



Bundesminister für EU,
Kunst, Kultur und Medien

bundeskanzleramt.gv.at

Mag. Gernot Blümel, MBA
Bundesminister für EU, Kunst, Kultur und Medien

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: BKA-353.120/0127-IV/10/2018

Wien, am 15. Jänner 2019

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Gamon, MSc, Kolleginnen und Kollegen haben am 15. November 2018 unter der Nr. **2276/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „die Vollziehung des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes (AMD-G)“ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

Zu den Fragen 1 bis 4:

- *Wie viele Anzeigen gem § 9 Abs 1 AMD-G wurden in den Jahren 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 und 2018 gestellt*
 - a. *Wie viele davon wurden zur Feststellung, ob ein audiovisueller Mediendienst iSd § 2 Z 3 AMD-G vorliegt, gestellt?*
 - b. *Wie viele davon wurden zur Feststellung, ob ein Mediendienst auf Abruf iSd § 2 Z 4 AMD-G vorliegt, gestellt?*
 - i. *Wie viele davon betrafen YouTube-/bzw. Sozialmedia-Kanäle (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) mit (zum Zeitpunkt der Anfrage) unter 1.000 Abonnenten?*
 - ii. *Wie viele betrafen Angebote mit weniger als 1.000 Euro Umsatz im Jahr?*
 - c. *In wie vielen Fällen wurde entschieden, dass ein audiovisueller Mediendienst iSd § 2 Z 3 oder Z 4 AMD-G vorliegt?*
 - d. *In wie vielen Fällen wurde entschieden, dass kein audiovisueller Mediendienst iSd § 2 Z 3 oder Z 4 AMD-G vorliegt?*

- *Wie viele Anzeigaufforderungen versandte die RTR/KommAustria in den Jahren 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 und 2018?*
 - a. *An wie viele audiovisuelle Mediendienste iSd § 2 Z 3 AMD-G ergingen derartige Anzeigaufforderungen in den Jahren 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 und 2018?*
 - b. *An wie viele audiovisuelle Mediendienste auf Abruf iSd § 2 Z 4 AMD-G ergingen derartige Anzeigaufforderungen in den Jahren 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 und 2018?*
 - i. *Wie viele davon betrafen YouTube-/bzw. Sozialmedia-Kanäle (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) mit (zum Zeitpunkt der Anfrage) unter 1.000 Abonnenten?*
 - ii. *Wie viele betrafen Angebote mit weniger als 1.000 Euro Umsatz im Jahr?*
 - c. *Nach welchen Kriterien werden die Empfänger derartige Anzeigaufforderungen ausgesandt?*
- *Wie viele Verwaltungsstrafen nach § 64 AMD-G wurden in den Jahren 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 und 2018 verhängt (aufgeschlüsselt nach den einzelnen Abs und lit der leg cit)?*
 - a. *Wie viele davon betrafen audiovisuelle Mediendienste iSd § 2 Z 3 AMD-G?*
 - b. *Wie viele davon betrafen audiovisuelle Mediendienste auf Abruf iSd § 2 Z 4 AMD-G?*
 - i. *Wie viele davon betrafen YouTube-/bzw. Sozialmedia-Kanäle (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) mit (zum Zeitpunkt der Anfrage) unter 1.000 Abonnenten?*
 - ii. *Wie viele betrafen Angebote mit weniger als 1.000 Euro Umsatz im Jahr?*
- *Um feststellen zu können, ob etwa ein Anbieter eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf gegen die Anzeigepflicht verstößt und ob er damit eine Verwaltungsübertretung begeht, muss festgestellt werden, ob er überhaupt unter das AMD-G fällt. Nimmt die RTR/Komm Austria derartige Prüfungen regelmäßig vor?*
 - a. *Wenn ja: Nach welchen Kriterien wird entschieden, ob ein Mediendienst derart überprüft wird?*
 - b. *Wenn ja: Werden die derart informell überprüften Kanäle auch informiert, wenn sie nicht unter das AMD-G fallen?*

Die Regelungen des AMD-G gehen unmittelbar auf die europaweit einheitlich umgesetzte Audiovisuelle Mediendienste-Richtlinie zurück. Die Bestimmungen der Richtlinie gestatten bei der Frage, ob ein audiovisueller Mediendienst auf Abruf der Regulierung unterliegt oder nicht, keine Differenzierung nach der Größe des Dienstes (und zwar unabhängig davon, ob es sich um TV oder Abrufdienste handelt) oder der Höhe seines Umsatzes.

