



An
Bundeskanzleramt - Verfassungsdienst
Ballhausplatz 2
1010 Wien

Per E-Mail: medienrecht@bka.gv.at
begutachtungsverfahren@parlament.gv.at

Österreichische
Bundes-Sportorganisation

1040 Wien, Prinz-Eugen-Straße 12
Tel.: 01 / 504 44 55
Fax: 01 / 504 44 55-66
E-Mail: office@sportaustria.at
Internet: www.sportaustria.at
ZVR 428560407
UID ATU71067659

Wien, am 16. Oktober 2020

Betreff: Ad Geschäftszahl: 2020-0.483.015
Stellungnahme zum Entwurf eines Bundesgesetzes, mit dem
unter anderem das Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz geändert werden soll

Sehr geehrter Herr Bundesminister!

Sport Austria (Österreichische Bundes-Sportorganisation) und ihre Mitgliedsverbände bedanken sich für die Möglichkeit, zur geplanten Änderung des Audiovisuellen Mediendienste-Gesetzes (kurz AMD-G) Stellung nehmen zu können.

Sport Austria ist die Dachorganisation und Interessenvertretung des organisierten gemeinnützigen Sports in Österreich. Über unsere Mitgliedsverbände profitieren rund 2,1 Mio. Menschen, davon über 570.000 Kinder und Jugendliche, in über 15.000 Sportvereinen von einer Sportvereinsmitgliedschaft. In den Sportvereinen erbringen knapp 600.000 ehrenamtlich engagierte Personen ein wöchentliches Arbeitsvolumen von fast 2,2 Mio. Stunden!

Somit ist der organisierte Sport hinter der katholischen Kirche und den Arbeiterkammern die drittgrößte Mitgliederorganisation des Landes und führt im Freiwilligensektor sowohl bei der Anzahl der ehrenamtlich Tätigen als auch beim geleisteten Arbeitsvolumen.

Abgesehen davon sind Sport und Bewegung ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor. Sie erwirtschaften hierzulande eine Bruttowertschöpfung von rd. 18 Milliarden Euro pro Jahr, geben 295.000 Beschäftigten einen Arbeitsplatz und ersparen dem Staat 530 Mio. Euro an Gesundheitskosten - ebenfalls jährlich. Der organisierte Sport ist zudem eine wesentliche Säule in den Bereichen Integration und Inklusion. Die österreichischen Sportvereine mit ihren vielfältigen Angeboten bringen Menschen mit und ohne Migrationshintergrund zusammen und bieten Menschen mit besonderen Bedürfnissen eine sportliche Heimat. Sportvereine sind Orte der Begegnung und bieten großes Integrationspotenzial.



Um diese unersetzbaren Leistungen, die der organisierte Sport für die österreichische Gesellschaft erbringt, weiterhin zu ermöglichen, ist es notwendig, geeignete Rahmenbedingungen zu bewahren bzw. zu schaffen.

Aus Sicht des Österreichischen Sports ist es vorweg wesentlich festzuhalten, dass das grundsätzliche Regelungsanliegen des genannten Gesetzes, insb. auch einen wirksamen Schutz der Nutzer von audiovisuellen Mediendiensten sowie Video Sharing Plattformen insbesondere gegenüber bestimmten Inhalten und vor übermäßiger kommerzieller Kommunikation zu gewährleisten, ausdrücklich begrüßt wird. Es soll daher zu den medienpolitischen und medienrechtlichen Aspekten des vorliegenden Entwurfes nicht Stellung bezogen werden. Es ist allerdings aus diesem Anlass nachdrücklich darauf hinzuweisen, dass sich in den letzten Jahren eine Vollzugspraxis der zuständigen Aufsichtsbehörde etabliert hat, die auch solche audiovisuellen Angebote in das AMD-G einbezieht, die nur der Eigendarstellung bzw. Eigenwerbung dienen und keinen medieninhaltlichen Ansatz verfolgen. Derartige Dienste sollten aus Sicht des Österreichischen Sports aber jedenfalls nicht dem Vollanwendungsbereich unterstellt werden, weil hiermit über das Ziel hinausschießende und unangemessene Ergebnisse erreicht werden. Die Auslegung der Aufsichtsbehörde ist nach dem geltenden Recht auch alles andere als zwingend und in ihren Konsequenzen auch unionsrechtlich nicht geboten. Es sollte daher anlässlich der bevorstehenden Novellierung diese Entwicklung entsprechend korrigiert werden. Dies wie folgt:

