

BREITBANDBAU

Bundeswissenschaftliche Milchmädchenrechnung

Breitband, Brüssel und Brücken

Sehr geehrte Damen und Herren,

neue Möglichkeiten der Finanzierung des Breitbandausbaus waren eines der großen Themen des 17. Medien- und Kabelkongresses des FRK, der Anfang Oktober mit über 1.000 Fachbesuchern in Leipzig stattfand. Innovative und kreative unternehmerische Lösungen sind jetzt gefragt, um die Breitbandziele der Bundesregierung bis 2018 zu erreichen. Stattdessen fordert das Wissenschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) überraschend eine Rückkehr zur Verstaatlichung der Netze. Weshalb diese Milchmädchenrechnung nicht aufgeht, erfahren Sie in unserem Leitartikel.

Die Beschwerde, die mittelständische Brandenburger Unternehmen mit Unterstützung des FRK bei der EU-Kommission gegen das Projekt "Glasfaser Brandenburg 2020" eingereicht haben, trägt erste Früchte: Die Brüsseler Wettbewerbsbehörde hat jetzt die Bundesregierung in die Angelegenheit eingeschaltet. Was das für das Verfahren bedeutet, wie es weitergeht und weshalb der FRK dies als ersten Erfolg einschätzt, erfahren Sie in einem Update zur EU-Beschwerde.

Auf dem Medien- und Kabelkongress 2014 wurde eine neue Möglichkeit vorgestellt, mit der kleine digitale und lokale TV-Sender sowie unabhängige mittelständische Kabelnetzbetreiber ihre Werbeumsätze steigern können. Die innovative Smart-TV-Lösung schlägt über den HbbTV-Standard eine Brücke vom TV-Markt zum Online-Werbemarkt. Wie das funktioniert, erfahren Sie in unserem Hintergrundartikel und im exklusiven Interview mit Emmanouil Lapidakis. Der kreative Kopf, der unter anderem das Reiseportal lastminute.de und den HDTV-Pionier Anixe gründete, will mit dem neuen Ansatz kleinen Unternehmen die Chance geben, neue Erlösquellen in der digitalen Welt zu erschließen.

Eine Bilanz des Medien- und Kabelkongresses 2014, Neuigkeiten von den Verbänden FRK und BLTV, Veranstaltungshinweise und Kurzmeldungen runden die aktuelle Ausgabe ab.

Herzliche Grüße

Heinz-Peter Labonte, Herausgeber
Dr. Jörn Krieger, Redaktionsleiter

Ausgabe 14 • November 2014

Inhalt

[Die Koalition der subtilen Mittelstandsfeinde - Breitbandausbau: Neues Beispiel für Pfründensicherung und Wiederverstaatlichung](#)

[Die EU-Kommission ermittelt und prüft in der Sache SA.35562 * Entwicklungskonzept Brandenburg Glasfaser 2020](#)

[Das HbbTV-Vermarktungsmodell von anixe...net: Neue Erlösquelle für unabhängige Kabelnetzbetreiber, digitale und lokale TV-Sender](#)

[HbbTV als Umsatzbringer: Interview mit Emmanouil Lapidakis](#)

[Kabelkongress: Neue Chancen für Finanzierung von Breitband und Lokal-TV](#)

[Neues vom FRK](#)

[Neues vom BLTV](#)

[Veranstaltungshinweise](#)

[Kurzmeldungen](#)

Die Koalition der subtilen Mittelstandsfeinde

Breitbandausbau: Neues Beispiel für Pfründensicherung und Wiederverstaatlichung

Heinz-Peter Labonte

Für wie dumm halten die Profiteure der Staatsknete die Bürger eigentlich? "Der Bund soll staatliche Glasfasergesellschaft gründen", forderte vor drei Wochen das Wissenschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) in der "Wirtschaftswoche". Der Direktor des WIK, Karl-Heinz Neumann, fordert ein stärkeres Engagement des Staates, um den Glasfasernetzausbau in Deutschland zu beschleunigen. Hierzu solle der Bund seine Telekom-Anteile verkaufen. Mit dem Verkaufserlös solle eine Holdinggesellschaft gegründet werden, die sich an regionalen Glasfasernetzgesellschaften als Minderheitsgesellschafterin beteiligt. Und dann müssten die regionalen Netzbetreiber im Gegenzug ihre bestehenden Netze in die Glasfasergesellschaft als Sacheinlage einbringen. Enteignung? Gott bewahre. Denn: "Spätestens fünf Jahre nach dem Aufbau von Glasfasernetzen privatisiert der Bund seine Beteiligungen an den Regionalgesellschaften wieder", schlägt Neumann das Modell "Eier legende Wollmilchsau" vor. Auf der Homepage des WIK heißt es euphemistisch, "getragen" werde das WIK durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. Sichert sich die "Wissenschaft" ihre Alimentation durch den Wirtschaftsminister etwa durch unsinnige Enteignungsforderungen unabhängiger mittelständischer Kabelnetzbetreiber?

[Lesen Sie mehr](#)

Die EU-Kommission ermittelt und prüft in der Sache SA.35562 * Entwicklungskonzept Brandenburg Glasfaser 2020

Wie der FRK MediaLABcom exklusiv mitteilt, hat die Generaldirektion Wettbewerb der Europäischen Kommission der Anwaltskanzlei des FRK mitgeteilt, sie habe bereits am 10.09.2014 ein Schreiben an die deutsche Regierung gerichtet, in dem die Kommission die Bundesregierung darum bittet, eine eigene Zusammenfassung des Sachverhalts zu übermitteln und ihre Auffassung darzulegen. Mit Hilfe dieser Informationen könnten die Maßnahmen nach den Artikeln 107 und 108 AEUV geprüft werden.

[Lesen Sie mehr](#)

Das HbbTV-Vermarktungsmodell von anixe...net: Neue Erlösquelle für unabhängige Kabelnetzbetreiber, digitale und lokale TV-Sender

Heinz-Peter Labonte

Schon beim vergangenen Medienfrühstück von PROdigitalTV im September 2014 in Wien wurde klar: Die Anixe-Gruppe bastelt an neuen Erlösmodellen für die digitale Sender- und Kabelwelt. Beim Medien- und Kabelkongress des FRK Anfang Oktober 2014 in Leipzig sprang die Katze aus dem Sack. Weil die AGF seit Jahren als Schutzwall der etablierten Sender als "Closed Shop" agiert, musste es so kommen. Denn die kleinen digitalen und die lokalen Sender haben keine Chance, als kleine Sender an die traditionellen TV-Werbetöpfe zu kommen. So werden die über 8 Milliarden Euro netto Werbebudgets faktisch einfachheitshalber an die vier großen Sendergruppen und an ein paar ausgewählte kleine Sender verteilt.

[Lesen Sie mehr](#)

HbbTV als Umsatzbringer: Interview mit Emmanouil Lapidakis

Dr. Jörn Krieger

Große Chance für kleine Sender und Netzbetreiber: Die Verbindung des Fernsehmarkts mit dem Internet-Werbemarkt lässt neue Erlösquellen sprudeln. Wie das funktioniert, erfuhr MediaLABcom im Gespräch mit Emmanouil Lapidakis, Gründer und Geschäftsführer von Anixe TV.

[Lesen Sie mehr](#)

Kabelkongress: Neue Chancen für Finanzierung von Breitband und Lokal-TV

Zum Abschluss des 17. Medien- und Kabelkongresses ziehen die Veranstalter ein positives Fazit. Insgesamt 1.027 Fachbesucher informierten sich im Congress Center Leipzig über aktuelle Themen wie

den Breitbandausbau durch kleine und mittelständische Kabelnetzbetreiber oder innovative Refinanzierungsmöglichkeiten für lokale TV-Sender.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

FRK schlägt Mittelstandsinitiative "Breitbanderschließung ländlicher Räume durch Renaissance des Subsidiaritätsprinzips" vor

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) hat anlässlich des IT-Gipfels der Bundesregierung eine Mittelstandsinitiative zur finanziellen Entlastung der öffentlichen Haushalte vorgestellt.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom BLTV

BLTV fordert einheitliche Rahmenbedingungen für Lokal-TV in Deutschland

Die Digitalisierung der Verbreitungswege in den vergangenen Jahren führt zu erheblichen Veränderungen in der Medienlandschaft. Alle Rundfunkangebote auf allen Kanälen verbreiten zu können ist nur unter komplexen und wirtschaftlich effektiven Bedingungen zu realisieren.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweise

Medienkongress: Perspektiven für regionale und Nischen-Angebote

Für die Nutzer digitaler Angebote bieten eine Vielzahl von Apps und Plattformen mundgerecht und jederzeit Inhalte-Häppchen und ganze Menüs, jeweils zugeschnitten auf den persönlichen Geschmack. Welche Chancen bieten sich in diesem transmedialen Feld für Anbieter von Nischen-Angeboten und regionalen Inhalten? Wie und wo findet die Nutzer im digitalen Schlaraffenland die Medieninhalte, die sie interessieren und was passiert mit ihren Daten?

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

WIK: Bund soll staatliche Glasfasergesellschaft gründen

Das Wissenschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) fordert ein stärkeres Engagement des Staats, um den Glasfasernetzausbau in Deutschland zu beschleunigen.

[Lesen Sie mehr](#)

Die Koalition der subtilen Mittelstandsfeinde

Breitbandausbau: Neues Beispiel für Pfründensicherung und Wiederverstaatlichung

Heinz-Peter Labonte

Für wie dumm halten die Profiteure der Staatsknete die Bürger eigentlich? "Der Bund soll staatliche Glasfasergesellschaft gründen", forderte vor drei Wochen das Wissenschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) in der "Wirtschaftswoche". Der Direktor des WIK, Karl-Heinz Neumann, fordert ein stärkeres Engagement des Staates, um den Glasfasernetzausbau in Deutschland zu beschleunigen. Hierzu solle der Bund seine Telekom-Anteile verkaufen. Mit dem Verkaufserlös solle eine Holdinggesellschaft gegründet werden, die sich an regionalen Glasfasernetzgesellschaften als Minderheitsgesellschafterin beteiligt. Und dann müssten die regionalen Netzbetreiber im Gegenzug ihre bestehenden Netze in die Glasfasergesellschaft als Sacheinlage einbringen. Enteignung? Gott bewahre. Denn: "Spätestens fünf Jahre nach dem Aufbau von Glasfasernetzen privatisiert der Bund seine Beteiligungen an den Regionalgesellschaften wieder", schlägt Neumann das Modell "Eier legende Wollmilchsau" vor. Auf der Homepage des WIK heißt es euphemistisch, "getragen" werde das WIK durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. Sichert sich die "Wissenschaft" ihre Alimention durch den Wirtschaftsminister etwa durch unsinnige Enteignungsforderungen unabhängiger mittelständischer Kabelnetzbetreiber?