Einleitend zu den rechtlichen Rahmenbedingungen: Im Jahr 2007 wurde die Fernsehrichtlinie in ihrem Anwendungsbereich auf die neuen „Player“ (Video on Demand oder Abrufdienste-Anbieter) zur Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie erweitert, da der Unions-Gesetzgeber es für erforderlich hielt, ein „Level playing field“ zwischen traditionellen (kleinen und großen) Fernsehveranstaltern und den Anbietern dieser neuen Dienste, die sich in zunehmender Konkurrenz zu den besagten TV-Sendern befanden, zu schaffen. Ziel war es, ein „Fair play“

aller Marktteilnehmer dahingehend zu schaffen, dass sich auch neue Marktteilnehmer an ein Mindestmaß an Regeln halten müssen, etwa die Einhaltung von Mindeststandards über den Jugendschutz, die Trennung redaktioneller und werblicher Inhalte, der Schutz der Menschenwürde und das Verbot der Hassrede sind hier zu nennen. Die Anzeigepflicht für diese Abrufdienste (statt einer Zulassungspflicht) dient dem Zweck, die Kontrolle der Einhaltung dieser Verpflichtungen zu erleichtern, ohne dass damit in irgendeiner Weise ein regelmäßiges „Monitoring“ durch die Behörde verbunden wäre.

Kleine Anbieter sind von der Leistung des Finanzierungsbeitrags ausgenommen. Eine Beitragspflicht entstand z.B. 2017 erst ab einem Jahresumsatz von 51.071,-- Euro (gemessen lediglich am Umsatz aus dem konkreten Angebot, nicht am Gesamtumsatz des Anbieters). Der zu leistende Beitrag betrug bei der genannten Umsatzschwelle 262,-- Euro (für das gesamte Jahr). Es kann im Übrigen auch auf die Einschätzung der KommAustria hingewiesen werden, wonach einige Anbieter von YouTube-Kanälen mittlerweile bei Weitem die Umsatzschwellen kleiner Kabelfernsehveranstalter überschreiten. Im Sinne der Sachlichkeit einer Regelung ist ferner anzuführen, dass auch für andere Mediendienstanbieter – unabhängig ob sie ihre TV-Angebote über (vielfach kleine) Kabelnetze, Terrestrik oder auch über eigene Homepages (die Abrufdienste bereithalten) verbreiten, Umsatzschwellen irrelevant sind, sondern vielmehr die oben erwähnten Mindeststandards auch für kleinere Anbieter gelten.

§ 64 Abs. 1 Z 2 AMD-G sieht bei der Verletzung der Anzeigepflicht einen Strafraum von bis zu 4000,-- Euro vor. Aus den diesbezüglichen Strafverfügungen/-erkenntnissen der KommAustria (alle Bescheide der KommAustria sind unter <https://www.rtr.at/de/m/Entscheidungen> öffentlich zugänglich) ergibt sich, dass die Strafhöhe durchschnittlich 50,-- Euro beträgt. Die höchste Strafe, die seit 2010 (Inkrafttreten des AMD-G) verhängt wurde, beträgt 100,-- Euro.

