



Bescheid

I. Spruch

Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt auf Antrag von A vom 21.06.2022 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 den von ihm anbietenden Kanälen „AstralPrince“, welche auf den Plattformen YouTube, Twitch und TikTok abrufbar sein werden, derzeit um keine audiovisuellen Mediendienste im Sinne von § 2 Z 4 iVm Z 3 AMD-G handelt.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Per Eingabe vom 21.06.2022 beantragte der Antragsteller die bescheidmäßige Feststellung, ob es sich bei den Angeboten „AstralPrince“, welche auf den Plattformen YouTube, Twitch und TikTok abrufbar sein werden, um audiovisuellen Mediendienste handeln. Er stelle vorliegenden Antrag zwecks rechtlicher Absicherung bzw. zur gewerberechtlichen Abklärung für die Wirtschaftskammer. Mit seinen Kanälen plane er als internationaler Streamer ein Unternehmen aufzubauen und damit gleichzeitig das Land Österreich innerhalb der Gamergemeinschaft zu repräsentieren. Die in Aussicht genommenen Angebote legt er im vorgelegten umfassenden Businessplan dar. Er werde hauptsächlich das Onlinespiel „League of Legends“ spielen. Es handle sich um ein Echtzeit-Strategie-Spiel der Kategorie „MOBA – Multiplayer Online Battle Arena“. Über Jahre hinweg habe er sich dazu besondere Kenntnisse angeeignet, welche er teilen und weiterentwickeln möchte.

Er werde das Onlinespiel „League of Legends“ zunächst als Livestream auf Twitch anbieten. Zu Beginn werde er mögliche Taktiken, Strategien, Neuerungen und Spielvorbereitungen besprechen; im Hauptteil erfolge das Match selbst, und die besprochenen Themen sollen anhand der Praxis situationsbedingt angewendet werden; abschließend resultiere eine Zusammenfassung samt Fragenbeantwortungen sowie ein Ausblick auf das kommende Match. In weitere Folge sollen diese Live-Streams auf Twitch auch zum Abruf bereitgestellt werden. Hinzu komme ein weiterer Kanal auf der Plattform YouTube der darüber hinausgehenden Content aufweisen werde (Room-Tours, Ausflüge, o.ä.). Zwecks Erweiterung seines Kundenstammes werde er zusätzlich einen Kanal auf TikTok mit kurzen Erklärvideos zum Online-Game einrichten. Zudem werde er individuelles Coaching anbieten.

Er werde besonderen Wert auf das eigene Erscheinungsbild sowie der Selbstpräsentation legen und damit für die Werbeindustrie ein ansprechender Partner sein. Diesbezüglich plane er primär zugunsten Hotellerie-, Gastwirtschaft- und Dienstleistungsbetrieben zu werben. Neben diesen Werbeeinnahmen rechne er mit Einnahmen aus Abonnements und Spenden. Hinzu würden bezahlte individuelle Coaching- und Beratungseinheiten und zukünftig auch Merchandising treten.

Dem Antrag werden ein Businessplan sowie ein Lebenslauf und ein Scan des Führerscheins des Antragstellers beigelegt.

Per Eingabe vom 19.07.2022 reichte der Antragsteller einen Scann seines Reisepasses nach und wiederholte seinen Antrag.

2. Sachverhalt

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

2.1. Zum Antragsteller

Der Antragsteller, wohnhaft in Österreich und betreibt unter <https://www.youtube.com/channel/UC0vho1lhZAAOfuVAEVefoWQ/featured> den YouTube-Kanal „AstralPrince“.

Bislang ist der Einschreiter kein der KommAustria bekannter Anbieter eines audiovisuellen Mediendienstes.

2.2. Zum Angebot „AstralPrince“ auf <https://www.youtube.com/channel/UC0SIjWczDUkDEP0TGJ1eRxQ>

Auf dem YouTube-Kanal „AstralPrince“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/channel/UC0vho1lhZAAOfuVAEVefoWQ/featured>, stellt der Antragsteller zum Stichtag 19.07.2022 13 Videos, zur Verfügung (Abbildung 1).