Bundeswissenschaftliche Milchmädchenrechnung

Das Ziel der Bundesregierung, bis 2018 allen Bürgern und jedem Unternehmen Zugang zu einem Breitbandanschluss mit einer Download-Geschwindigkeit von mindestens 50 Mbit/s bereitzustellen, greife zu kurz. "Ein flächendeckendes Glasfasernetz kann in Deutschland bis zum Jahr 2030 aufgebaut sein; dies sollte das über 2018 hinausgehende neue und weitere Ziel der Breitbandpolitik werden", meint Herr Neumann also. Bei seinen Berechnungen für den Aufbau einer flächendeckenden Glasfaserinfrastruktur reichen rund 45 Milliarden Euro, wenn man bereits getätigte relevante Investitionen berücksichtige. Der errechnete jährliche Investitionsbedarf von drei Milliarden Euro pro Jahr soll gedeckt werden durch den Verkaufserlös der Telekom-Bundesanteile. Außerdem müssten die Investitionen aller Betreiber um gut 50 Prozent pro Jahr im Vergleich zum heutigen Niveau steigen. Und natürlich müsse die Wirtschaftlichkeitslücke des Glasfaserausbaus vom Bund geschlossen werden, mahnt der Bundeswissenschaftler. Denn dazu reiche der Verkauf der Beteiligung von heute noch über 30 Prozent an der Deutschen Telekom mehr als aus. Wie bei einem Verkaufserlös von derzeit rund 17 Milliarden Euro (Aktienkurs bei rund 12 Euro) für die bei der KfW "zwischenengelagerten" 31,9 Prozent ausgegebener Telekom-Aktien ausreichen sollen, die Minderheitsanteile an der Holding zu kaufen, teilt der Wissenschaftler nicht mit. Denn die regionalen Netzbetreiber haben ja ihre Netze schon als "Sacheinlage" eingebracht. Ob er realisiert, wie viel von den 17 Milliarden Euro übrig ist, wenn die Bewertung der Sacheinlage von Vodafone oder Unitymedia Kabel BW sich an deren Marktbewertung beziehungsweise Erwerbspreis orientiert? Oder bringt der Bund das Geld aus dem Verkaufserlös schlicht als Kapitaleinlage zulasten anderer Vorhaben des Bundesfinanzministers in die Bundesnetzgesellschaft ein? Unausgesprochen bleibt die doch wohl auch gewollte Konsolidierung der rund 12 bis 14 Millionen Haushalte, die von den unabhängigen mittelständischen Kabelnetzbetreibern versorgt werden und die in diese einzubringen wären. Und gleichzeitig soll der Bund wohl aus den 17 Milliarden Euro Verkaufserlös auch noch die Wirtschaftlichkeitslücke finanzieren. Ach ja, das könnte er ja in fünf Jahren aus dem Zwangsverkaufserlös der Minderheitsanteile als zweite Fruchtfolge finanzieren. Bisher galt doch als kolportierte Weisheit "Judex non calculat". Aber jetzt lernen wir eine zusätzliche Weisheit in Form der vom Bundeswissenschaftler begründeten Enteignung.

Subsidiarität unbekannt

Macht aber nichts. Denn der Bund zahlt ja. Und solange die Netzallianz allein für das Jahr 2015 eine Investition in den Breitbandausbau von 8 Milliarden Euro garantiert, kann man sich als Bürger doch getrost darauf verlassen. Wer wissenschaftlich so qualifiziert beraten wird, glaubt auch, dass Vectoring Chancengleichheit für die nicht bundeseigenen Unternehmen sichert. Da ist Brandenburgs Linke doch wenigstens ehrlich. Herr Christoffers bevorzugt einfach die Telekom durch Förderung mit Staatsknete zulasten des offenen Netzzugangs und offensichtlich durch einseitige Ausschreibungsmodalitäten. Da muss man wenigstens nicht den Umweg über den Verkauf von Staatsanteilen an Ex-Monopolisten gehen, sondern sichert wenigstens in Brandenburg schon mal das staatsmonopolistische Unternehmen über diese Staatsknete mit Aufträgen ab.

Wo käme man schließlich hin, wenn man die Möglichkeit und das Angebot von Mittelständlern nutzte, zunächst 40 Prozent der noch unterversorgten Gebiete mit 6 Milliarden Euro Privatkapital außerhalb von Netzallianz der Großunternehmen, staatlichen Fördergeldern und Mitnahmeeffekten zu verwirklichen. Vom Subsidiaritätsprinzip redet man doch heute nicht mehr. Denn selbst maßgebliche Lobbyisten größter Unternehmen wissen ja noch nicht einmal mehr, was es bedeutet. Weshalb sollte man es denn dann in der Politik noch beachten?

Fazit

Dennoch, Hoffnung kommt für die Unverzagten und unverbesserlichen Optimisten vom IT-Gipfelprozess. Zwar will auch die "Netzallianz Digitales Deutschland" sich um die Finanzierung des Breitbandausbaus auf 50 Mbit/s kümmern. Aber in den Dokumenten des IT-Gipfels findet sich das Bekenntnis zum Subsidiaritätsprinzip. Offenbar gibt es selbst in Berlin noch Einsichtige in Wirtschaft, Politik und Verwaltung, die sich der Koalition der subtilen Mittelstandsfeinde entgegenstellen. Offenbar sehen auch sie als Alternative zur Pfründensicherung und Wiederverstaatlichung eine Wiederbelebung des bekannten Mottos der deutschen Mittelständler: "Wenn Du eine helfende suchst, suche sie am Ende Deines eigenen Armes."

Die EU-Kommission ermittelt und prüft in der Sache SA.35562 * Entwicklungskonzept Brandenburg Glasfaser 2020

Wie der FRK MediaLABcom exklusiv mitteilt, hat die Generaldirektion Wettbewerb der Europäischen Kommission der Anwaltskanzlei des FRK mitgeteilt, sie habe bereits am 10.09.2014 ein Schreiben an die deutsche Regierung gerichtet, in dem die Kommission die Bundesregierung darum bittet, eine eigene Zusammenfassung des Sachverhalts zu übermitteln und ihre Auffassung darzulegen. Mit Hilfe dieser Informationen könnten die Maßnahmen nach den Artikeln 107 und 108 AEUV geprüft werden.

Fünf mittelständische Brandenburger Unternehmen hatten mit Unterstützung des FRK eine [Beschwerde](#) gegen das Projekt "Glasfaser Brandenburg 2020" bei der EU wegen Verstoßes gegen die beihilferechtliche Zulässigkeit der Beihilfemaßnahme eingelegt. Der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte bezeichnete es gegenüber MediaLABcom als sehr erfreulich, dass nunmehr das Land Brandenburg und Minister Christoffers gegenüber der Bundesregierung und der EU endlich eindeutige Stellung beziehen müsse, warum er die Telekom ganz offensichtlich einseitig bei der Ausschreibung bevorzugt habe.

Die Mitteilung, dass die EU-Kommission die deutsche Regierung um Stellungnahme gebeten habe und der Sache nun genauer nachgehen werde, "ist insofern erfreulich, als dadurch bestätigt wird, dass unser Vortrag aus Sicht der Kommission zumindest hinreichende Anhaltspunkte für eine tiefergehende beihilferechtliche Prüfung bietet. Denn wäre dies nicht der Fall, hielte die Kommission unsere Beschwerde also für unbegründet, hätte sie uns gemäß Rz. 49 des Verhaltenskodexes für die Durchführung von Beihilfeverfahren (2009/C 136/04) innerhalb von zwei Monaten nach Eingang der Beschwerde davon in Kenntnis gesetzt, dass keine ausreichenden Gründe vorliegen, um in dieser Sache Stellung zu nehmen, und dass die Beschwerde als zurückgezogen gilt, wenn innerhalb eines Monats keine weiteren substantiellen Informationen übermittelt werden", erläuterte Labonte.

Fazit

Dass die Reaktion anders ausgefallen sei, "ist also ein gutes Zeichen, zumal der von uns vorgetragene Sachverhalt unstrittig bleiben dürfte, es vorliegend also im Wesentlichen auf die rechtliche Bewertung der verfahrensgegenständlichen Ausschreibungspraxis ankommen wird, so dass dieses Vorgehen der Kommission den Schluss zulässt, dass unsere Argumentation als hinreichend substantiiert angesehen wird", schloss Labonte seine Stellungnahme gegenüber MediaLABcom zur Sache SA.35562 * Entwicklungskonzept Brandenburg Glasfaser 2020 ab.

Das HbbTV-Vermarktungsmodell von anixe...net: Neue Erlösquelle für unabhängige Kabelnetzbetreiber, digitale und lokale TV-Sender

Heinz-Peter Labonte

Schon beim vergangenen Medienfrühstück von PROdigitalTV im September 2014 in Wien wurde klar: Die Anixe-Gruppe bastelt an neuen Erlösmodellen für die digitale Sender- und Kabelwelt. Beim Medien- und Kabelkongress des FRK Anfang Oktober 2014 in Leipzig sprang die Katze aus dem Sack. Weil die AGF seit Jahren als Schutzwall der etablierten Sender als "Closed Shop" agiert, musste es so kommen. Denn die kleinen digitalen und die lokalen Sender haben keine Chance, als kleine Sender an die traditionellen TV-Werbetöpfe zu kommen. So werden die über 8 Milliarden Euro netto Werbebudgets faktisch einfachheitshalber an die vier großen Sendergruppen und an ein paar ausgewählte kleine Sender verteilt.

Es blieb zur Existenzsicherung den kleinen Sendern nur Ideenreichtum und das Erschließen neuer Ressourcen. So hat der Sender Anixe über die anixe...net GmbH einen innovativen Weg erschlossen, um an den anderen großen Werbetopf, die Internet-Werbeetats mit schon heute netto 7 bis 8 Milliarden Euro und in den kommenden Jahre stark wachsend, heranzukommen.

Durch Erfahrung gewitzt

Der Firmengründer Emmanouil Lapidakis hat schon seit 1993 Erfahrungen mit dem Internet sammeln können. Mit der Entwicklung von lastminute.de und flug.de schuf er das erste kommerzielle Online-Angebot dieser Art in Europa. Seine Vertrautheit mit den Marktgepflogenheiten des Internet-Werbemarkts nutzt er nunmehr für den TV-Markt.

So entwickelt und beschreitet er mal wieder innovative Wege und erschließt damit konsequent die Internetwelt für den TV-Markt.

Möglich geworden ist diese Chance aber erst durch Smart TV und HbbTV. Und erneut eröffnet der serielle Firmengründer und Internetspezialist einer Vielzahl von Nutzern die Möglichkeit, an dieser Wertschöpfung teilzunehmen.

Datenschutzprobleme werden vermieden

Bereits vor einer verallgemeinerten Nutzung durch Lokal- beziehungsweise Digitalsender sollen in diesem Modell auch die Vorstellungen des Düsseldorfer Datenschutzkreises von Beginn an berücksichtigt werden. So sind einerseits spätere Probleme zu vermeiden. Andererseits stärkt dies die Position nicht nur der unabhängigen mittelständischen Kabelnetzbetreiber gegenüber den großen Wettbewerbern, sondern auch der kleinen Digitalsender gegenüber den bisher von der AGF bevorzugten großen Senderfamilien. Denn schon jetzt informiert bei Anixe HD der Hersteller des TV-Geräts den Käufer, dass er ein internetfähiges Gerät kauft und beim Anschluss entsprechend der Regelung des

Herstellers Cookies gesetzt werden können, was auch für die Zuschauer der staatsfernen öffentlich-rechtlichen Programme gilt.