Ausgehend von der Tatsache, dass sich seit dem Inkrafttreten des AMD-G im Jahr 2010 bestimmte YouTube-Angebote zu Abrufdiensten entwickelt haben, wurde im Sommer 2018 (wie auch bei Einführung der neuen Anzeigepflicht im Jahr 2010 ein Schreiben an Betreiber) ein als solches gekennzeichnetes Informationsschreiben der KommAustria an jene YouTuber verschickt, die gemäß öffentlich zugänglichen Quellen, vor allem dem „Social Blade“-Tool, als relevanteste Anbieter gelistet waren. Das Schreiben endet mit den Worten: *„Beachten Sie bitte, dass dieses Schreiben vorrangig der Information und Selbsteinschätzung dient. Mit diesem Schreiben wird keineswegs ein Rechtsverletzungs- oder Strafverfahren eingeleitet.“* Im Schreiben wurde ausdrücklich das Angebot gemacht, RTR/KommAustria bei Unsicherheiten zu kontaktieren.

Ziel der Behörde war, neben der nur von traditionellen Stakeholdern genutzten eigenen Webseite die Information in jüngeren Zielgruppen über weitere Verbreitungswege zu verbreiten. Dies hat zu einer großen Resonanz geführt, die Beratungsleistung wird gerne in Anspruch

genommen. Damit wurde seitens der KommAustria ein Weg gewählt, in dem vorrangig auf Information und Unterweisung gesetzt wird, soweit die gesetzlichen Bestimmungen entsprechenden Spielraum einräumen. Ergänzt werden diese Maßnahmen durch Informationsveranstaltungen, um für größtmögliche Publizität zu sorgen, ohne die Mittel der Rechtsaufsicht bemühen zu müssen. Der Aufwand der Regulierungsbehörde bei dieser Informations- und Beratungsleistung steht dabei in ausgewogenem Verhältnis zu den anderen gesetzlich vorgesehenen Aufgaben, insbesondere der Rechtsaufsicht bei privatem Fernsehen und Privatrado sowie bei der Aufsicht über den ORF.

Zu den Fragen 1 bis 3 wurden seitens der KommAustria folgende Daten übermittelt:

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
Frage 1.							
Wie viele Anzeigen gem. § 9 Abs. 1 AMD-G wurden gestellt?	39	53	36	37	29	39	112**
a. Wie viele davon wurden zur Feststellung, ob ein Mediendienst nach § 2 Z 3 AMD-G vorliegt, gestellt?***	1	1	2	1	1	0	22****
a. Wie viele davon wurden zur Feststellung, ob ein Mediendienst auf Abruf nach § 2 Z 4 AMD-G vorliegt, gestellt?	1	1	2	1	1	0	22
i. Wie viele davon betrafen „Sozialmedia-Kanäle“ mit zum Zeitpunkt der Anfrage unter 1.000 Abonnenten?	k.A.*****						
i. Wie viele davon betrafen Angebote mit weniger als 1.000 Euro Umsatz im Jahr?	k.A.*****						

* Die höheren Zahlen des Jahres 2018 ergeben sich aus den Anfragen in Folge der intensiven Informationstätigkeit der KommAustria im Jahr 2018.

** Zum Zeitpunkt der Erhebung der Daten waren laut Auskunft der KommAustria 59 Verfahren noch nicht entscheidungsreif.

*** § 2 Z 3 AMD-G erfassen sowohl lineare Angebote als auch Abrufdienste. Anbieter linearer Programme stellen jedoch – naturgemäß – keine Anträge auf Feststellung, ob ihre Angebote lineare Programme sind. Daher ergibt sich keine Differenz zu den Zahlen hinsichtlich § 2 Z 4 AMD-G.

**** Zum Zeitpunkt der Erhebung der Daten waren 20 Verfahren noch nicht entscheidungsreif.

***** Vergleiche dazu die allgemeinen Ausführungen zu den rechtlichen Kriterien für einen Abrufdienst, wonach Mindestschwellen wie Abonnentenzahlen o.ä. kein gesetzliches Kriterium darstellen. Sie werden daher im Rahmen der Anzeige und diesbezüglicher Verfahren – weil nicht rechtserheblich – nicht erfasst. Unabhängig von den Abonnentenzahlen waren 2018 20 Social-Media Kanäle betroffen (von 2012 bis 2017 keine).