1. Status Quo: Extrem weite Auslegung des AMD-G durch die KommAustria und (zT) unangemessene Konsequenzen

Die eingangs genannten Verbände und deren Mitglieder bieten wie zahllose andere Sportverbände und –vereine, Wirtschaftsunternehmen unterschiedlichster Branchen, Non-Profit-Organisationen und auch Privatpersonen auf diversen Plattformen (Webseiten; Auftritte in sozialen Netzwerken wie z.B. Facebook oder Instagram; Video- Sharing-Plattformen wie zB. YouTube) audiovisuelle Inhalte auf individuellen und interaktiven Abruf. In vielen Sportarten handelt es sich bei diesen Inhalten zum Beispiel um kurze Videoclips zu den Highlights von Spielen/Wettkämpfen, Interviews mit SportlerInnen und BetreuerInnen und zum Teil auch zur Information über Aktivitäten des Vereins, Vereinsfeiern und ähnliches mehr. Hiermit wird durchgängig der Zweck verfolgt, die Wahrnehmung der Sportart bzw. der SportlerInnen in der Öffentlichkeit zu stärken, deren Popularität zu fördern uäm mehr. Ein gleichsam genuiner medialer Eigenzweck wird mit diesen „Videoplattformen“ (abgesehen von speziellen entgeltlichen Portalen einiger Vereine, die hier aber nicht angesprochen sind) nicht verfolgt. Sie dienen vielmehr ausschließlich dazu, die Hauptfunktion des „Vereins“, nämlich die Förderung und Organisation der jeweiligen sportlichen Betätigung, zu unterstützen.



Nachdem derartige audiovisuelle Angebote viele Jahre lang kein Thema in der Aufsichtstätigkeit der Aufsichtsbehörde waren, hat sich dies vor etwa zwei bis drei Jahren gravierend verändert. So hat die Aufsichtsbehörde wegen des audiovisuellen Angebots zum Beispiel der Österreichischen Fußball-Bundesliga im Frühjahr 2018 ein Rechtsverletzungsverfahren eingeleitet und in dessen Gefolge mit Bescheid vom 8.10.2018 zu KOA 1.960/18-255 festgestellt, dass

„die Österreichische Fußball-Bundesliga (ZVR-Zahl 328594132, idF Bundesliga) die Bestimmung gemäß § 9 Abs. 1 AMD-G dadurch verletzt hat, dass sie den audiovisuellen Mediendienst auf Abruf „Bundesliga“ unter der Internetadresse <https://www.bundesliga.at/de/video/#v195162s=20162017&v8805s=20162017> zumindest zwischen dem 24.11.2017 und dem 25.06.2018 bereitgestellt hat, ohne ihre Tätigkeit spätestens zwei Wochen vor Aufnahme der KommAustria angezeigt zu haben.“

Entsprechende Feststellungsbescheide sind auch an andere österreichische Sportverbände und –vereine ergangen, die vergleichbare Dienste betreiben.