Wenn er auf den Sender Anixe oder den entsprechend der angebotenen Abwicklungstechnik angeschlossenen Digitalsender geht, dann werden Cookies gesetzt anhand derer Werbemittel ausgeliefert werden.

Datenautonomie der Zuschauer

Der Zuschauer hat dann jederzeit die Möglichkeit, über den Red Button, wie bei den staatsfernen Öffentlich-Rechtlichen, den Cookie zu deaktivieren. Eine IP-Identifizierung des Zuschauers wird nicht vorgenommen. Somit ist die Anonymität des Nutzers gewährleistet, weil der Cookie nicht die Internet-Identität preisgibt. Lediglich die Anzahl der Geräte und deren Verweildauer wird erhoben. Dadurch ist hier die Sorge "HbbTV - I know what you are watching" unbegründet. Die verfügbaren, vom Zuschauer freigegebenen Informationen sind für die werbetreibende Wirtschaft offenbar völlig ausreichend, da die Werbemittel zielgruppenspezifisch anhand der Umfelder des linearen Programms platziert werden.

Die Datenautonomie wird am Rundfunkbegriff der Staatsferne orientiert. Die HbbTV-Regulierung unterliegt nicht allein den staatlichen Datenschützern, sondern wird von Beginn an auch gemeinsam mit den staatsfernen Datenschützern entwickelt, und zwar entsprechend dem für diese geltenden und definierten Rundfunkbegriff.

Neu: Nutzung der Werbemarktressourcen des Internets für Digital-TV

Um die Ressourcen des Internet-Werbemarkts zu nutzen, ist die Verbindung des TV-Geräts mit dem Internet unabdingbar. Ob über WLAN, LTE oder Festnetz, hängt von der örtlichen Infrastruktur und dem jeweiligen Endgerät beziehungsweise der Anschaffung einer dazu passenden Set-Top-Box ab. Denn der lineare DVB-Stream (herkömmliches Fernsehen SD/HD) wird mit einem interaktiven Internet-Stream kombiniert. Hierzu ist ein gesonderter Zugang per Internet-Rückkanal nötig, und zwar um online eine Display-Werbung als L-Banner auf den Bildschirm einzuspielen - und dies analog zu dem im linearen Fernsehen gewöhnten Split Screen, der während des Live-Programms als Unterbrecherwerbung eingeblendet wird.

Das Geschäftsmodell HbbTV

Bisher standen die erwähnten 7 bis 8 Milliarden Euro nur für reine Internetwerbung zur Verfügung. Jetzt werden sie auch für lokale TV-Sender und Digitalsender erschlossen. Die Vermarktung durch die Media-Agentur anixe...net GmbH wird jedoch nicht nach den Tarifen der im Internet üblichen Klickpreise, sondern nach den im TV-Markt üblichen TKP-Größenordnungen abgerechnet. Also nicht die Anzahl der "Klicks" wird bezahlt, sondern nach Impressions basierend auf dem im Fernsehmarkt üblichen Preis pro tausend Kontakte, die als L-Banner per Internet auf den Bildschirm gesendet werden.

Insofern wird zum Beispiel ein Betrag von 10.000 Euro an die Werbewirtschaft verkauft. Bei einem TKP von beispielsweise 10 Euro entspricht dies einer Anzahl von 1.000.000 Impressions, die als L-Banner jeweils 9 Sekunden interaktiv auf dem TV-Bildschirm des Zuschauers eingeblendet werden. Diese wiederum werden in Realtime über den IP-Abwicklungsorganisator Smart TV Data GmbH nachgewiesen und dokumentiert.

Die entsprechenden Versuche laufen mit digitalen Lokal-TV-Sendern in Brandenburg. Die ersten Ergebnisse wurden in Leipzig vorgestellt. Der Markt wird sich mit zunehmenden Smart-TV- und HbbTV-fähigen Gerätezahlen rasant weiterentwickeln. Nach gleichem Muster wird demnächst den an diesem Vermarktungsmodell interessierten Partnern eine Sender-App-Lösung wie bei HbbTV angeboten. Der Vorteil besteht darin, dass dieses Modell auch für Digitalsender funktioniert, die ihre Apps in den Geräten abrufbar haben und damit die Umsätze erheblich steigern können. Zudem können die Sender, die Apps benötigen, den Rundum-Sorglos-Service buchen.

Das Umsatzteilungsmodell

Insgesamt ist dies eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten dieses Geschäftsmodells. Dies sind die Media Agentur anixe...net GmbH, der IP-Abwicklungsorganisator Smart TV Data GmbH, die unabhängigen mittelständischen Kabelnetzbetreiber und die Lokal-TV- beziehungsweise Digitalsender.

In Leipzig wurde mitgeteilt, dass mit dem Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK), dem Bundesverband Lokal-TV (BLTV) und dem Verband PROdigitalTV über Rabatte durch Rahmenverträge für deren Mitglieder verhandelt wird. Danach wird folgendes Umsatzbeteiligungsmodell diskutiert:

30 Prozent erhalten die Agentur und der Abwicklungsorganisator. Bei Beteiligung des unabhängigen

mittelständischen Kabelnetzbetreibers erhält dieser 15 Prozent, sofern er FRK-Mitglied ist, Nichtmitglieder erhalten nur 10 Prozent. BLTV-Mitglieder erhalten mindestens 45 Prozent, Nichtmitglieder 40 Prozent. Wenn der Lokal-TV- beziehungsweise Digitalsender in das Kabelnetz eines Nichtvertragspartners eingespeist wird, kann dieser Betrag bis auf 70 Prozent steigen.

Fazit

Das Modell scheint nicht nur den Digitalsendern zusätzliche Einnahmen zu erschließen. Vor allem die Lokal-TV-Sender sind die Gewinner. Zu ihrem Vorteil werden durch diese Innovation endlich nationale Werbeetats erschlossen. Auch die unabhängigen mittelständischen Kabelnetzbetreiber haben ein wachsendes Interesse, angesichts sinkender Anschlussgebühren von ihren Kabel-TV-Kunden die zukünftigen Umsätze mindestens zu stabilisieren, indem sie den Digitalsendern gute Kabelbelegungsplätze bieten und durch Werbung für diese Sender deren Umsätze erhöhen helfen. Die fortlaufenden Betriebsversuche in Ost- und Süddeutschland werden die Umsatzperspektiven weiter klären. Gleichzeitig wird die zusätzliche Haushaltsversorgung mit internetfähigen Endgeräten das Modell ebenso fördern wie die angestrebte bessere Versorgung auch der ländlichen Regionen mit breitbandigen Netzen.

HbbTV als Umsatzbringer: Interview mit Emmanouil Lapidakis

Dr. Jörn Krieger

Große Chance für kleine Sender und Netzbetreiber: Die Verbindung des Fernsehmarkts mit dem Internet-Werbemarkt lässt neue Erlösquellen sprudeln. Wie das funktioniert, erfuhr MediaLABcom im Gespräch mit Emmanouil Lapidakis, Gründer und Geschäftsführer von Anixe TV.

MediaLABcom: Auf dem Medien- und Kabelkongress 2014 in Leipzig haben Sie eine Lösung vorgestellt, die es lokalen Fernsehsendern und Kabelnetzbetreibern ermöglichen soll, neue Werbeerlösquellen zu erschließen. Wie funktioniert das?

Lapidakis: In Deutschlands Wohnzimmern stehen bereits 15 Millionen HbbTV-fähige Smart-TV-Fernsehgeräte, die Internet-Inhalte genauso empfangen wie herkömmliches TV-Programm. Dort wird Online-Werbung auf den TV-Bildschirm gebracht: technisch Internet, medienpolitisch Fernsehen. Die Werbung kommt - wie im Netz - über Programmatic-Buying-Plattformen und Adserver auf den TV-Schirm. Es ist Display-Werbung im Umfeld eines linear ausgestrahlten TV-Programms. Gesehen werden kann die Werbung auf internetfähigen Fernsehern, die sich für den interaktiven Multimedia-Standard HbbTV eignen.

MediaLABcom: Wie wird die Lösung technisch umgesetzt?

Lapidakis: Die Werbung wird in Form von Impressions über das Internet auf den Smart-TV-Fernseher übertragen. Sobald das internetfähige TV-Gerät mit dem Internet verbunden ist, ist eine Auslieferung der Werbeform möglich.

MediaLABcom: In welcher Größenordnung bewegen sich die Umsätze, die Lokalsender und Kabelnetzbetreiber damit erzielen können?

Lapidakis: Die Umsätze sind ab 200 Euro monatlich nach oben offen - abhängig von der Menge der ausgestrahlten Impressions in der Präsentationsform eines L-Banners im linearen Programm. Die Umsätze können ergänzend zu den herkömmlichen Werbeeinnahmen gerechnet werden, denn sie verringern nicht die Umsätze der klassischen TV-Werbung der Sender.

MediaLABcom: Was hat die Werbeindustrie davon?

Lapidakis: Die Werbeindustrie erhält endlich ein neues Werbeformat mit genauer Messung der für dieses Programm aktuell eingeschalteten Geräte, mit dem die Zuschauer während des laufenden linearen Programms erreicht werden. Dabei wird das Sehvergnügen wie beim herkömmlichen Split Screen nur minimal beeinflusst. Zudem wird für die Werbeindustrie die lange ersehnte Brücke zwischen linearer TV-Werbung und dem Internet hergestellt.

MediaLABcom: Steht schon fest, wann und wo die Lösung erstmals zum Einsatz kommt?

Lapidakis: Auf dem Sender Anixe HD ist die Technologie bereits seit dem vergangenen Jahr im Einsatz und als zuverlässig erprobt. Weitere Sender werden noch in diesem und im kommenden Jahr folgen.

MediaLABcom: Wo können sich Lokalsender und Kabelnetzbetreiber melden, wenn sie die Lösung einsetzen wollen?

Lapidakis: Bei der Firma anixe...net GmbH oder der Firma LABcom GmbH.

Ansprechpartner: Till Faber, t.faber@anixe.net, Telefon 0621-49091160
Sebastian Labonte, sebastian.labonte@l-a-b-com.de, Telefon 0151-5247 9540.

MediaLABcom: Herzlichen Dank für das Interview.

Kabelkongress: Neue Chancen für Finanzierung von Breitband und Lokal-TV

Zum Abschluss des 17. Medien- und Kabelkongresses ziehen die Veranstalter ein positives Fazit. Insgesamt 1.027 Fachbesucher informierten sich im Congress Center Leipzig über aktuelle Themen wie den Breitbandausbau durch kleine und mittelständische Kabelnetzbetreiber oder innovative Refinanzierungsmöglichkeiten für lokale TV-Sender.

Im Auftaktgipfel kündigte Heinz-Peter Labonte, Vorsitzender des Fachverbands Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK), für den nächsten Kabelkongress am 5. und 6. Oktober 2015 ein neues Konzept an. Anschließend diskutierten Programmanbieter, Infrastrukturbetreiber und Regulierer über die Abschaltung des analogen Kabelfernsehens.