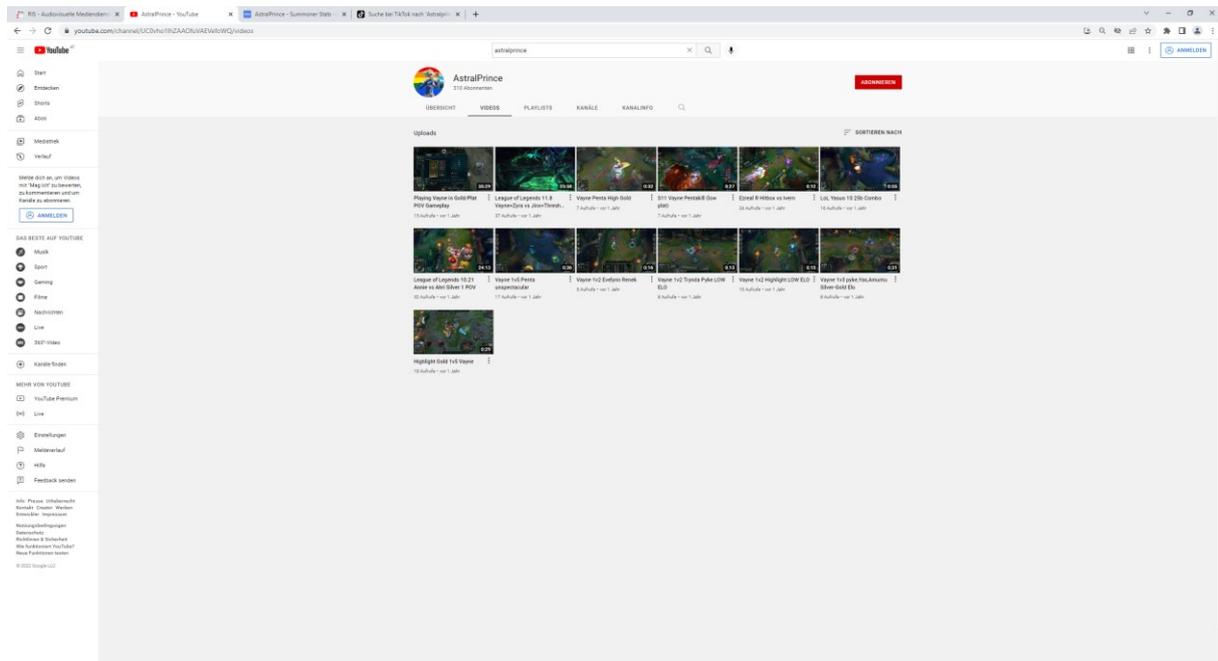


Abbildung 1

Der Kanal besteht seit 29.07.2014 und enthält, mit Begleitmusik unterlegte, Wiedergaben von Spielabläufen zum Onlinespiel „League of Legends“. Es handelt sich um ein Echtzeit-Strategie-Spiel. Geplant ist den Kanal weiterzuentwickeln um die Veranschaulichung von Spielabläufen und diversen privaten Inhalte (Room-Tours, Ausflüge, o.ä.). Zusätzlich einen Hauptkanal auf Twitch anzubieten, wo das Angebot zunächst als Livestream und im Anschluss zum Abruf bereitgestellt werden wird. Zu Beginn jedes Videos werden mögliche Taktiken, Strategien, Neuerungen und Spielvorbereitungen besprochen werden; im Hauptteil wird das Match selbst erfolgen, und die besprochenen Themen werden anhand der Praxis situationsbedingt angewendet; abschließend wird eine Zusammenfassung samt Fragenbeantwortungen sowie ein Ausblick auf das kommende Match resultieren. Zusätzlich ist ein weiterer Kanal auf der Plattform TikTok geplant, darin werden kurze Erklärvideos enthalten sein. Letztgenannter Kanal sowie ein Zusatzangebot in Form eines individuellen Coachings soll der Erweiterung seines Kundenstammes dienen.

Der Antragsteller wird Werbung schalten, Einnahmen aus den Kanälen durch Abonnements und Spenden lukrieren, darüber hinaus wird Merchandising angestrebt. Mit Einnahmen wird gerechnet, sobald das Gesamtangebot sämtlicher Kanäle online ist, jedenfalls innerhalb sechs bis zwölf Monaten. Die Videos werden selbst produziert.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen basieren auf den Angaben des Antragstellers vom 21.06.2022 sowie auf der behördlichen Einsichtnahme in einen der verfahrensgegenständlichen YouTube-Kanal am 19.07.2022.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. 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 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);

[...]