***** Vergleiche zur Frage der Umsätze die allgemeinen Ausführungen.

b. In wie vielen Fällen wurde entschieden, dass ein audiovisueller Mediendienst iSd § 2 Z 3 oder Z 4 AMD-G vorliegt?	37	49	33	34	28	28	30
c. In wie vielen Fällen wurde entschieden, dass kein audiovisueller Mediendienst iSd § 2 Z 3 oder Z 4 AMD-G vorliegt?	2	4	3	3	1	11	23
Frage 2.							
Wie viele Anzeigeforderungen hat die KommAustria versandt?	14	7	23	6	11	11	27
a. An wie viele audiovisuelle Mediendienste iSd § 2 Z 3 AMD-G ergingen Anzeigeforderungen?	14	7	23	6	11	11	27
a. An wie viele audiovisuelle Mediendienste iSd § 2 Z 4 AMD-G ergingen Anzeigeforderungen?	14	7	2	3	8	11	27
i. Wie viele davon betrafen „Sozialmedia-Kanäle“ mit zum Zeitpunkt der Anfrage unter 1.000 Abonnenten?	k.A.*						
i. Wie viele davon betrafen Angebote mit weniger als 1.000 Euro Umsatz im Jahr?	k.A.**						

* Vergleiche dazu die allgemeinen Ausführungen zu den rechtlichen Kriterien für einen Abrufdienst, wonach Mindestschwellen wie Abonnentenzahlen o.ä. kein gesetzliches Kriterium darstellen. Sie werden daher im Rahmen der Anzeige und diesbezüglicher Verfahren – weil nicht rechtserheblich – nicht erfasst. Unabhängig von den Abonnentenzahlen waren Social-Media Kanäle wie folgt betroffen 2012 / 0; 2013 / 1; 2014 / 0; 2015 / 1; 2016 / 7; 2017 / 8; 2018 / 24.

** Vergleiche zur Frage der Umsätze die allgemeinen Ausführungen.

b. Nach welchen Kriterien werden die Empfänger derartige Anzeigaufforderungen ausgesandt?	Schwerpunkt Abrufdienste im Licht des neuen AMD-G		Schwerpunkt nicht angezeigte Dienste in den österreichischen Kabelnetzen				Schwerpunkt Social Media Kanäle
Frage 3.							
Wie viele Verwaltungsstrafen nach § 64 AMD-G wurden verhängt?							
§ 64 Abs. 1 Z 1 AMD-G	0	1	1	0	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 2 AMD-G	0	0	0	41	57	32	52
§ 64 Abs. 1 Z 3 AMD-G	0	0	2	0	1	0	2
§ 64 Abs. 1 Z 4 AMD-G	0	2	5	0	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 5 AMD-G	10	1	4	4	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 6 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 7 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 8 AMD-G	0	0	0	0	1	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 9 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 2 AMD-G	1	0	2	11	4	23	14
§ 64 Abs. 3 Z 1 AMD-G	0	2	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 3 Z 2 AMD-G	0	0	2	0	0	0	0
§ 64 Abs. 3 Z 3 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0

§ 64 Abs. 3 Z 4 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 3 Z 5 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
a. Wie viele davon be- trafen audiovisuelle Me- diendienste iSd § 2 Z 3 AMD-G?							
§ 64 Abs. 1 Z 1 AMD-G	0	1	1	0	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 2 AMD-G	0	0	0	41	57	32	52
§ 64 Abs. 1 Z 3 AMD-G	0	0	2	0	1	0	2
§ 64 Abs. 1 Z 4 AMD-G	0	2	5	0	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 5 AMD-G	10	1	4	4	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 6 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 7 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 8 AMD-G	0	0	0	0	1	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 9 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 2 AMD-G	1	0	2	11	4	23	14
§ 64 Abs. 3 Z 1 AMD-G	0	2	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 3 Z 2 AMD-G	0	0	2	0	0	0	0
§ 64 Abs. 3 Z 3 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 3 Z 4 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 3 Z 5 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0