Rund sechs Millionen Kabelhaushalte empfangen in Deutschland ausschließlich analoges Fernsehen. Diese zum Digitalempfang zu bewegen, ist die große Herausforderung für die großen Kabelnetzbetreiber, Programmanbieter und Regulierer. Ein sehr wichtiger Treiber der Digitalisierung ist laut Jürgen Magull, Director Sales & Distribution bei M7 Deutschland, HDTV. Er stellte mit dem KabelKiosk ein Angebot für Kabelnetzbetreiber vor. "Gerade bei unseren HD-Paketen sehen wir ein enormes Wachstum", sagte Magull.

Dem FRK-Vorsitzenden Labonte fehlt es nach wie vor an der Bereitschaft der großen Kabelnetzbetreiber, den Umstieg mitzutragen. Er appellierte nachdrücklich an die Politik, für einen ordnungspolitischen Rahmen zu sorgen, damit die für 2018 anvisierte Analogabschaltung im Kabel für alle Beteiligten kalkulierbar durchgeführt werden kann. Dazu forderte er, dass die Mehreinnahmen aus der Haushaltsabgabe den Landesmedienanstalten zu Gute kommen sollen, die damit lokale Fernsehsender unterstützen könnten. Maik Bielagk, Vorsitzender des Bundesverbands Lokal TV (BLTV), wies zudem auf die wirtschaftliche Herausforderung für lokale Fernsehsender hin, die die Umstellung von der analogen auf die digitale Verbreitung mit sich bringt. Bei der Analogabschaltung im Kabel müsse laut Bielagk daher unbedingt die Situation der Lokalsender berücksichtigt werden.

Eine innovative Refinanzierungsmöglichkeit bietet die auf dem Kongress vorgestellte Kooperation zwischen FRK, BLTV und anixe...net. Auf Basis eines Umsatzbeteiligungsmodells beteiligt die Media Agentur anixe...net Kabelnetzbetreiber und Lokalsender an den Einnahmen aus Werbung, die zielgruppenspezifisch über HbbTV verbreitet wird. Etwaige datenschutzrechtliche Bedenken räumte Anixe-Geschäftsführer Emmanouil Lapidakis aus: "Für eine effiziente Werbung über HbbTV müssen keine personalisierten Datenmengen erhoben werden." Andreas Gummer, Datenschutzbeauftragter der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), ergänzte, man befände sich noch am Anfang für einen ausgewogenen Datenschutz im Bereich HbbTV und Smart TV. Innovativen Finanzierungsmodellen wolle man aber keine Steine in den Weg legen, wenn es zum Beispiel um das so genannte Targeting, Zielgruppen adressierende Werbung, geht.

Grundlage einer wachsenden HbbTV-Nutzung ist der Breitbandausbau, gerade in den vielen noch unterversorgten Regionen. Wie eine Finanzierung mit Hilfe von Banken gelingen kann, erklärte Peter Selgert von Bouwfonds. Die Rabobank-Tochter finanzierte in den Niederlanden über einen Fonds den Aufbau verschiedener Open-Access-Netzwerke. Einen solchen Fonds schlägt FRK-Vorstand Labonte auch der Sachsen Bank vor. "Wir bereiten Seminare in Kooperation mit der Frankfurt School of Management and Finance vor, um den Banken- und Finanzsektor für den Breitbandausbau zu adressieren", sagte Labonte auf dem Podium.

Der Medien- und Kabelkongress fand zum letzten Mal zusammen mit der Fernsehmesse der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) statt. FRK und BLTV bleiben jedoch dem Standort Leipzig treu und arbeiten gemeinsam mit der Messegesellschaft Leipzig an einem neuen Konzept für die Veranstaltung. "Unsere Gespräche mit etwaigen Partnern sind bereits weit vorangeschritten", erklärte Labonte.

Schon heute stehe fest, dass beim 18. Medien- und Kabelkongress, der am 5. und 6. Oktober 2015 stattfindet, vom Partner des FRK, dem Infodienst MediaLABcom, ein mit jeweils 5.000 Euro dotierter Marketingpreis für einen Lokalsender und einen unabhängigen mittelständischen Kabelnetzbetreiber für das "pfiffigste" innovative Marketingkonzept vergeben werde, sagte Labonte zum Abschluss des Kongresses.

FRK schlägt Mittelstandsinitiative "Breitbanderschließung ländlicher Räume durch Renaissance des Subsidiaritätsprinzips" vor

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) hat anlässlich des IT-Gipfels der Bundesregierung eine Mittelstandsinitiative zur finanziellen Entlastung der öffentlichen Haushalte vorgestellt.

"Hierzu ist es notwendig, dass der Wirtschaftssektor Finanzwirtschaft (Banken, Versicherungen etc.) endlich seine gesellschaftliche Verantwortung anerkennt und Anlegergelder für die Infrastruktur in Deutschland mobilisiert. Dazu muss er die Herausforderung der rentablen Finanzierung der Infrastrukturentwicklung annehmen. Wir fordern die Finanzwirtschaft deshalb auf, gemeinsam mit den zahlreichen mittelständischen Unternehmen Finanzprodukte für ihre privaten und institutionellen Anleger zu schaffen, um diesen Investoren mit der Breitbandentwicklung eine, auf vorhandene Projekte bezogene, solide, mittel- und langfristig rentable Anlagemöglichkeit mit 4 bis 8 Prozent Rendite anzubieten", erklärte der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte am Rande des IT-Gipfels in Hamburg.

Damit soll aus Sicht des FRK den politisch Verantwortlichen eine wirksame Alternative zu der immer wieder von der Lobby der Großunternehmen, insbesondere der Telekom, geforderten Erhöhung der staatlichen Förderung durch Steuergelder gegenübergestellt werden. Zur Erschließung der mit Breitband unterversorgten Gebiete in Deutschland sei daher die Renaissance des Subsidiaritätsprinzips nötig. Von der Unterversorgung aktuell betroffen ist bundesweit immer noch jeder vierte der rund 40 Millionen Haushalte.

So könnten - durch die Erschließung neuer Finanzmittel für die breitbandige Anbindung insbesondere bisher unterversorgter Regionen mit 50 Mbit/s bis 2018 - nicht nur mindestens 10 Prozent der deutschen Haushalte, das heißt rund 4 Millionen, ans schnelle Netz angebunden werden. Vielmehr sei so auch die optimierte Verteilung der verfügbaren öffentlichen Finanzmittel auf die restlichen bis zu 6 Millionen betroffenen Haushalte möglich.

Der FRK weist darauf hin, dass sich diese Methode bereits in den vergangenen 30 Jahren bei der Erschließung ländlicher Räume für den breitbandigen Empfang von Rundfunk bewährt hat, und zwar über den Aufbau einer Versorgung durch breitbandige Kupfer-Koaxialkabel. Inzwischen gebe es auch die entsprechenden Projekte mit Glasfaser bis an Gebäude und in Wohnungen.

"Durch die Einbeziehung dieser 'Mittelstandsinitiative zur Renaissance des Subsidiaritätsprinzips' in den IT-Gipfelprozess der Bundesregierung ist die Konzentration öffentlicher Förderinstrumentarien auf jene 5 bis maximal 15 Prozent der deutschen Haushalte möglich, die selbst nicht oder kaum wirtschaftlich rentabel von einer sektorübergreifenden Mobilisierung privaten Kapitals erschlossen werden können. Dies bedeutet zugleich ein privat finanziertes Konjunkturprogramm mit einem Mindestvolumen von 6 Milliarden Euro bis 2018. Dazu müsste der Staat lediglich zur strikten Beachtung des Subsidiaritätsprinzips zurückkehren", erklärte Labonte unter Hinweis auf das die Wirtschaftssektoren Finanzwirtschaft und Breitband-/IT-Industrie integrierende Konzept seines Verbands.

Der Brief an Bundeswirtschaftsminister Gabriel und das Konzept der Mittelstandsinitiative zur Breitbanderschließung ländlicher Räume durch die Renaissance des Subsidiaritätsprinzips sind auf der [FRK-Webseite](#) einsehbar.

FRK fordert von Sachsenkoalition bundesweite Vorreiterrolle bei der Breitbandversorgung unterversorgter Regionen

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) fordert, dass Sachsen seiner Vorreiterrolle in der Wirtschaftsentwicklung der ost- und mitteldeutschen Bundesländer gerecht wird und auch ein Beispiel für die westdeutschen Bundesländer im Breitbandausbau gibt. Der Verband präsentierte bei seinem 17. Medien- und Kabelkongress in Leipzig sein Konzept zur Finanzierung des Breitbandausbaus in Sachsen und in anderen unterversorgten Regionen in Deutschland.

Dabei nahm der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte zur Kongresseröffnung vor Pressevertretern Politik und Finanzwirtschaft in die Pflicht. So soll Sachsen mit einem von der Sachsen Bank aufgelegten Breitbandfonds mit Hilfe unabhängiger mittelständischer Kabelnetz- und auch kommunaler lokaler Infrastrukturbetreiber ein Beispiel geben, um das Ziel der Bundesregierung zu erfüllen, bis 2018 mit einem innovativen Konzept in Sachsen flächendeckend Internetverbindungen von mindestens 50 Mbit/s anzubieten.

Zugleich würde sich Sachsen damit richtungsweisend an die Spitze aller Bundesländer setzen. Durch die Umsetzung dieses Konzepts könne die Sachsen Bank mit ihrer Muttergesellschaft Landesbank Baden-Württemberg auch die Forderung der Ministerpräsidenten Tillich und Kretschmann erfüllen, die Breitbandversorgung in beiden Ländern zu beschleunigen.

So hätten in Sachsen abseits der Ballungszentren Leipzig, Dresden und Chemnitz nur 9 Prozent der Haushalte einen Internetzugang mit einer Geschwindigkeit von 50 Mbit/s und mehr. Darunter litten insbesondere die Wirtschaftsstandorte im ländlichen Raum, die im digital-globalen Markt rasch an Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft verlieren.

"Derzeit gelten leider immer noch große Teile Sachsens sowie rund ein Viertel der Haushalte in Deutschland als unterversorgt. Dies erschwert auch die flächendeckende Versorgung mit lokalen Fernsehprogrammen nachhaltig", erläuterte der FRK-Vorsitzende die aktuelle Situation. Um der sich derzeit zwischen den Ballungsräumen auf der einen sowie in den Randlagen der Städte und ländlichen Regionen auf der anderen Seite immer stärkeren digitalen Spaltung wirksam entgegenzuwirken, spricht sich der FRK für eine Erschließung von Finanzmitteln unter strikter Einhaltung des Subsidiaritätsprinzips aus. Dies sei angesichts der am Markt zu erzielenden Zinserträge bei weitem einträglicher für private und institutionelle Anleger als herkömmliche oder hochriskante Geldanlagen, die bereits schon einmal zur Finanzkrise führten. Zugleich fordert der Fachverband eine Dezentralisierung des Breitbandausbaus durch den Einsatz der im Mittelstand bereits bei der Errichtung von Kupferkoaxialnetzen bewährten, innovativen, erfolgreichen Finanzierungskonzepte.