Die Aufsichtsbehörde geht daher aufgrund eines extrem weiten Verständnisses des Begriffes des audiovisuellen Mediendienstes und der diesem zugrundeliegenden Tatbestandsmerkmale davon aus, dass auch derartige interaktive audiovisuelle Angebote dem AMD-G unterliegen. Dies führt zunächst dazu, dass die medieninhaltlichen Vorgaben des Gesetzes (insb. gegen schädliche Inhalte und zur kommerziellen Kommunikation) auf diese Dienste anzuwenden sind. Das ist eine medienpolitische Entscheidung, die vom Österreichischen Sport zur Kenntnis zu nehmen ist, wenngleich schon dies zT zu unangemessenen rechtlichen Vorgaben führt. Allerdings wird jedenfalls das Kind mit dem Bade ausgegossen. Da das AMD-G keine Differenzierungen kennt, sind nämlich nicht nur jene Regelungen des AMD-G, die sich auf die Gestaltung der audiovisuellen Dienste beziehen, auf die in dieser Stellungnahme angesprochenen Dienste anzuwenden, sondern auch weitere Normen, die richtigerweise aber nur auf jene Unternehmen Anwendung finden sollten, die als Medienunternehmen im eigentlichen Sinn (also deren Haupttätigkeit in der medialen Tätigkeit liegt) angesehen werden können. Exemplarisch zu nennen sind:

- Anzeige an die Behörde 14 Tage vor Aufnahme des Dienstes (§ 9 Abs 1 AMD-G);
- Jährliche Aktualisierungspflicht (§ 9 Abs 4 AMD-G);
- Aufnahme in das Verzeichnis der RTR zu Mediendiensteanbietern (§ 9 Abs 4 letzter Satz AMD-G);
- Pflicht zur Förderung europäischer Werke und jährlicher Bericht hierzu (§ 40 AMD-G) und



- Jährlicher Finanzierungsbeitrag zu den Tätigkeiten der Behörde im Tätigkeitsbereich Medien (§ 35 Abs 2 Komm-Austria-G).

Eine weitere Konsequenz ist, dass die zuständigen Wirtschaftskammern in Folge der Vollanwendung des AMD-G aus dessen § 67 Abs 2 (nach diesem findet auf das Anbieten audiovisueller Mediendienste gemäß diesem Bundesgesetz die Gewerbeordnung keine Anwendung) ableiten, dass jeder Anbieter von audiovisuellen Mediendiensten Mitglied der Wirtschaftskammern iSd § 2 WKG im Fachbereich Medien bzw. Rundfunkunternehmen wird. Das bedeutet, dass zahllose Sportverbände und –vereine auch berufsrechtlich der Berufsgruppe der Telekommunikations- und Rundfunkunternehmer zugerechnet werden obwohl sie (anderes mag für ihre TV-Partner) in diesem Marktumfeld keine Wettbewerbswirkung entfalten. Das führt zu kollektivvertragsrechtlichen, sozialversicherungsrechtlichen und auch berufsständischen Unstimmigkeiten bis hin zur Verpflichtung der Leistung der entsprechenden Umlagen zu diesem Fachbereich (insb. Grundumlage, ggf auch Kammerumlage a und b).

In diesem Zusammenhang ist noch zu erwähnen, dass die Novelle in einem neuen § 30b AMD-G zur sukzessiven Herstellung der Barrierefreiheit verpflichtet. Das ist ein soziales Anliegen, das höchste Unterstützung verdient. Auch der organisierte Sport ist bemüht, durch zahlreiche Initiativen und Projekte seine Leistungen auch Menschen mit körperlichen oder geistigen Einschränkungen zugänglich zu machen. Die genannte Verpflichtung aber auch auf die hunderten oder tausenden Videos über sportliche Darbietungen anzuwenden, wäre für den organisierten Sport weder personell noch wirtschaftlich zu realisieren. Dies insbesondere wenn man daran denkt, dass ein erheblicher Prozentsatz dieser Inhalte ja nicht professionell von TV-Dienstleistern, sondern von ehrenamtlichen Mitgliedern erstellt werden. Die im Gesetz vorgesehene de-minimis-Schwelle reicht hier nicht aus, sondern es besteht ein strukturelles Problem.