a. Wie viele davon betrafen audiovisuelle Mediendienste iSd § 2 Z 4 AMD-G?							
§ 64 Abs. 1 Z 1 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 2 AMD-G	0	0	0	33	23	12	29
§ 64 Abs. 1 Z 3 AMD-G	0	0	2	0	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 4 AMD-G	0	2	4	0	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 5 AMD-G	0	0	2	0	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 6 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 7 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 8 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 1 Z 9 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 2 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 3 Z 1 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 3 Z 2 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 3 Z 3 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 3 Z 4 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
§ 64 Abs. 3 Z 5 AMD-G	0	0	0	0	0	0	0
i. Wie viele davon betrafen „Sozialmedia-Kanäle“?	k.A.*						
ii. Wie viele davon betrafen Angebote mit weniger als 1.000 Euro Umsatz im Jahr?	k. A.**						

* Vergleiche dazu die allgemeinen Ausführungen zu den rechtlichen Kriterien für einen Abrufdienst, wonach Mindestschwellen wie Abonnentenzahlen o.ä. kein gesetzliches Kriterium darstellen. Sie werden daher im Rahmen der Anzeige und diesbezüglicher Verfahren – weil nicht rechtserheblich – nicht erfasst. Unabhängig von den Abonnentenzahlen waren Social-Media Kanäle wie folgt betroffen: § 64 Abs. 1 Z 2 AMD-G: 2016 / 6; 2017 / 1; 2018 / 0

** Vergleiche zur Frage der Umsätze die allgemeinen Ausführungen

Zu den Fragen 5 und 6:

- *Abgesehen von RTR und KommAustria, welche ausgelagerten Gesellschaften, Behörden und Fördertöpfe sollen eine neue Organisationsstruktur bekommen, wie im Regierungsprogramm vorgesehen?*
- *Wann ist mit einer Reform der RTR, der KommAustria und weiterer ausgelagerter Gesellschaften, Behörden und Fördertöpfe zu rechnen, nach welchen Gesichtspunkten sollen diese erfolgen und welche konkreten Maßnahmen sind im Zuge der Reform geplant?*
 - a. *Soll es im Zuge dieser Reformen zu einer Aufstockung der finanziellen Mittel kommen? Wenn ja, bitte um Aufschlüsselung nach Gesellschaften., Behörden und Fördertöpfen.*
 - b. *Sind im Zuge der Reformen personelle Aufstockungen bei RTR und KommAustria personelle Aufstockungen geplant? Wenn ja, dann bitte um Aufschlüsselung nach Gesellschaften., Behörden und Fördertöpfen.*
 - c. *Inwiefern sollen im Zuge der Reformen die Kompetenzen von KommAustria und RTR erweitert oder beschränkt werden?*

Das System des Zusammenspiels zwischen der KommAustria und der RTR-GmbH beruht auf der klaren Zweiteilung zwischen der KommAustria als Regulierungsbehörde, die aber auch als Förderstelle im Bereich der Printmedien tätig wird einerseits, und der RTR-GmbH als Geschäftsapparat andererseits, der gleichermaßen Kompetenzzentrum und wesentliche Förderstelle im Bereich privater audiovisueller Medien ist. Diese an sich verschiedenen, aber gleichzeitig zueinander in engem Konnex stehenden Aufgabenfelder bedürfen einer eingehenden Evaluierung, um das für die Weiterentwicklung der Medienlandschaft so wichtige Optimierungspotential festzumachen.

Im Vordergrund muss dabei – wie bisher – die Sicherstellung der unbestrittenen Expertise der handelnden Einrichtungen, die Flexibilität der Organisation und die optimale „Betreuung“ aller Stakeholder im Bereich der Print-, der Audio- und der audiovisuellen Medien stehen. Es geht daher nicht darum, das bestehende und dem Grundsatz nach bewährte System - allein um der Reform Willen - in Frage zu stellen. Vielmehr liegt der Fokus auf der Frage, was es - selbstverständlich unter gleichzeitiger Beachtung der unions- und verfassungsrechtlichen Vorgaben an eine unabhängige Einrichtung - noch an Instrumentarien braucht, um neben der Aufsichtsfunktion auch die Service- und die Förderfunktion für den Markt effizient zu erfüllen.