Nach Expertenschätzungen lassen sich, so Labonte weiter, zwischen 10 und 20 Prozent der heute in Deutschland unterversorgten Haushalte bis 2018 mit 50 Mbit/s privatwirtschaftlich rentabel erschließen, ohne dass dafür öffentliche Mittel eingesetzt werden müssen und damit zugleich weit verbreitete Mitnahmeeffekte verhindern. "Durch die konsequente Beachtung des Subsidiaritätsprinzips kann sich die öffentliche Hand voll und ganz auf die Förderung des Breitbandausbaus in solchen unterversorgten Gebieten konzentrieren, in denen die Regionen aus Rentabilitätsgründen nur mit öffentlichen Mitteln breitbandig erschlossen werden können", erklärte Labonte. "Hierbei gilt es, mittelständische und kommunale Infrastrukturbetreiber sowie die bereits vorhandenen Finanzierungs- und Kooperationsmodelle von und für Netzbetreiber mit einzubeziehen."

Daher fordert der FRK marktorientierte Maßnahmen der Finanzwirtschaft zur Aktivierung von Eigen- und Fremdkapital aus dem privaten und institutionellen Anlegersektor. Der Verband sieht hierbei insbesondere die Landesregierungen in der Pflicht, über ihre Positionen in den Aufsichtsgremien der Finanzinstitute die Landesbanken und Sparkassen auf ihre Verantwortung für unser Gemeinwesen zu verpflichten. Immerhin seien Landesbanken zur Rettung ihrer Existenz erhebliche Steuergelder zugeflossen. Er schlägt daher konkret vor, dass die Sachsen Bank mit ihrer Muttergesellschaft einen oder mehrere Breitbandfonds für die Finanzierung von Ausbauprojekten in unterversorgten Gebieten des Landes auflegt.

Analog dazu könnten aber auch die sächsischen Sparkassen oder Genossenschaftsbanken über die DEKA oder Union Investmentgruppe solche Fonds für ihre privaten und institutionellen Anleger initiieren. Gleichzeitig hätten sie dabei die Chance, Kredite für die Finanzierung renditesicherer Infrastrukturprojekte auszureichen.

Labonte betonte nochmals ausdrücklich, dass bei der Erschließung Deutschlands mit Kupferkoaxialkabel diese Verfahren erfolgreich praktiziert wurden. Entsprechend dieser Praxis würden derzeit in der Lausitz bereits die ersten Breitbandprojekte mit mehr als 100 Mbit/s mit Glasfaser bis in die Wohnungen mit Privatfinanzierung in ländlichen Gebieten als Best-Practice-Beispiele realisiert.

In Kooperationen mit Kommunen und lokalen Netzbetreibern könnten demnach auch die sächsischen Banken richtungsweisend für alle Bundesländer und Landesbanken Projekte in unterversorgten Regionen finanzieren, um bis 2018 die flächendeckende Versorgung mit mindestens 50 Mbit/s im gesamten Bundesland zu erreichen. Daher ruft der FRK Bürgermeister und Stadträte auf, mit den unabhängigen mittelständischen Netzbetreibern entsprechende lokale Projekte zu entwickeln oder weitere, bereits erfolgreich umgesetzte Breitbandinitiativen zu präsentieren.

Neues vom BLTV

BLTV fordert einheitliche Rahmenbedingungen für Lokal-TV in Deutschland

Die Digitalisierung der Verbreitungswege in den vergangenen Jahren führt zu erheblichen Veränderungen in der Medienlandschaft. Alle Rundfunkangebote auf allen Kanälen verbreiten zu können ist nur unter komplexen und wirtschaftlich effektiven Bedingungen zu realisieren.

Auch die Regulierung muss sich diesen Herausforderungen stellen. Sie steht vor der Aufgabe, Zuschauern und Verbrauchern die Auswahl und Nutzung der relevanten Informationsangebote zu sichern und dabei die weitere Konzentration von Medienmacht insbesondere in ländlichen Regionen zu verhindern.

Die vielfältige deutsche Lokal-TV-Szene sichert in weiten Teilen der Bundesrepublik Deutschland die Medienvielfalt ab. Alle uns vorliegenden Untersuchungen belegen, dass mindestens 65 Prozent der mit

Lokalfernsehen versorgten Haushalte von diesem Informationsangebot Gebrauch machen. Die Entwicklung hin zur Multi-Channel-Versorgung über Kabel, Satellit, Terrestrisch und Internet (HbbTV, Smart TV, App etc.) erfordert dabei einen Aufwand, der die wirtschaftlichen Möglichkeiten dieser Sender übersteigt. Deshalb müssen sie auf wichtige Verbreitungswege verzichten. Für die betroffenen Verbraucher bedeutet das einen erheblichen Einschnitt in die Möglichkeiten ihrer Meinungsbildung.

Im Juli dieses Jahres hat der Freistaat Sachsen beispielhaft eine Gesetzesänderung beschlossen, um die sächsischen Lokalsender bei der Verbreitung ihrer Informationen zu unterstützen und die Voraussetzung der demokratischen Mitsprache eines jeden Verbrauchers - die Informationsfreiheit und Informationsbeschaffung auch im Lokalen - zu schützen und zu stärken. Damit soll eine wichtige Stimme in der Medienlandschaft gesichert werden. Die Gesetzgebung ist beispielhaft für ganz Deutschland und sollte deswegen nicht nur in einem Bundesland umgesetzt werden. Der Umstrukturierungsprozess findet in ganz Deutschland und nicht nur in Sachsen statt.

Zurzeit gibt es unterschiedliche Modelle und Ansätze in den Bundesländern und Landesmedienanstalten, die Zukunft des Lokalfernsehens zu sichern. Nach Einschätzung des Bundesverbands Lokal TV (BLTV) ist in fast allen Landesmedienanstalten der Wunsch vorhanden, die Meinungsvielfalt und die demokratische Willensbildung durch eine Unterstützung der lokalen TV-Szene in Deutschland sicherzustellen. Der BLTV begrüßt und unterstützt alle Maßnahmen der Politik, die das wirtschaftliche Überleben lokaler und regionaler Sender sichert. Gleichzeitig ruft der Verband die Politik dazu auf, für diese deutschlandweite Problematik einheitliche Lösungen zu diskutieren und zu finden.

Um dieses Ziel zu erreichen, müssen folgende notwendige Voraussetzungen erfüllt beziehungsweise geschaffen werden:

Kosten-Freistellungen der Sender für die Signalzuführung an die Netzbetreiber

Die Netzbetreiber müssen verpflichtet werden, das Signal beim Sender "abzuholen" und auszusenden. Den Programmveranstaltern dürfen dafür keine Kosten entstehen. Das gilt insbesondere für die Kabelnetze, aus deren Vergütung sich ARD und ZDF bereits zurückgezogen haben. Das neue Thüringer Landesmediengesetz (ThürLMG) hat diese vom Bundesverband Lokal TV geforderte so genannte "[must fetch-Regelung](#)" bereits aufgenommen.

Der BLTV fordert daher

die Gleichbehandlung für alle lokalen Sender in der gesamten Bundesrepublik durch gleichlautende Regelungen in allen Landesmediengesetzen oder Aufnahme in den Medienstaatsvertrag

Gleichbehandlung aller Verbreitungswege

Lokalsender können nur überleben, wenn sie 100 Prozent der möglichen Nutzer erreichen können. Die aktuelle TV-Nutzung (46,1 Prozent Satellit und 46,3 Prozent Kabel) bedeutet für das Lokalfernsehen eine Verbreitung bei maximal der Hälfte aller möglichen Zuschauer.

Projekte der kooperativen Satellitenverbreitung einzelner Bundesländer für lokale TV-Angebote müssen daher so gestaltet werden, dass alle Sender diesen Verbreitungsweg nutzen können. Dazu zählen auch die Verbreitungswege via Smart TV und HbbTV.

Der BLTV fordert deshalb

die Schaffung einheitlicher Satellitenverbreitung auf einem Transponderkanal für alle Lokalsender, die Vermeidung zersplitterter Satellitenzuführungen und die konsequente Etablierung einer deutschlandweiten funktionstüchtigen Kooperation aller Landesmedienanstalten.

Eine Mediathek für alle Lokal-TV-Angebote

Die Fernsehnutzung hat sich erheblich verändert. So ist der Trend weg vom linearen Fernsehen hin zur Nutzung von Mediatheken über Smart TV oder HbbTV deutlich sichtbar. Durch die Digitalisierung der Verbreitung in Kabelnetzen werden bereits viele Signale der Lokalsender an wenigen Punkten in Deutschland gebündelt.

Der BLTV fordert

Kooperation aller Beteiligten, um die vorhandenen guten Voraussetzungen mithilfe der Landesmedienanstalten auszubauen, damit zukünftig die Lokal-TV-Angebote in einer einheitlichen Mediathek abgerufen werden können.

Beteiligung der Lokalsender an der Haushaltsabgabe (vormals GEZ-Gebühren)

Lokale Fernsehsender erfüllen in zahlreichen Regionen einen öffentlich-rechtlichen Informationsauftrag. Deshalb bekräftigt der BLTV erneut seine seit langem vorgetragene Forderung: Den Landesmedienanstalten muss ein wesentlicher Teil der Mehreinnahmen aus der neuen Haushaltsgebühr zur Verfügung gestellt werden, um in der Verantwortung der jeweiligen Landesmedienanstalt den Lokalsendern in geeigneter Form zur Sicherung von deren Wirtschaftlichkeit zu dienen.

Auf die vorliegenden Vorschläge des BLTV wird verwiesen.

Um entsprechende Vorlagen für ein koordiniertes Vorgehen der Politik in den einzelnen Bundesländern und Regulierungsbehörden vorzubereiten, resümiert der BLTV seine Forderungen:

Der Bundesverband Lokal TV empfiehlt zur Erarbeitung von nachhaltigen und zeitnahen Lösungen die umgehende Einberufung einer gemeinsamen Konferenz der Landesmedienanstalten und der Medienverantwortlichen in den Bundesländern gemeinsam mit der Interessenvereinigung der Lokalsender BLTV durch die DLM.

Die wirtschaftliche Lage der Lokalsender ist deutlich angespannt und erfordert eine schnelle und unbürokratische Vorgehensweise.

Veranstaltungshinweise

Medienkongress: Perspektiven für regionale und Nischen-Angebote

Für die Nutzer digitaler Angebote bieten eine Vielzahl von Apps und Plattformen mundgerecht und jederzeit Inhalte-Häppchen und ganze Menüs, jeweils zugeschnitten auf den persönlichen Geschmack. Welche Chancen bieten sich in diesem transmedialen Feld für Anbieter von Nischen-Angeboten und regionalen Inhalten? Wie und wo findet die Nutzer im digitalen Schlaraffenland die Medieninhalte, die sie interessieren und was passiert mit ihren Daten? Diesen und weiteren Fragen widmet sich der Stuttgarter Medienkongress, den die Landesanstalt für Kommunikation (LFK) und die Hochschule der Medien (HdM) am 25. November 2014 in der baden-württembergischen Landeshauptstadt veranstalten. Unter dem Motto "Ich will es einfach" findet im Rahmen des Kongressprogramms außerdem die Auftaktveranstaltung zum Start der neuen DAB+-Programme in Baden-Württemberg statt. Zu den Referenten zählen Thomas Langheinrich (LFK), Martin Haferkorn (Radio Regenbogen), Alexander Heine (Antenne 1), Boris Alexander Kühnle (HdM), Walter Klingler (SWR) und Stefan Kühlein (Regio TV Bodensee).