16. Fernsehprogramm: ein audiovisuelles Rundfunkprogramm im Sinne des Artikels I Abs. 1 des Bundesverfassungsgesetzes über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks, BGBl. Nr. 396/1974, oder ein anderer über elektronische Kommunikationsnetze verbreiteter audiovisueller Mediendienst, der von einem Mediendienstanbieter für den zeitgleichen Empfang von Sendungen auf der Grundlage eines Sendepfandes bereitgestellt wird;

[...]

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 Sendepfandes eines Fernsehprogrammes oder mittels eines Katalogs eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf;

[...]

30. Sendung: ein einzelner, in sich geschlossener Teil eines audiovisuellen Mediendienstes, der unabhängig von seiner Länge aus einer Abfolge von Bewegtbildern mit oder ohne Ton besteht und Bestandteil eines von einem Mediendienstanbieter erstellten Sendepfandes oder Katalogs ist; der Begriff schließt insbesondere Spielfilme, Videoclips, Sportberichte, Sitcoms, Dokumentationen, Nachrichten-, Kunst- und Kultursendungen, Kindersendungen und Originalproduktionen ein;

[...]“

§ 9 AMD-G lautet auszugsweise:

„Anzeigepflichtige Dienste

§ 9. (1) Fernsehveranstalter, soweit sie nicht einer Zulassungspflicht nach § 3 Abs. 1 unterliegen, haben ihre Tätigkeit spätestens zwei Wochen vor Aufnahme der Regulierungsbehörde anzuzeigen, Anbieter von Abrufdiensten spätestens zwei Monate nach Aufnahme der Tätigkeit.

(2) Die Anzeige hat neben Namen, Adresse und allfälligen Vertretern und Zustellungsbevollmächtigten des Mediendienstanbieters Nachweise über die Erfüllung der Anforderungen der §§ 10 und 11 zu enthalten. Weiters sind Nachweise über die für die Bestimmung der Rechtshoheit relevanten Tatsachen (Niederlassung) vorzulegen. Darüber hinaus hat die Anzeige zu enthalten:

[...]

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

4.2. Behördenzuständigkeit und Zulässigkeit des Feststellungsantrages

Der Antragsteller beantragt die Feststellung, ob die unter Punkt 2.2. dargestellten Angebote audiovisuelle Mediendienste im Sinn des AMD-G darstellen.

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.

4.3. Vorliegen von audiovisuellen Mediendiensten

Verfahrensgegenständlich ist die Frage, ob der Antragsteller mit seinem YouTube-Kanal „AstralPrince“, abrufbar unter <https://www.youtube.com/channel/UCOSIjWczDUkDEPOTGJ1eRxQ>, und seinen weiter geplanten Kanälen auf den Plattformen Twitch und TikTok betreffend die zum individuellen Abruf bereitgestellten Videos audiovisuelle Mediendienste im Sinne von § 2 Z 3 iVm Z 4 AMD-G anbietet, welche der Anzeigepflicht gemäß § 9 Abs. 1 AMD G unterliegen. Hierbei ist hervorzuheben, dass das geplante Videoarchiv auf „Twitch“ ein audiovisueller Mediendienst auf Abruf im Sinne des § 2 Z 4 AMD-G darstellen könnte. Der Live-Stream könnte unter der Voraussetzung, dass ein audiovisueller Mediendienst vorliegt, ein Fernsehprogramm gemäß § 2 Z 16 AMD-G darstellen.

4.3.1. 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 Rundfunkgesetz4, S. 434, mwN).

Der Antragsteller hat geplant, auf seinen Kanälen Werbung zu schalten, kostenpflichtige Abonnements und Spenden anzunehmen, und strebt darüber hinaus Einnahmen aus Merchandising und Einzelcoaching an. Aus den Angaben des Antragstellers ergibt sich daher, dass eine Erzielung von Einkünften aus der Bereitstellung der Angebote erfolgen werde und auch beabsichtigt ist.

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 vom Anbieter als Teilnehmer 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 des Anbieters 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 des Dienstleistungsempfängers an den Dienstleistungserbringer nicht zwingend erforderlich, ebenso wenig wie eine unmittelbare rechtliche Beziehung zwischen diesen beiden (vgl. EuGH, Rs. 352/85, Slg. 1988, 2085, Rn 16 – Bond van Adverteerders; Lenz/Borchardt, EU-Verträge, Kommentar zu Art. 56, 57 AEUV, Rz 12f). Der Dienstleistungserbringer muss jedoch 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).

Zusammenfassend ist davon auszugehen, dass bei gegenständlichen Angeboten das Kriterium der Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV erfüllt ist.