Hier ist auch zu bedenken, dass im Hinblick auf die Überarbeitung der Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie ein neues „Regulierungsfeld“ eröffnet wird, das unionsrechtlich zwingend den innerstaatlichen Regulierungsbehörden zuzuweisen ist. Die Aufsicht über Video-Sharing-Plattform-Anbieter unterscheidet sich qualitativ in einigen zentralen Punkten vom bisherigen Verständnis der Regulierung. So ist etwa an die Beurteilung der Angemessenheit und Sachgerechtigkeit der von einem Plattform-Betreiber ergriffenen Maßnahmen genauso zu denken wie an die Herausforderungen, die sich aus der weiteren Stärkung der Ko- und Selbst-

regulierung ergeben. Es wäre daher verfrüht, schon jetzt über das notwendige Ausmaß der finanziellen oder personellen Aufstockung nachzudenken, bevor die konkreten neuen Aufgaben identifiziert wurden. Hier kann etwa als Beispiel genannt werden, dass Plattformanbieter ein funktionierendes System der Meldung problematischer Inhalte bereitstellen müssen, oder auch wirksame Maßnahmen und Instrumente für Medienkompetenz anbieten und den Nutzer für diese sensibilisieren sollen. Grundsätzlich liegt es nahe, die bestehenden Einrichtungen im Bereich der Regulierung auch mit den aus der neuen Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie erfließenden Aufgaben zu betrauen, andererseits muss dabei aber auch berücksichtigt werden, inwieweit die Selbstregulierung einen Beitrag zur Reduktion des Verwaltungs- und Regulierungsaufwands leisten kann. Tatsache ist jedenfalls, dass die vollständige Umsetzung der Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie bis zum Herbst des Jahres 2020 sichergestellt sein muss. Das bezieht sich auch auf die Umsetzungsschritte in regulatorischer Hinsicht.

Zu Frage 7:

- *Ende 2017 verstarb ein Mitglied der KommAustria, bis heute hat keine Nachbesetzung stattgefunden. Welchen Zeitrahmen haben Sie sich für die Ausschreibung zu Bewerbung und Nachbesetzung des Mitglieds der KommAustria gesetzt?*
 - a. *Welche weitere Bewerbungsvoraussetzungen sind neben den gesetzlich vorgeschriebenen geplant?*

Der Vorschlag für die Besetzung der vakanten Stelle wurde am 28. Dezember 2018 auf Grundlage der Bestimmungen des KOG an die KommAustria zur Stellungnahme übermittelt. Die zustimmende Stellungnahme der KommAustria wurde dem Bundeskanzleramt am 14. Jänner 2019 übermittelt. Als nächster Schritt soll ehestmöglich das Einvernehmen mit dem Hauptausschuss des Nationalrates hergestellt werden.

Zu Frage 8

- *Welche konkreten Maßnahmen haben Sie im Zuge des österreichischen EU-Ratsvorsitzes im Bereich der Medienpolitik auf europäischer Ebene gesetzt?*
 - a. *Inwiefern haben Sie während des Ratsvorsitzes den Austausch zwischen den Mitgliedsstaaten und der Kommission über Fragen der Umsetzung der Novelle der AVMD-Richtlinie gefördert?*
 - b. *Welche konkreten Maßnahmen haben Sie für den zukünftigen Umgang mit großen Plattformen und zur raschen Herstellung eines fairen Wettbewerbsumfelds im Medienbereich gesetzt?*

Der EU-Ratsvorsitz hat sich im Bereich der Medienpolitik intensiv mit den Herausforderungen der Digitalisierung für die europäische Kultur-, Medien- und Kreativwirtschaft beschäftigt. In diesem Zusammenhang konnten in intensiven Verhandlungen Rats-Schlussfolgerungen erar-

beitet werden, die von allen EU-Mitgliedsstaaten unterstützt wurden. Dieses Referenzdokument für die kommende Kultur- und Audiovisions-Politik der EU, das beim Kulturministerrat am 27. November 2018 angenommen wurde, betont insbesondere die Notwendigkeit von gleichen Rahmenbedingungen für alle Player, vor allem in den Bereichen Steuer-, Wettbewerbs- und Urheberrecht und fordert mehr Verantwortlichkeiten von Online-Plattformen.