Infos & Anmeldung: <http://www.stuttgarter-medienkongress.de>

Workshop: Von Smart TV zu Smart Video

Wie viel Bewegtbild wird es in Zukunft rund um uns geben, auf welchem Netz, mit welcher Technologie und wer wird es wie empfangen? Wird unsere TV-Landschaft zunehmend aus einem On-Demand-Szenario mit interaktiven Optionen bestehen, in dem klassische lineare Angebote immer seltener vorkommen? Und wie viel davon wird mobil konsumiert? Zu diesen und weiteren Fragen veranstalten die Deutsche Medienakademie und die Bitkom Akademie am 4. Dezember 2014 einen Workshop in Köln. Experten aus unterschiedlichen Bereichen analysieren die Situation und erörtern mögliche Szenarien und Optionen. Zu den Referenten zählen Klaus Goldhammer (Goldmedia), Frank Schulz (Media Broadcast), Bernhard Engel (ZDF), Claudia Pelzer (UFA), Alessandro Lanfranconi (M7 Deutschland), Marc Schröder (RTL) und Peter Kerckhoff (Deutsche Telekom).

Infos & Anmeldung: <http://www.medienakademie-koeln.de/termine/einzelansicht/von-smart-tv-zu-smart-video-zwischen-programm-profilen-und-persoelichen-praeferenzen.html>

Forum: Breitbandig auf allen Kanälen?

Die Deutsche Medienakademie veranstaltet am 28. Januar 2015 das 17. Breitband-Forum in Wiesbaden. Im Mittelpunkt stehen Fragen wie: Was passiert mit VDSL? Was sind die ersten Erfahrungen mit Vectoring und wie sieht es mit G.fast aus, insbesondere Hardware, die ab 2015 erwartet wird? Werden Koaxialnetze ihre Marktdurchdringung noch deutlich erhöhen können, was kommt nach DOCSIS 3.0/3.1 beziehungsweise EURO-DOCSIS 3.0? Welchen Anteil des Netzverkehrs wird 5G auf sich ziehen? Wie sieht es mit Technologien wie Internet via Satellit aus? Zu den Referenten zählen Ulrich Adams (Deutsche Telekom), Frank Meywerk (Unitymedia Kabel BW), Gernot Jaeger (Zattoo), Roland Tichy (Dieter von Holtzbrinck Ventures), Haifeng Ling (Huawei), Tim Brauckmüller (Breitbandbüro des Bundes) und Stephan Albers (BREKO).

Infos & Anmeldung: <http://www.medienakademie-koeln.de/termine/einzelansicht/17-breitband-forum-breit-auf-allen-kanaelen-zum-nutzer.html>

Fachtagung: Empfangs- und Verteiltechniken

Am 25. März 2015 findet in Magdeburg die zehnte Fachtagung des Deutschen Instituts für Breitbandkommunikation (dibkom) unter dem Thema "Empfangs- und Verteiltechniken für Satellit und Terrestrik - ein Update" statt. Die Tagungsteilnehmer sollen durch Vorträge, Präsentationen und Diskussionen auf den aktuellen Stand des Themenbereichs gebracht werden, wobei neben der Theorie der Praxisbezug vorrangig von Bedeutung ist. Dies wird auch durch die begleitende Fachausstellung unterstützt, auf der Firmen der Branche ihre neuen Produkte präsentieren und für Fragen zur Verfügung stehen.

Infos: <http://www.dibkom.org>

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

WIK: Bund soll staatliche Glasfasergesellschaft gründen

Das Wissenschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) fordert ein stärkeres Engagement des Staats, um den Glasfasernetz ausbau in Deutschland zu beschleunigen.

Der Bund sollte seine Anteile an der Deutschen Telekom verkaufen und mit dem Erlösten Geld eine Holdinggesellschaft gründen, die sich an regionalen Glasfasernetzgesellschaften als Minderheitsgesellschafterin beteiligt, fordert WIK-Direktor Karl-Heinz Neumann in der "[Wirtschaftswoche](#)". Solche Modelle gebe es bereits im Ausland.

Die regionalen Netzbetreiber müssten im Gegenzug ihre bestehenden Netze in die Glasfasergesellschaft als Sacheinlage einbringen. "Spätestens fünf Jahre nach dem Aufbau von Glasfasernetzen privatisiert der Bund seine Beteiligungen an den Regionalgesellschaften wieder", schlägt Neumann vor.

Das Ziel der Bundesregierung, dass bis 2018 alle Telekommunikationsnetze so ausgebaut werden, dass jeder Bürger und jedes Unternehmen Zugang zu einem Breitbandanschluss mit einer Download-Geschwindigkeit von mindestens 50 Mbit/s hat, greift laut Neumann zu kurz: "Ein flächendeckendes Glasfasernetz kann in Deutschland bis zum Jahr 2030 aufgebaut sein; dies sollte das über 2018 hinausgehende neue und weitere Ziel der Breitbandpolitik werden."

Nach Berechnungen des Wissenschaftlichen Instituts für Infrastruktur und Kommunikationsdienste kostet der Aufbau einer flächendeckenden Glasfaserinfrastruktur rund 45 Milliarden Euro, wenn man bereits getätigte relevante Investitionen berücksichtigt. "Dies bedeutet bis 2030 einen Investitionsbedarf von drei Milliarden Euro pro Jahr. Die Investitionen aller Betreiber müssten um gut 50 Prozent pro Jahr im Vergleich zum heutigen Niveau steigen", rechnet Neumann vor. Die Wirtschaftlichkeitslücke des Glasfaserausbaus müsse vom Bund geschlossen werden, mahnt Neumann. Der Verkauf der Beteiligung von heute noch über 30 Prozent an der Telekom reiche dazu mehr als aus.

Breitbandausbau: Deutsche wollen Betreiber zur Kasse bitten

Ein großer Teil der Deutschen will, dass Telekommunikationskonzerne wie die Deutsche Telekom für die Kosten für den Ausbau des Breitband-Internets aufkommen. Doch auch der Staat wird in die Verantwortung genommen, wie eine repräsentative Umfrage des Statistik-Portals Statista unter 1.004 Personen zwischen 14 und 49 Jahren ergeben hat.

Fast die Hälfte (43 Prozent) der Befragten plädierte für die Internet-Provider, gefolgt von 36 Prozent für den Staat. Kaum Zuspruch fand die Antwortoption "Webseiten mit hoher Bandbreite (zum Beispiel YouTube)". Rund 10 Prozent halten einen Ausbau generell für unnötig.

Die Kosten für den flächendeckenden Breitbandausbau - auch in ländlichen Regionen - belaufen sich Schätzungen zufolge auf rund 20 Milliarden Euro.

Startschuss für DVB-T2-Pilotprojekt in Berlin

Der Sendernetzbetreiber Media Broadcast hat in Berlin ein Pilotprojekt zur Erprobung des neuen digitalen terrestrischen TV-Verbreitungsverfahrens DVB-T2 gestartet. Die größten Fernsehveranstalter, Verbände und Endgerätehersteller sind an dem Testlauf beteiligt, der 18 Monate dauern soll.

DVB-T2 wird in Verbindung mit dem neuen Kompressionsstandard HEVC/H.265 eingesetzt, der mehr Sender über die verfügbaren Kapazitäten ermöglicht - einschließlich HD-Programmen. Die Endgeräteindustrie erhält dadurch ein Testumfeld, um entsprechende Empfangsgeräte zu entwickeln und im Praxisbetrieb zu erproben - sowohl für zuhause als auch mobil. Die Zuschauer benötigen für DVB-T2 neue Endgeräte, da die bisherigen DVB-T-Empfänger nicht für das Nachfolgesystem geeignet sind.

Media Broadcast will mit dem Pilotprojekt auch mögliche Spezifikationen und Szenarien für den Umstieg von DVB-T auf das Nachfolgesystem DVB-T2 testen, der im Juni 2016 beginnen soll.

Unterstützt wird das Projekt von ARD, ZDF, Mediengruppe RTL Deutschland, ProSiebenSat.1, ARTE,

Samsung, Sony, LG Electronics, Panasonic, Philips, Loewe, Humax, TechniSat, Rohde & Schwarz, Sagemcom, Funke und Broadcom sowie den Verbänden Deutsche TV-Plattform, VPRT, DVB Konsortium und ZVEI.

Die Übertragung der Testsignale erfolgt auf Kanal 42 von den Senderstandorten Alexanderplatz und Schäferberg mit jeweils 50 kW Sendeleistung. Dabei werden Datenraten zwischen 18 und 28 Mbit/s im Multiplex erzielt. Darüber können bis zu sieben HDTV-Sender übertragen werden. Geplant sind Programmangebote mit und ohne Verschlüsselung sowie die Übertragung des interaktiven Multimedia-Dienstes multithex von Media Broadcast.

DVB-T2-Pilotprojekt in Köln/Bonn in Planung

Der WDR und der Sendernetzbetreiber Media Broadcast bereiten einen gemeinsamen Testlauf für das neue digitale terrestrische TV-Verbreitungsverfahren DVB-T2 im Ballungsraum Köln/Bonn vor. Die Ausstrahlung, bei der DVB-T2 in Verbindung mit der neuen Videocodierung HEVC erprobt wird, soll im August 2015 starten und Erkenntnisse für die deutschlandweite Einführung von DVB-T2 liefern, die im Juni 2016 beginnen soll.

Am 10. Oktober hat sich eine Arbeitsgruppe konstituiert, die die Vorbereitung und Durchführung des Projekts in Köln/Bonn begleiten soll. Mit dabei sind Vertreter von WDR, Media Broadcast, ZDF, Mediengruppe RTL Deutschland, ProSiebenSat.1, Staatskanzlei NRW und der Landesanstalt für Medien.

Im WDR-Multiplex sollen unverschlüsselte öffentlich-rechtliche Testausstrahlungen laufen, während Media Broadcast im zweiten Multiplex ein Plattformangebot mit Privatsendern erproben will. Die Ausstrahlung soll über die Sender Venusberg in Bonn (WDR) und Colonius in Köln (Media Broadcast) im Gleichwellennetzbetrieb mit einer Strahlungsleistung von jeweils 20 kW erfolgen.

Mit dem Projekt sollen unter anderem die Verbreitung von HD-Programmen und die verschiedenen Empfangsmöglichkeiten - sowohl stationär als auch mobil - ausprobiert werden, auch mit hybriden Endgeräten, die DVB-T2 mit dem Internet kombinieren. Der Testlauf, in den die Hersteller von Empfangsgeräten einbezogen werden, soll mit den DVB-T2-Projekten in anderen Bundesländern verzahnt werden.

Kabel BW führt Horizon ein

Der Kabelnetzbetreiber Unitymedia Kabel BW führt am 3. November 2014 seine [Multimedia-Box Horizon](#) für Kabel-BW-Kunden in Baden-Württemberg ein. Die TV- und Medienplattform verbindet klassisches Fernsehen, Video-on-Demand, TV-Archive sowie Inhalte aus dem Internet und aus dem heimischen Netzwerk.

