge“, keine Möglichkeit der Gestaltung des Katalogs in den Kategorien „Videos“ und „Reels“ mehr vor.

Soweit die Antragstellerin Erwägungen anstellt, dass durch die automatisierte Anzeige von Bewegtbildinhalten in den Rubriken „Videos“ und „Reels“ diese einen „trennbaren Teil“ des Dienstes darstellen könnten und somit selbstständig nutzbar sein könnten, ist, wie auch die Antragstellerin zutreffend ausgeführt, festzuhalten, dass es durch das automatisierte, plattformseitige Befüllen einer Rubrik an einer redaktionellen Verantwortung der Kanalhabenden fehlt. Durch die Automatisierung können Kanalhabende nicht entscheiden, welche Inhalte unter der Rubrik „Videos“ abgerufen werden können bzw. wie diese gruppiert sind. Anders wäre es zu etwa beurteilen, wenn Kanalhabende innerhalb einer Kategorie, Gruppierungen oder ähnliches vornehmen könnten.

Weiters ist hier zu differenzieren, wofür der Kanal genutzt wird. Werden in der Rubrik „Beiträge“ ausschließlich oder hauptsächlich Bewegtbilder bereitgestellt (vgl. dazu Punkt 4.4.), beschränkt sich der Katalog auf die Rubrik „Beiträge“ und bildet dieser den relevanten Katalog. Kommt es jedoch zu einer – für manche Plattformen typischen – gemischten Nutzung, ist im Einzelfall nach den bereitgestellten Inhalten zu differenzieren.

Da der Hauptzweck des gegenständlichen Angebots nicht in der Bereitstellung von Bewegtbildangeboten besteht (vgl. dazu Punkt 4.4.), geht die KommAustria davon aus, dass die Antragstellerin keine redaktionelle Verantwortung für das Bewegtbildangebot auf dem Instagram-Kanal (in diesem Einzelfall die Kategorien „Videos“ und „Reels“) trägt.

#### **4.3.3. Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung**

Weiters ist zu prüfen, ob im Rahmen des gegenständlichen Angebotes Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitgestellt werden.

§ 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 zur Begriffsabgrenzung des § 2 Z 30 AMD-G Folgendes fest:

*„Im gegebenen Zusammenhang ist wie schon oben bei der Definition eines audiovisuellen Mediendienstes festzuhalten, dass trotz des Entfalls des Elements der Fernsehähnlichkeit in der Definition nach der geänderten Richtlinie weiterhin nicht jegliches (mehr oder minder professionell gestaltetes) audiovisuelles Material im Internet unter den Anwendungsbereich der Richtlinie fällt. Vielmehr sind – orientiert an den unverändert bestehenden ErWG 21 bis 23 der Richtlinie 2010/13/EU – nur jene Erscheinungsformen erfasst, die einen massenmedialen Charakter aufweisen, dh. „für den Empfang durch einen wesentlichen Teil der Allgemeinheit bestimmt sind und bei dieser eine deutliche Wirkung entfalten könnten“. In einer Gesamtbetrachtung kommt es*

*entsprechend der Definition des audiovisuellen Mediendienstes gerade auch im Bereich der auf Abruf bereitgehaltenen Inhalte auf Websites besonders auch auf das Element einer auf eine gewisse Kontinuität angelegten „Dienstleistung“ an.“*

Die Gesetzesmaterialien zur Novelle halten im Zusammenhang zur Begriffsabgrenzung des § 2a AMD-G weiters 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 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.“*

Der Kanal der BLM beschäftigt sich nahezu ausschließlich mit Nachrichten und Informationen um das Thema Fußball.

Es ist daher davon auszugehen, dass die gegenständlichen Angebote Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung im Sinne des AMD-G bereitstellen.

#### **4.3.4. Zum Hauptzweck des Angebots oder eines abtrennbaren Teils der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung**

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.

Im Instagram-Account der Antragstellerin werden aktuell unterschiedliche Inhalte, also sowohl statische Bild wie auch Bewegtbildinhalte, bereitgestellt. Die Bewegtbildinhalte sind von der Anzahl her deutlich in der Minderzahl. Abgesehen von der Anzahl der Beiträge ist auch festzuhalten, dass auch aufgrund des Gesamteindrucks des Kanals kein Überwiegen von Bewegtbildinhalten gegenüber anderen Inhalten festzustellen war.

Insofern hat die Antragstellerin zutreffend ausgeführt, sich dieser Eindruck auch dann nicht ändern würde, wenn deutlich mehr Videos im Account eingestellt werden würden, solange die übrigen Kategorien nicht vollständig in den Hintergrund treten würden.

Wie die Antragstellerin zutreffend ausgeführt hat, kann sich die inhaltliche Ausrichtung eines Angebots in einem sozialen Netzwerk laufend ändern. So können etwa zu einem Zeitpunkt Bilder überwiegen, zu einem anderen wiederum Bewegtbilder. Damit ist insbesondere auch die Gewichtung der einzelnen Kategorien bzw. das Verhältnis zueinander ständigen Schwankungen unterworfen. Dabei ist davon auszugehen, dass Schwankungen über einen kürzeren Zeitpunkt noch keine Anzeigeverpflichtung auslösen. Eine solche „kurze“ Zeit könnte etwa ein Zeitraum unter der zweimonatigen Zeit der Anzeige darstellen. Darüber hinaus wird es auf den Einzelfall ankommen, wann eine relevante Änderung vorliegt. Im Übrigen kann keine Festlegung abseits des Einzelfalls getroffen werden. Vielmehr ist, wie im gegenständlichen Fall, die konkrete Ausrichtung im Zeitpunkt der Anzeige bzw. des Feststellungsantrages zu prüfen. Dabei wird die Kanalausrichtung anhand der geplanten Inhalte, der geplanten Anzahl in den einzelnen Kategorien wie auch die geplante Dauer (bei Bewegtbildangeboten) ex ante gegeneinander abzuwägen sein.

Bei dem gegenständlichen Instagram-Kanal handelt es sich derzeit klar um ein eigenständiges, abgrenzbares Angebot, dessen geradezu ausschließliches Wesen es ist, mehrheitlich Fotos verfügbar zu machen.

Es handelt sich daher um kein eigenständiges Angebot mit dem Hauptzweck der Bereitstellung von Sendungen.

#### **4.3.5. Zur allgemeinen Öffentlichkeit**

Für das Vorliegen eines audiovisuellen Mediendienstes fordert § 2 Z 3 AMD-G ausdrücklich, dass sich ein solcher an die „allgemeine Öffentlichkeit“ richtet. Im Sinne dieser Bestimmung muss der Mediendienst daher technisch für jedermann abrufbar sein und es darf die Zugänglichkeit nicht auf einen exklusiven Adressatenkreis beschränkt sein.

Der gegenständliche Instagram-Kanal richtet sich an die Allgemeinheit und ist für jede Person frei abrufbar.

Es besteht angesichts der Verbreitung der verfahrensgenständlichen audiovisuellen Inhalte kein Zweifel daran, dass die Sendungen der allgemeinen Öffentlichkeit bereitgestellt werden.

#### **4.3.6. Zum elektronischen Kommunikationsnetz**

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

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 30,- an das Finanzamt für Gebühren, Verkehrssteuern und Glückspiel (IBAN: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 1.950/22-054“, 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 24. Juni 2022

**Kommunikationsbehörde Austria**

Dr. Susanne Lackner  
(Vorsitzende-Stellvertreterin)