Überdies habe ich die Tagung des Kulturministerrats genützt, um eine politische Debatte zur Frage des Umgangs mit Fake News und Desinformation abzuhalten. Die Medienminister der EU-Mitgliedstaaten haben dabei insbesondere die Bedeutung der Förderung von hochwertigem und professionellem Journalismus sowie die Stärkung der Medienkompetenz in den Mittelpunkt gestellt.

Österreich hat sich seit Beginn der Diskussion um die Audiovisuelle Mediendienste-Richtlinie nach der Veröffentlichung des Vorschlags der Europäischen Kommission im Mai 2016 intensiv dafür eingesetzt, dass der Anwendungsbereich der Richtlinie im Sinne der Schaffung des „Level Playing Fields“ ausgeweitet wird. Nicht zuletzt dank zahlreicher österreichischer Textvorschläge ist es bei der Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie gelungen, den Kommissionsvorschlag in den zentralen Punkten grundlegend zu verändern. So findet die neue Richtlinie zukünftig nicht nur auf Plattformen wie YouTube Anwendung, sondern auf alle sozialen „Netzwerke“, sobald eine wesentliche Funktion der Plattform darin besteht, sich mit der Verbreitung audiovisueller Inhalte in unmittelbare Konkurrenz zu den „klassischen“ Medienunternehmen zu begeben. Aufgrund österreichischer Überzeugungsarbeit sind auch zentrale Bestimmungen zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation auf die Inhalte auf solchen Plattformen anwendbar.

Zum Zeitpunkt der Übernahme des Ratsvorsitzes durch Österreich am 1. Juli 2018 hatten sich die Verhandlungsteams des Europäischen Parlaments und des Rats im Rahmen der Trilog-Verhandlungen auf einen Wortlaut des Textes der Änderungsrichtlinie geeinigt. Während der österreichischen Präsidentschaft hat das Europäische Parlament am 2. Oktober 2018 die Richtlinie angenommen, die Beschlussfassung im Rat erfolgte am 6. November 2018.

Österreich hat sich während der Österreichischen Präsidentschaft für eine schnelle Annahme durch das Parlament und den Rat eingesetzt, da wir die Meinung vertreten, dass das angesprochene Dossier für die Herstellung eines „level playing field“, einer Wettbewerbsgleichheit für europäische Medienproduzenten, richtungweisend ist. Dies deshalb, da man durch diese Richtlinie einem wettbewerbsrechtlichen Rahmen näher kommt, mit dem sich das asymmetrische Wettbewerbsumfeld verbessern wird. Dies wurde auch notwendig, da sich der Markt für audiovisuelle Mediendienste seit der letzten Fassung der AVMD-Richtlinie im Jahr 2010 erheblich und rasch weiterentwickelt hat und es daher richtig und wichtig ist diesen Entwicklungen Rechnung zu tragen. Video-Sharing-Plattformen

unterliegen zum ersten Mal auch Regeln, die sicherstellen, dass Zuschauer und Zuschauerinnen sowie insbesondere Minderjährige besser vor gewalttätigen oder schädlichen Inhalten oder Hassreden geschützt werden. Darüber hinaus zielt die neue Richtlinie auch darauf ab, die kulturelle Vielfalt zu erhöhen und europäische Inhalte zu fördern, indem eine Quote von mindestens 30% europäischer Inhalte von allen audiovisuellen Mediendiensten erfüllt werden muss.