Unitymedia Kabel BW hatte Horizon am 4. September 2013 für Unitymedia-Kunden in Nordrhein-Westfalen und Hessen eingeführt. In Baden-Württemberg war bislang nur der mobile Zusatzdienst Horizon Go verfügbar, nicht jedoch die Box.

Ende Juni hatten sich mehr als 135.000 Unitymedia-Kunden für Horizon entschieden, Horizon Go verzeichnete 125.000 Nutzer.

Unitymedia Kabel BW bietet 200-Mbit/s-Internet

Der Kabelnetzbetreiber Unitymedia Kabel BW führt am 3. November 2014 einen Hochgeschwindigkeits-Internetzugang mit einer Download-Datenrate von 200 Mbit/s für seine Kunden in seinem gesamten Versorgungsgebiet in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg ein.

Die Upload-Datenrate beträgt 10 Mbit/s. Mehr als zwölf Millionen Haushalte können den Highspeed-Anschluss buchen, der im Kabelstandard DOCSIS 3.0 über das Koax-Glasfaser-Netz des Unternehmens läuft.

"Die Erhöhung der Download-Geschwindigkeit auf 200 Mbit/s ist eine Momentaufnahme - im nächsten Jahr schrauben wir die Geschwindigkeit unserer Anschlüsse weiter nach oben", sagte Lutz Schüler, CEO von Unitymedia Kabel BW, in Köln. "Mittelfristig streben wir Transferraten im Gigabit-Bereich an." Ermöglicht werden soll das durch den neuen Standard DOCSIS 3.1. Die höchste Geschwindigkeit betrug bislang 150 Mbit/s.

Von den derzeit 2,7 Millionen Internetkunden von Unitymedia Kabel BW nutzt fast jeder zweite mindestens 50 Mbit/s.

Unitymedia Kabel BW wird den 200-Mbit/s-Zugang im Rahmen des neuen Triple-Play-Pakets "3play Premium 200" anbieten, das 50 Euro pro Monat kostet. Im ersten Jahr fallen 43 Euro pro Monat an. Der Horizon-HD-Rekorder ist darin inbegriffen.

Kunden, die auf das TV-Angebot verzichten und den Kabelanschluss nur zum Telefonieren und Surfen

nutzen wollen, können "2play Premium 200" für 42 Euro pro Monat buchen (erstes Jahr: 35 Euro/Monat).

Die neuen Angebote sind ab 3. November 2014 bei Unitymedia und Kabel BW erhältlich.

Tele Columbus übernimmt BMB

Der drittgrößte deutsche Kabelnetzbetreiber Tele Columbus hat die noch ausstehenden Anteile an der Kabelgesellschaft BMB erworben. Das Unternehmen mit Sitz in Gelsenkirchen wurde bislang von Tele Columbus als gemeinsame Beteiligungsgesellschaft mit Marienfeld Multimedia geführt und wird nun als 100-prozentige Tochtergesellschaft vollständig in die Tele-Columbus-Gruppe integriert.

Finanzielle Details wurden nicht genannt. BMB versorgt rund 220.000 Haushalte im Ruhrgebiet und der nordrhein-westfälischen Rheinschiene mit Fernsehen, Radio und Multimedia-Diensten.

Durch die Übernahme verfügt Tele Columbus in seinen westdeutschen Schwerpunktregionen Nordrhein-Westfalen und Hessen künftig über insgesamt rund 440.000 angeschlossene Haushalte. Erst vor kurzem hatte die Gruppe den Glasfasernetzbetreiber Big Medienversorgung übernommen.

United Internet peilt Zukäufe an

United-Internet-Vorstandschef Ralph Dommermuth will nach der Übernahme von Versatel sein Breitbandnetz in Deutschland weiter ausbauen. "Es wird weitere Chancen geben, kleinere Anbieter zu übernehmen", sagte der Gründer und Großaktionär der Telekommunikationsgesellschaft dem "Manager Magazin". Namen nannte er nicht.

Im Sommer 2014 hatte United Internet 75 Prozent des Breitbandnetzbetreibers Versatel für insgesamt knapp eine Milliarde Euro übernommen. Die restlichen 25 Prozent besaß das Unternehmen bereits.

Die Übernahme von Versatel bedeutet einen Strategiewechsel für United Internet. Bisher hatte der Konzern, zu dem Marken wie 1&1 und Web.de gehören, seine Telefonie- und Internetdienste über die Netze von Konkurrenten wie der Deutschen Telekom angeboten. Mit dem 37.000 Kilometer langen Breitbandnetz von Versatel verfügt United Internet nun nach eigenen Angaben über das zweitgrößte Glasfasernetz Deutschlands.

Startschuss für A&E in Deutschland

Der US-Fernsehkana A&E hat sein deutsches Programm gestartet. Der Abo-Sender ersetzt The Biography Channel auf allen Verbreitungswegen, darunter Sky, Kabel Deutschland, Unitymedia Kabel BW, PrimaCom, KabelKiosk, Entertain und Vodafone TV.

Auf einigen Plattformen ist [A&E](#) in HD-Qualität verfügbar. Ausgewählte Sendungen werden in den Video-on-Demand-Diensten maxdome und KabelKiosk Choice angeboten.

In der Schweiz ist A&E bei UPC Cablecom und Swisscable zu empfangen, in Österreich bei UPC Austria, Sky, A1 und Liwest sowie per Mobile TV bei Hutchison 3G Austria.

Im Mittelpunkt des 24-Stunden-Programms, das Zuschauer von 25 bis 55 Jahren ansprechen will, stehen außergewöhnliche Charaktere und deren turbulentes Leben.

Fix&Foxi startet am 1. Dezember

Das Medienunternehmen Your Family Entertainment (YFE) startet am 1. Dezember 2014 einen Fernsehsender rund um die Comic-Figuren Fix&Foxi. Der Familienkanal wird als Pay-TV-Angebot via Kabel, IPTV, Mobile TV und Internet TV in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu empfangen sein.

Zu den Verbreitungspartnern zählen Unitymedia Kabel BW, Tele Columbus, PrimaCom, NetCologne, KabelKiosk, meinFernsehen, wilhelm.tel, willy.tel, Vodafone Mobile TV, UPC Austria, A1 Telekom Austria, Hutchison 3MobileTV Austria, CableLink Salzburg, Liwest, Quickline, Zattoo und Magine TV.

YFE hatte vor fünf Monaten sämtliche weltweiten Rechte an den berühmtesten Comic-Helden aus deutscher Feder von der Witwe des Fix&Foxi-Erfinders Rolf Kauka erworben.

Der TV-Sender mit den beiden Füchsen als Präsentatoren soll ein 24-Stunden-Programm im 16:9-Breitbildformat mit Zeichentrickreihen und Kinderserien ausstrahlen.

QVC Beauty & Style startet HD-Kanal

Der Teleshopping-Anbieter QVC strahlt seinen Ableger QVC Beauty & Style ab 1. November 2014 auch in hoher Bildauflösung aus. Das Programm wird unverschlüsselt auf dem Satellitensystem Astra (19,2° Ost) auf der Frequenz 10,964 GHz H (SR 22.000, FEC 2/3) zu empfangen sein. Das Encoding und den Uplink zum Satelliten übernimmt SES Platform Services.

Nach dem Hauptprogramm und QVC Plus ist QVC Beauty & Style der dritte Sender, den QVC in

HD-Qualität anbietet. Mit Produkten aus den Bereichen Mode, Schuhe, Accessoires, Pflege, Kosmetik und Nahrungsergänzung richtet sich QVC Beauty & Style an ein weibliches Publikum.

Köln.tv startet am 5. Januar 2015

Die Mediengruppe M. DuMont Schauberg startet am 5. Januar 2015 den neuen Lokalsender Köln.tv. Das Programm, das center.tv Köln ersetzt, wird in der Domstadt und Umgebung analog und digital im Kabelnetz von Unitymedia und NetCologne sowie bundesweit auf der IPTV-Plattform Entertain und beim Internet-TV-Anbieter Zattoo zu empfangen sein. Im Internet wird zudem ein weltweit empfangbarer Livestream angeboten.

Köln.tv soll eng an die von M. DuMont Schauberg herausgegebenen Zeitungen "Kölner Stadt-Anzeiger" und "Express" angebunden werden. "Wir bieten aktuelle Nachrichten und Unterhaltung - im Netz und im Fernsehen", sagte Stefan Sartorius, der den Sender leiten wird. "Weniger Studio, mehr vor Ort, wir zeigen, was Köln bewegt." Die Zuschauer haben die Möglichkeit, über Social Networks wie Facebook Ideen für Themen beizusteuern.

ProSiebenSat.1 plant neuen Free-TV-Sender

Der Medienkonzern ProSiebenSat.1 hat Pläne für einen neuen Free-TV-Kanal. Der Sender mit dem Arbeitstitel K1 Doku soll ältere männliche Zuschauer ansprechen, wie das Branchenmagazin "Kontakter" berichtet.

Auf dem Programm stehen vor allem Dokumentationen, der Starttermin steht noch nicht fest. Die Federführung des Projekts liegt dem Bericht zufolge bei Katja Hofem, die bereits die Spartensender sixx, Sat.1 Gold und ProSieben Maxx auf den Weg gebracht hat. Neben Hofem soll auch Thorsten Pütsch, Senior Vice President Marketing, mit dem Projekt beschäftigt sein.

"Wir planen für 2015 einen neuen Sender", hieß es auf Anfrage bei ProSiebenSat.1. Details dazu werde man rechtzeitig bekannt geben.

K1 Doku würde eine Lücke im Bereich der Free-TV-Spartensender bei ProSiebenSat.1 schließen: Der Frauenkanal sixx richtet sich an jüngere Zuschauerinnen, während Sat.1 Gold ein älteres weibliches Publikum anspricht. ProSieben Maxx hat eine jüngere männliche Zielgruppe im Blickfeld, ein Angebot für das ältere männliche Publikum fehlte bislang.

Telekom holt Netflix zu Entertain

Die Deutsche Telekom hat die Online-Videothek Netflix auf ihre IPTV-Plattform Entertain aufgenommen. Entertain-Kunden können den Abrufdienst direkt über das Entertain-Menü auf dem TV-Bildschirm auswählen. Die Inhalte liegen sowohl in herkömmlicher als auch in hoher Bildqualität (HD) vor; die Preise und Konditionen sind identisch mit dem Zugang zu Netflix über das offene Internet.

Entertain ist die erste TV-Plattform in Deutschland, die ihren Kunden einen Direktzugang zu Netflix bietet. "Wir wollen unseren Kunden möglichst alle verfügbaren, angesagten Inhalte über unsere TV-Plattform Entertain zur Verfügung zu stellen. Mit Netflix haben wir dafür einen weiteren sehr attraktiven Partner gewonnen", sagte Michael Hagspiel, Geschäftsführer Marketing der Telekom Deutschland.

Neben Netflix hat die Telekom mit maxdome und Sky zwei weitere Bezahlangebote Dritter auf ihrer Plattform. Außerdem sind die kostenlosen Mediatheken zahlreicher TV-Sender via Entertain direkt zugänglich.