Die Anwendung auch der zuletzt genannten Normen von AMD-G, Komm-Austria-G und WKG sind Ausdruck einer gleichsam medienorganisatorischen Erfassung von Medienunternehmen iS einer Präventivkontrolle vor Markteintritt, Marktevidenz usw. Ihre Anwendung sollte daher auf professionell als Medienunternehmen tätige Marktteilnehmer beschränkt werden. Es ist aus Sicht des Österreichischen Sports aber unangemessen, diese Vorgaben auch auf jene Unternehmen usw. zur Anwendung zu bringen, die ihre audiovisuellen Angebote nicht primär zum Zweck der journalistischen Information der Öffentlichkeit, sondern (zumindest vornehmlich) zum Zweck der „Eigenwerbung“ verbreiten. Sie werden dadurch nicht zu Marktteilnehmern im Bereich „Medien“ im rundfunkrechtlichen Sinn und auch nicht Teil jener Interessengruppe, deren Interessen intentional durch die WKO über den einschlägigen Fachbereich gefördert werden sollen. Andererseits ist aus Sicht des Österreichischen Sports



nichts dagegen einzuwenden, dass auch jene audiovisuellen Angebote, wie sie hier in Rede stehen, bestimmten medieninhaltlichen Anforderungen zu genügen haben (z.B. hinsichtlich bestimmter Inhalte, Beschränkungen für die kommerzielle Kommunikation usw.)

2. Vorschlag und Anliegen: Trennung zwischen Vollanwendungs- und Teilanwendungsbereich

Aus Sicht des Österreichischen Sports entspricht die Vollanwendung des AMD-G auf die hier geschilderten audiovisuellen Angebote nicht den Intentionen des Gesetzes. Dies scheint sich im Übrigen auch mit der Meinung von Dr. Michael Kogler zu decken, der als einer der führenden Experten zur gegenständlichen Thematik gilt. In JRP 4/2014 schreibt er: „*Bei allem gebotenen Respekt vor der unbestrittenen Expertise der Regulierungsbehörde könnte angesichts diverser Beispiele der 110 Abrufdiensteanbieter auch ein etwas entspannterer Regulierungszugang gewählt werden. Die besseren Argumente sprechen für eine Einschränkung der Definition, um nicht sämtliche audiovisuellen Erscheinungen des täglichen Lebens zu regulieren.*“ Das deckt sich mit dem in dieser Stellungnahme vertretenen Ansatz.

Nachdem sich die Regulierungsbehörde bislang von derartigen Überlegungen allerdings nicht von ihrem in der Sache verfehlten Zugang hat abbringen lassen, ist der Gesetzgeber gefordert. Es sollten insb. die Anmeldepflicht 14 Tage vor Aufnahme des Dienstes (§ 9 AMD-G), die jährliche Meldepflicht (§ 9 Abs 4 letzter Satz AMD-G), die Pflicht zur Förderung europäischer Werke und zum Bericht darüber (§ 40 AMD-G), die Finanzierungsbeitragspflicht (§ 35 Abs 2 Komm-Austria-G) und letztlich auch Mitgliedschaft sämtlicher Diensteanbieter in der jeweiligen Fachorganisation der WKO (hergeleitet aus § 67 Abs 2 AMD-G) nur bei solchen audiovisuellen Mediendiensten vorgesehen sein, die nicht nur in einem medieninhaltlich, sondern auch medienorganisatorischen Sinn dem Bereich Medien zugeordnet werden können. Denn nur für derartige Mediendienste erscheint es angebracht, eine entsprechende Vorabkontrollmöglichkeit der Behörde (durch Anzeigepflicht) und gleichsam eine verdichtete Melde- und Kontrollbefugnis sowie entsprechende Transparenz durch ein Verzeichnis vorzusehen.

Hiervon abgegrenzt sollten aber jene Angebote werden, die die eigentlich vom Anbieter erbrachte Dienstleistung (wie zB. das Veranstalten von Sportveranstaltungen) lediglich unterstützen, in den Augen der interessierten Öffentlichkeit attraktiver darstellen und bis zu einem gewissen Grad deren Image fördern sollen. Für derartige Angebote erscheint es ausreichend, nur jene Regelungen des AMD-G zur Anwendung zu bringen, die sich auf die inhaltliche Ausgestaltung der Dienste beziehen. Demgegenüber sollten für diese aber keine Anzeigepflichten, jährliche Berichtspflichten usw. gelten und insb. das AMD-G auch nicht zu dazu führen, dass sie auch in einem Fachbereich, der mit ihrer eigentlichen Tätigkeit nicht zusammenhängt, Mitglied der Wirtschaftskammern werden.