4.3.2. Zur redaktionellen Verantwortung

Die redaktionelle Verantwortung ist für die Gestaltung des audiovisuellen Mediendienstes zentraler Anknüpfungspunkt.

Gemäß § 2 Z 28b AMD-G ist die redaktionelle Verantwortung bei audiovisuellen Mediendiensten als Ausübung einer wirksamen Kontrolle sowohl hinsichtlich der Zusammenstellung der Sendungen als auch hinsichtlich ihrer Bereitstellung mittels eines Katalogs oder Sendepfades 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.

Es liegen keine Hinweise vor, dass hinsichtlich der gegenständlichen Angebote die Auswahl der Inhalte durch jemand anderen als dem Antragsteller selbst erfolgt.

Die redaktionelle Verantwortung für die Gestaltung der verfahrensgegenständlichen Angebote ist daher zu bejahen.

4.3.3. Zum Hauptzweck der Angebote

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.

Das Gesamtangebot „AstralPrince“ wird als Verbreitungswege die Plattformen YouTube, Twitch und TikTok nutzen, aber als separierte Kanäle jeweils ein eigenständig nutzbares Angebot darstellen.

Bei der Plattform YouTube handelt es sich derzeit um eine ausschließliche – und bei TikTok und Twitch jeweils um eine überwiegende – Videoplattform, sodass dem Grunde nach bei deren Einsatz, je ein Angebot mit dem Hauptzweck, Videos bereitzustellen, vorliegt. Ausschließliche bzw. überwiegende Videoformate gelangen zur Anwendung, womit festzustellen ist, dass dessen Hauptzweck die Bereitstellung von Videos darstellt.

Es handelt sich daher bei verfahrensgegenständlichen Angeboten um solche mit dem Hauptzweck der Bereitstellung von Videos.

4.3.4. Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung

Weiters ist zu prüfen, ob im Rahmen der gegenständlichen Angebote 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 vorliegenden Kanäle beschäftigen sich mit dem Format „Let’s Play“. Es werden Bildschirmaufnahmen während des Spielens von Videospiele gezeigt. Zudem werden auf dem YouTube-Kanal Videos mit diverse privaten Inhalten und auf dem Twitch-Kanal Erklärvideos zum Online-Spiel angeboten, welche allesamt ebenfalls einen unterhaltenden Faktor aufweisen.

Gaming Kanäle dienen zwar in gewisser Weise der Unterhaltung oder Information der Nutzer und kann auch ein breites Publikum anziehen, es ist aber im Sinne des vom AMD-G aus der AVMD-RL übernommenen Gedanken der Wettbewerbsgleichheit zwischen nicht-linearen und linearen

Angeboten davon auszugehen, dass der gegenständliche Kanal nicht als vergleichbar mit herkömmlichen Unterhaltungsangeboten angesehen werden kann und insofern nicht – iSd oben genannten Materialien „für den Empfang durch einen wesentlichen Teil der Allgemeinheit bestimmt“ ist.

Es handelt sich sohin bei den verfahrensgegenständlichen Angeboten daher um keine solche, die der Bereitstellung von Sendungen zur Unterhaltung, Information oder Bildung dienen.

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 „Allgemeinheit“ 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.

Die Angebote sind für jede Person auf den Plattformen zugänglich. Es besteht angesichts der geplanten Verbreitung der verfahrensgegenständlichen audiovisuellen Inhalte zum Abruf auf der Plattform „Twitch“ – welche hier auch in der Form von Live-Streams genutzt wird – sowie auf den Plattformen YouTube und TikTok kein Zweifel daran, dass die verfahrensgegenständlichen Angebote sich an die Allgemeinheit richten, da sie für jedermann frei zugänglich sind und damit 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, womit auch hinsichtlich des beschriebenen Dienstes diesem Kriterium Genüge getan wird.

4.3.7. Zusammenfassung

Zusammenfassend kann daher festgestellt werden, dass die verfahrensgegenständlichen Angebote (Bereitstellung und Livestream von Videos) „AstralPrince“ mangels Vorliegen von Sendungen zur Unterhaltung, Information oder Bildung derzeit keine anzeigepflichtigen audiovisuellen Mediendienste gemäß § 2 Z 3 und 4 AMD-G darstellen.

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 1.950/22-113“, 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. Juli 2022

Kommunikationsbehörde Austria

Dr. Susanne Lackner
(Vorsitzende-Stellvertreterin)