Produzenten planen Videoportal

Deutsche TV-Produzenten wie Brainpool ("TV Total", "Pastewka") und Beta Film ("Unsere Mütter, unsere Väter", "Verbrechen") wollen offenbar ein gemeinsames Videoportal mit Filmen und Serien in Konkurrenz zum US-Anbieter Netflix aufbauen. Mindestens eine kommerzielle Tochter eines öffentlich-rechtlichen Senders soll ebenfalls beteiligt sein, wahrscheinlich seitens der ARD, berichtet das "Handelsblatt".

"Wir prüfen derzeit, ob es möglich ist, ein wirtschaftlich tragfähiges Angebot zu entwickeln, das kartellrechtlich unproblematisch ist", sagte eine mit dem Vorhaben vertraute Person der Zeitung.

Ein erster Versuch der Produzenten, gemeinsam mit ARD und ZDF unter dem Arbeitstitel "Germany's Gold" eine deutsche Online-Videoplattform zu gründen, war 2013 am Widerstand des Bundeskartellamts gescheitert, ebenso wie zuvor ein von den privaten TV-Gruppen RTL und ProSiebenSat.1 geplantes Projekt.

Da dieses Mal offenbar nur die ARD dabei sein wird, erhoffen sich die Initiatoren bessere Chancen auf eine Freigabe. Über Produzenten, die die Rechte an ZDF-Produktionen halten, sollen dennoch auch Programme des Mainzer Senders an Bord sein.

Lorenz Glatz verlässt Kabel Deutschland

Lorenz Glatz hat am 15. Oktober 2014 die Rolle des Chief Technology Officer (CTO) von Kabel Deutschland an Frank Helleminck übergeben und verlässt den Kabelnetzbetreiber nach der Übergabe auf eigenen Wunsch.

Helleminck, bisher Bereichsleiter Network Engineering, wird nun als CTO die Verantwortung für das Netz von Kabel Deutschland übernehmen. Helleminck ist seit Ende 2006 bei Kabel Deutschland. Davor war er sechs Jahre bei UPC/Liberty Global als Director Network Design & Architecture tätig.

Glatz kam 2006 als CTO zu Kabel Deutschland. In seiner Verantwortung lagen unter anderem der komplette technische Neubau der Playout Center in Frankfurt-Rödelheim und Kirchheim sowie die neuen Voice- und IP-Plattformen, der Bau der Backbones und der Neubau der Kopfstellen.

Zu den Gründen für seinen Weggang und seine künftige Beschäftigung wurden keine Angaben gemacht.

TLC ersetzt DMAX via DVB-T in München

Discovery Networks Deutschland wird künftig seinen Frauensender TLC statt des Männerkanals DMAX auf digitalen terrestrischen Frequenzen in München verbreiten.

"Nachdem TLC bereits über Kabel und Satellit in rund 70 Prozent der deutschen Haushalte empfangen werden kann, hat sich Discovery Networks dazu entschlossen, jetzt auch die Verbreitung über DVB-T zu starten", sagte Alberto Horta, Director of Distribution & Commercial Strategies, in München.

"TLC ist ein rein digitaler Sender und somit für DVB-T bestens geeignet. Aus diesem Grund wurde beantragt, den Programmplatz des Schwestersenders DMAX im Großraum München mit TLC zu tauschen. Discovery wollte sich natürlich vorab die Genehmigung der BLM einholen und hat sich dazu entschlossen, den Tausch tatsächlich zum 1. Januar 2015 durchzuführen", erklärte Horta. TLC werde zudem seit 6. Oktober 2014 via DVB-T in Berlin verbreitet.

Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) hatte zuvor grünes Licht für den Senderwechsel in München gegeben.

RiC startet via DVB-T in Dresden

Der Kinderkanal RiC baut seine digitale terrestrische Verbreitung aus. Der Medienrat der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) erteilte der Betreibergesellschaft Your Family Entertainment auf seiner jüngsten Sitzung die Zulassung zur Verbreitung des 24-Stunden-Programms via DVB-T in Dresden.

Die Genehmigung hat eine Laufzeit von acht Jahren. Im Mai hatte die SLM dem werbefinanzierten Free-TV-Sender bereits eine DVB-T-Lizenz für Chemnitz erteilt. RiC ist außerdem via Kabel, Satellit, IPTV, Zattoo und als Livestream auf seiner Webseite zu empfangen.

münchen.tv beendet HD-Verbreitung

Das Stadtfernsehen münchen.tv hat die Satellitenverbreitung seines Programms in hoher Bildauflösung (HDTV) auf Astra (19,2° Ost) eingestellt. Es handelte sich dabei um eine zeitlich befristete Aktion während des Oktoberfests, von dem münchen.tv jeden Tag live sendete.

Das größte Volksfest der Welt, das in diesem Jahr rund 6,3 Millionen Besucher verzeichnete, ging am 5. Oktober 2014 zu Ende. Das HD-Projekt zum Oktoberfest wurde unterstützt vom Astra-Satellitenbetreiber SES, dem Technik-Dienstleister Media Broadcast und der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM).

In herkömmlicher Bildauflösung ist münchen.tv weiterhin über Astra zu empfangen. Eingesetzt wird die Frequenz 11,523 GHz H (SR 22.000, FEC 5/6), gesendet wird unverschlüsselt.

Zattoo holt DMAX HD und TLC HD

Die Internet-TV-Plattform Zattoo baut ihr HDTV-Angebot in Deutschland aus: Der Männerkanal DMAX HD und der Frauensender TLC HD sind ab sofort Bestandteil des kostenpflichtigen HiQ-Pakets.

Mit den beiden von Discovery Communications Deutschland betriebenen Programmen bietet HiQ insgesamt 25 Sender in hoher Bildqualität. Hinzu kommen jeweils sechs Kanäle der beiden privaten TV-Gruppen RTL und ProSiebenSat.1 in herkömmlicher Bildauflösung.

Das HiQ-Paket, das private Free-TV-Sender sowie öffentlich-rechtliche Programme enthält, kostet 9,99 Euro pro Monat. Das Bouquet lässt sich auch tageweise, für drei oder zwölf Monate buchen.

In herkömmlicher Bildqualität sind DMAX und TLC kostenfrei bei [Zattoo](#) empfangbar.

Welt der Wunder TV startet in der Schweiz

Der Wissenskanal Welt der Wunder TV hat einen Ableger für Zuschauer in der Schweiz gestartet. Das 24-Stunden-Programm ist als Free-TV-Angebot auf der IPTV-Plattform Swisscom TV des Schweizer Telekommunikationskonzerns Swisscom zu empfangen.

[Welt der Wunder TV Schweiz](#) ist nach Angaben der Betreiber ein eigenständiger nationaler Sender mit dem Schwerpunkt auf Eigenproduktionen.

"Auch wenn wir unser Startprogramm in Kooperation mit Welt der Wunder TV Deutschland aufbauen, wollen wir mittelfristig Schweizer Fernsehen für unser Schweizer Publikum machen", sagte Senderchef Rainer Hastrich in Zürich. "Daneben arbeiten wir natürlich auch an vielen gemeinsamen Koproduktionen, bei denen Schweizer und deutsche Produzenten ihre Kapazitäten und ihre Budgets bündeln, um noch bessere Qualität für unsere Zuschauer bieten zu können."

Welt der Wunder TV war vor einem Jahr in Deutschland gestartet und will nach der Schweiz in weitere Länder vorstoßen.

Sport1 HD öffnet Schweizer Werbefenster

Der Sportkanal Sport1 HD bietet ab Mitte November 2014 ein Werbefenster für die Schweiz an. Werbekunden können auf diese Weise mit ihren Spots gezielt das Publikum der Alpenrepublik ansprechen.

Die Vermarktung der Werbezeiten übernimmt die Schweizer Agentur Goldbach Media, mit der Sport1 Media eine exklusive Zusammenarbeit vereinbart hat.

Sport1 HD zeigt das Programm des Free-TV-Senders Sport1 in hochauflösender Bildqualität.

UPC Cablecom kauft lokale Netze

Die Komtech Group, Besitzerin der Kabelgesellschaften Telekabel Arbon, Schefer und Grischa Vision, verkauft 100 Prozent ihrer Aktien an den größten Schweizer Kabelnetzbetreiber UPC Cablecom. Finanzielle Details wurden nicht genannt.

Die drei Unternehmen, die schon langjährige Partner von UPC Cablecom sind, versorgen rund 23.000 Haushalte mit Telekommunikationsdienstleistungen in den Regionen Oberthurgau, Rorschach und Graubünden.

UPC Cablecom stellt den Kunden neben dem TV-Angebot ab 1. Januar 2015 auch einen Telefon- und Internetanschluss mit einer Datenrate von bis zu 250 Mbit/s sowie die Online-Videothek MyPrime mit Filmen, Serien, Dokumentationen und Kindersendungen zur Verfügung.

UPC Austria startet Horizon Go

Der größte österreichische Kabelnetzbetreiber UPC Austria führt am 10. November 2014 den mobilen TV-Zusatzdienst Horizon Go ein. Mit der kostenlosen Horizon-Go-App, die für die Betriebssysteme iOS und Android im Apple App Store und bei Google Play bereitsteht, können die Kunden Fernsehprogramme und die UPC-Online-Videothek auf Smartphones und Tablets nutzen.

Der Zugang, der auch per PC und Laptop möglich ist, erfolgt über das WLAN-Heimnetz der Kunden. Mit bis zu drei Endgeräten können sie das Angebot zeitgleich nutzen. Horizon Go steht den Kunden ohne Mehrkosten zur Verfügung. Voraussetzung ist, dass sie Kabelfernsehen und einen Internetanschluss von UPC Austria beziehen.

Die Sender, die sie bei [Horizon Go](#) nutzen können, richten sich nach dem gebuchten Kabel-TV-Paket: Die Abonnenten von "UPC TV Plus" erhalten 100 Sender, die Kunden von "UPC TV Start" 74 Sender und die Kunden "UPC TV Mini" 55 Sender. Aus lizenzrechtlichen Gründen ist die Nutzung von Horizon Go über Mobilfunk oder Internetzugänge anderer Anbieter zunächst noch nicht möglich.

Horizon Go ist auch bei den Schwestergesellschaften Unitymedia Kabel BW in Deutschland und UPC Cablecom in der Schweiz verfügbar. Die Multimedia-Box Horizon, die in den beiden Nachbarländern erhältlich ist, wird in Österreich hingegen bislang nicht angeboten.

TLC startet in Österreich

Discovery Networks Deutschland verbreitet seinen Frauenkanal TLC ab sofort auch in Österreich.

Erster Plattformpartner ist der Telekommunikationskonzern A1 Telekom Austria, der den Free-TV-Sender auf seiner IPTV-Plattform A1 TV ausstrahlt. TLC ist in herkömmlicher Bildqualität im Basispaket für alle Kunden zu sehen. Wer das Programm in HD-Qualität empfangen möchte, muss das HD-Paket dazubuchen.

Der Sender, der Frauen zwischen 20 und 49 Jahren anspricht, ist nach DMAX der zweite Free-TV-

Sender, den Discovery Networks in Österreich anbietet.

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910
Fax: +49 (0) 6136-85708

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

Partner:

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

Herausgeber: Heinz-Peter Labonte (V.i.S.d.P.)
Redaktionsleitung: Dr. Jörn Krieger

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)