Eine solche differenzierte Reichweite des Anwendungsbereiches des AMD-G ist aus Sicht des Österreichischen Sports nicht nur sachlich geboten, sondern auch unionsrechtlich zulässig. Schließlich enthalten die zu beachtenden EU-Reglungen nur inhaltliche Rahmenbedingungen für die von ihnen erfassten Dienste und Plattformen, geben aber keine Anzeige- und ähnliche Meldepflichten zwingend vor.

Der Österreichische Sport ist überzeugt und ersucht, dass durch eine künftige Regelung danach differenziert wird, ob das vom AMD-G regulierte Angebot den eigentlichen Hauptzweck der Tätigkeit darstellt, oder lediglich eine andere den Hauptzweck bildende und nicht im Kern mediale/journalistische Tätigkeit lediglich unterstützen soll. Hierdurch würde auch dem Umstand Rechnung getragen werden können, das jene audiovisuellen Angebote, die nicht den Hauptzweck der eigentlichen Tätigkeit bilden, deutlich weniger strategisch ausgerichtet und geplant sind und daher einem sehr raschen Wechsel unterworfen werden. So ist es durchaus denkbar, dass ein Sportverein z.B. innerhalb des Social-Media-Dienstes Instagram eine gewisse Zeit die Funktion „IGTV“ nutzt. Tut er das, bietet er nach Auslegung der Aufsichtsbehörde einen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf an und muss daher das, was er idR ohne großes Problem bewusstsein mit einem Mausklick realisiert, an sich 14 Tage vor Aufnahme dieser Tätigkeit anzeigen (§ 9 Abs 1 AMD-G). Beschließt er – wiederum ohne große rechtliche Reflexion – „IGTV“ nicht mehr zu nutzen, fällt er wieder aus dem Anwendungsbereich des Gesetzes heraus. Das ist für rundfunkrechtlich nicht sehr versierte Juristen schwer nachvollziehbar.

Zur Erklärung: Bei Instagram differenziert die Behörde. Wird Instagram ohne IGTV genutzt, soll das AMD-G keine Anwendung finden. Wird allerdings Instagram mit IGTV genutzt, ist auf diesen Teil des Instagram-Auftrittes das AMD-G anzuwenden. Die Differenzierung wird mit dem Tatbestandmerkmal des „Hauptzwecks der Bereitstellung von Sendungen“ begründet, weil IGTV ein selbständiges Subangebot mit dem Hauptzweck der Bereitstellung von audiovisuellen Inhalten sein soll (s § 2 Abs 3 AMD-G). Bei Facebook-Video-Posts wird das Ganze noch diffiziler (hier kommt es zu einer von der Behörde etablierten Differenzierung nach dem Tatbestandmerkmal „der „journalistischen Verantwortung“). Der Österreichische Sport will der Aufsichtsbehörde nicht zu nahe treten: Das mag alles juristisch fundiert und höchst klug sein. Für einen Normunterworfenen ist das allerdings mehr oder minder unverständlich. Das gilt aber insb. für jene Anbieter, deren Fokus eigentlich nicht im medialen Bereich liegt, sondern die Videopräsenzen auf ihrer eigenen Webseite, auf Youtube, Instagram, Facebook usw. letztlich nur deshalb anbieten, weil dies gemessen an den Erwartungen ihrer Interessenten usw. heute zum Standard gehört. Deutlich: Wenn zum Beispiel die Österreichische Fußball-Bundesliga aus welchem Grund auch immer keine Fußballbewerbe organisieren, veranstalten usw. würde, dann würde logisch auch die Video-Plattform, die sie aktuell zu den Spielen ihrer Bewerbe anbietet, nicht mehr stattfinden. Diese Plattform hat für



die Österreichische Fußball-Bundesliga ohne die ihr statutarisch auferlegte Aufgabe keine Relevanz. Anderes gilt für die Videoplattformen der zahlreich vertretenen Medienanbieter. Diese würden bzw. werden auch über die Spiele im Österreichischen Fußball berichten, wenn sich der Betreiber ändert.