In Bezug auf die Frage der Umsetzung der Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie, darf festgehalten werden, dass die Erörterung von konkreten Maßnahmen der Mitgliedstaaten zur Umsetzung einer Richtlinie keine primäre Angelegenheit des Rates ist. Im vorliegenden Fall wird für diese Fragen in der Richtlinie selbst (vgl. deren Artikel 29) ein eigener Ausschuss eingerichtet, der sich unter dem Vorsitz der Europäischen Kommission mit den Expertinnen und Experten der Mitgliedstaaten den grundsätzlichen, durch die Textierung der neuen Richtlinie zu lösenden Fragestellungen widmet. Österreich ist in diesem Ausschuss als engagierter und mit großer Expertise ausgestatteter Mitgliedstaat bekannt und wird sich auch weiterhin intensiv in die im kommenden Jahr besonders vordringlichen Arbeiten dieses Ausschusses einbringen.

Der österreichische Vorsitz hat durch intensive Trilog-Verhandlungen zur Urheberrechts-Richtlinie (insgesamt fanden 5 Trilogie statt) mit dem Europäischen Parlament wesentliche Fortschritte erzielt sowie eine Einigung unter den Mitgliedstaaten über einen überarbeiteten Kompromisstext erreicht. Durch diese Vorarbeiten kann der Vorschlag nunmehr unter rumänischem Vorsitz noch vor Ablauf der Legislaturperiode des Europäischen Parlaments 2019 zum Abschluss gebracht werden. Es muss dabei jedoch sichergestellt werden, dass eine gesamtheitliche Lösung für die politisch schwierigen Punkte gefunden wird, ohne dabei das Recht der Urheber und Leistungsschutzberechtigten zu verwässern.

Die Richtlinie zum Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt soll das europäische Urheberrecht für die Herausforderungen der digitalisierten Welt stärken. Dieses Vorhaben ist wesentlich für den Schutz geistigen Eigentums und unabdingbarer Schritt im völlig asymmetrischen Wettbewerb mit den multi-nationalen Online-Giganten.

Urheber sollen Auskunft über die Verwertung ihrer Werke und eine angemessene Vergütung erhalten („Bestseller-Paragraph“). Durch präventive Vorkehrungen großer Plattformen soll eine unbefugte Online-Nutzung urheberrechtlich geschützter Inhalte verhindert werden und dadurch große Plattformen mehr Verantwortung beim Schutz von geistigem Eigentum übernehmen. Zeitungsverlage sollen für die digitale Nutzung ihrer Veröffentlichungen mehr Rechte und ein faires Entgelt erhalten (Leistungsschutzrecht); große Online-Giganten sollen nicht auf Kosten der Medienwirtschaft bzw. von Journalistinnen und Journalisten ihre

Gewinne machen. Denn die großen Online-Plattformen betreiben weltweites Geschäft, sind kaum reguliert und erhalten keine kostenintensiven Redaktionen.

Es geht mir darum, europäische Identität – insbesondere im digitalen Raum – für die Zukunft zu sichern und unseren Standort zu stärken. Dazu braucht es ein echtes Level-Playing-Field und faire Bedingungen für alle Beteiligten.

Ausnahmen von urheberrechtlichen Verwertungsrechten sind für eine grenzüberschreitende digitale Nutzung von urheberrechtlich geschützten Daten für Bildungs- und Forschungszwecke vorgesehen.

In diese Kerbe schlägt auch die Rundfunkverordnung (Kabel- und Satelliten-VO 2), durch die europäische Fernseh- und Radioprogramme für europäische Konsumenten grenzüberschreitend leichter im Internet zugänglich werden sollen. Dafür musste ein Ausgleich zwischen der allgemeinen Freiheit des Internets und dem Schutz des geistigen Eigentums gefunden werden. Konkret werden Lizenzierungserleichterungen durch die Einführung eines Herkunftslandprinzips (d.h. die Bewilligung/Lizenz im Herkunftsland des Senders ist ausreichend, weitere Bewilligungen im Sendeland sind nicht erforderlich) eingeräumt. Der österreichische Vorsitz konnte die langwierigen Verhandlungen mit dem Europäischen Parlament erfolgreich abschließen.

Mag. Gernot Blümel, MBA