Auch das zeigt, dass zwischen gleichsam institutionellen Medienanbietern und solchen Abrufdiensteanbietern, die diese Abrufdienste nur als Hilfstätigkeit betreiben, differenziert werden soll und muss. Hinzukommt, dass man von den erstgenannten Anbietern uU auch eine intensivere Vorplanung und rechtliche Klärung erwarten kann. Wo aber der Hauptzweck der Dienstleistung eigentlich eine andere Tätigkeit ist, wird eine solche strategische Vorplanung, welche medienordnungsrechtlichen Konsequenzen derartige gestalterische Variationen des audiovisuellen Angebotes auslösen, nicht angestellt.

3. Legistische Umsetzung

Der Österreichische Sport regt daher an, für die in dieser Stellungnahme angesprochenen audiovisuellen Angebote, die lediglich die eigentliche Haupttätigkeit des Anbieters iS einer Imageförderung unterstützen oder fördern sollen oder ähnlichen Zwecken dienen, die aber keine eigenständige wirtschaftliche Bedeutung haben, lediglich eine Teilanwendung des AMD-G wie folgt vorzusehen:

In § 1 AMD-G wird folgender Abs 4 eingefügt:

Auf das Anbieten von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf, die nicht den Hauptzweck der Tätigkeit des Mediendienstanbieters, sondern nur einen trennbareren Teil der Dienstleistung desselben bilden, finden die §§ 1 bis 28, 29 Abs 1, 41 bis 54 sowie 67 Abs 2 dieses Gesetzes keine Anwendung, sofern dieses Angebot dazu dient, die den Hauptzweck bildenden Tätigkeiten durch audiovisuelle Inhalte und Darstellungen im Sinne einer Bewerbung, Imagesteigerung oder Ähnlichem zu unterstützen oder zu fördern.

Hierdurch könnte in Übereinstimmung mit den unionsrechtlichen Vorgaben gewährleistet sein, dass auch die hier angesprochenen audiovisuellen Mediendienste auf Abruf den medieninhaltlichen Vorgaben im Hinblick auf den Schutz der Nutzer und der hierzu erforderlichen Rechtsaufsicht unterworfen wären, ohne auch den durch die Vollanwendung über die Zielsetzung hinausgehenden Regelungen unterworfen zu sein. Insbesondere bedürften derartige Dienste weder einer Zulassung noch einer vorgängigen Anzeige, es würden sachfremde Verpflichtungen (insb. Förderung europäischer Werke, jährliche Berichtspflichten und eine sachlich gar nicht begründbare Finanzierungsbeitragspflicht zu den Tätigkeiten der RTR) und die durch das AMD-G wenn überhaupt so doch unbeabsichtigt



ausgelöste Mitgliedschaft in einem Fachbereich der Wirtschaftskammern, der mit der eigentlichen sportlichen Tätigkeit in einer marktwirtschaftlichen Betrachtung in keinem Konnex steht, vermieden (zur Klarstellung: all das ist nicht im geringsten eine Kritik an den Wirtschaftskammern, sondern soll lediglich einen Beitrag dazu leisten, dass das AMD-G nicht ohne gesetzgeberischen Willen auch noch in anderen Regelungszusammenhängen zu regulatorischen Ungereimtheiten führt!). Zudem sollten sich bei einem solchen Regelungszugang auch die kollektivvertraglichen und sozialversicherungsrechtlichen Unsicherheiten entschärfen.

Mit freundlichen Grüßen

LH a.D. Hans Niessl
Sport Austria Präsident

Mag. Gerd Bischofter
Sport Austria Geschäftsführer