

## SCHLECHTE AUSSICHTEN

### HABEN TELCOS DAS ZEUG FÜR DEN WANDEL?

#### Chinesische Fingerfalle

Ausgabe 47 • August 2017

##### Sehr geehrte Damen und Herren,

dieses Mal geht es nicht um umtriebige Chinesen, die nach der Weltherrschaft greifen, wie die Überschrift vielleicht vermuten lässt. Bei der chinesischen Fingerfalle steckt man je einen Finger in die Enden einer Extensionshülse. Zieht man nun die Hülse auseinander, um die Finger wieder zu befreien, verengt sich die Hülse und gibt die Finger trotz steigenden Krafteinsatzes nicht frei.

So ungefähr müssen sich die Medienreferenten der nordrhein-westfälischen Staatskanzlei vorkommen. Je kräftiger sie sich anstrengen, desto schlimmer wird's. Die Welt der Medien ist komplex und umso schwieriger ist es, sie in eine Plattformregulierung zu fassen. Der erste Entwurf liegt nun vor und wird allseits verteufelt. Mal abgesehen von den Landesmedienanstalten, die den Entwurf an und für sich als gelungen ansehen. Aus wessen Feder er wohl stammen mag?

Die Komplexität dieses Regulierungsversuchs ist auch ein Beleg für den Wandel in den Medien. Die digitale Revolution verlangt nach Flexibilität und Agilität. Das sind nicht gerade die Eigenschaften, die den ehemaligen Staatsunternehmen in der Telekommunikationsindustrie nachgesagt werden. Können Sie daher überhaupt in Zukunft bestehen?

ARD und ZDF schienen sich mit den überregionalen Kabelnetzbetreibern ebenfalls in einer chinesischen Fingerfalle verfangen zu haben. Zum Streit um die Einspeiseentgelte folgte eine juristische Auseinandersetzung nach der anderen. Jetzt hat das Oberlandesgericht Düsseldorf ein unerwartetes Urteil gefällt, das auch mittelständische Kabelnetzbetreiber aufhorchen lassen sollte.

Übrigens: Man befreit sich aus der Fingerfalle, indem man die Finger zuerst nach innen drückt und sie dann herauszieht. Mit etwas Besonnenheit kann man nicht nur der Falle entkommen, sie hilft auch dabei, die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

Heinz-Peter Labonte, Herausgeber  
Marc Hankmann, Redaktionsleiter  
Dr. Jörn Krieger, Redakteur

#### Inhalt

„Schneller und mit viel weniger Aufwand“ – LfM-Direktor Tobias Schmid über die zukünftigen Aufgaben der Medienregulierung

Plattformregulierung: Starker Arm des Gesetzgebers oder Elefant im Porzellanladen?

Selbstlob der ALM für rückläufige Zahl der Lokalsender... oder warum Sprüche keine Taten ersetzen

Zu groß, zu lahm, zu starr – warum sich TK-Netzbetreiber schleunigst wandeln müssen

Die Vectoring-Strategie der Deutschen Telekom... oder billige Sachen können sich nur reiche Leute leisten

ARD/ZDF müssen laut Gericht für Kabeleinspeisung bezahlen: ZDF plädiert für politische Lösung

Debatte um Kabelweitersendung und Einspeiseentgelt-Urteil: Folgen für Kabelnetzbetreiber und Antennengemeinschaften

Einspeiseentgelte für die Kartellanten... oder Juristen gegen Mittelständler

Kurzmeldungen

## Schneller und mit viel weniger Aufwand“ – LfM-Direktor Tobias Schmid über die zukünftigen Aufgaben der Medienregulierung

Marc Hankmann

Seit Anfang des Jahres ist Tobias Schmid Direktor der Landesanstalt für Medien in Nordrhein-Westfalen (LfM). Der promovierte Jurist kennt beide Seiten, die des Regulierers und die des Regulierten, denn vorher war er unter anderem bei der Mediengruppe RTL Deutschland und dem Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) tätig. Wie das seine Arbeit beeinflusst, erzählt er im Interview mit MediaLABcom.

[Lesen Sie mehr](#)

## Plattformregulierung: Starker Arm des Gesetzgebers oder Elefant im Porzellanladen?

Marc Hankmann

Die Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen hat im April 2017 einen Entwurf zur Neugestaltung der Plattformregulierung im Rundfunkstaatsvertrag vorgelegt, der auf einigen Widerstand stößt. Statt der von vielen erhofften Deregulierung präsentiert die Staatskanzlei einen Vorschlag, der die Plattformregulierung weiter ausdehnt und aus Sicht der Kritiker sogar verschärft.

[Lesen Sie mehr](#)

## Selbstlob der ALM für rückläufige Zahl der Lokalsender... oder warum Sprüche keine Taten ersetzen

Heinz-Peter Labonte

Betrachtet man als unvoreingenommener Leser die Ausführungen der Autoren des neuesten Jahrbuchs der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) zu den privaten lokalen TV-Sendern, dann erscheint das Sendersterben trotz der vielen Wohltaten der Landesmedienanstalten nicht an deren Mühen zu liegen. Es werden alle anderen Ursachen als Ausrede genannt, nur nicht die eigene Phantasielosigkeit und eigener Kreativitätsmangel. Kreativität wird ersetzt durch den eigenen Hang zum „Kommissionismus“. Motto: „Wenn man nicht mehr weiterweiß, gründet man ‘nen Arbeitskreis“ (vornehm: Kommission/Runder Tisch).

[Lesen Sie mehr](#)

## Zu groß, zu lahm, zu starr – warum sich TK-Netzbetreiber schleunigst wandeln müssen

Marc Hankmann

Die digitale Revolution beendet die klassische Arbeits- und Leistungsgesellschaft, wie wir sie kennen, sagte der Philosoph Richard David Precht auf einer Veranstaltung der österreichischen Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) im Ende Juni 2017 in Wien. Mit dieser Gesellschaftsform sterben aber auch die Dinosaurier im Telekommunikationssektor, die Netzbetreiber, wenn es ihnen nicht gelingt, eine Antwort auf Over-the-Top-Anbieter (OTT) zu finden. Die wiederum sägen an dem Ast, auf dem sie sitzen.

[Lesen Sie mehr](#)

## Die Vectoring-Strategie der Deutschen Telekom... oder billige Sachen können sich nur reiche Leute leisten

Heinz-Peter Labonte

Natürlich hat der Präsident des Landkreistages Recht. Natürlich hat auch die Deutsche Telekom Recht. Sie beteiligt sich an fast allen Markterkundungsverfahren. Auch in breitbandig unterversorgten ländlichen und städtischen Regionen. Ohne Zuschusszusage der Kommunen oder Landkreise sagt sie eigenwirtschaftlichen Ausbau aus betriebswirtschaftlichen Gründen häufig ab. Wenn sich private Investoren finden, belegt sie ohne Zögern strategisch wichtige Kabelverzweiger (KVz). Natürlich nicht, um die private Investition zu verhindern. Nein, um sich alle Optionen für diese „örtliche Rosine“ betriebswirtschaftlich offenzuhalten.

[Lesen Sie mehr](#)

## ARD/ZDF müssen laut Gericht für Kabeleinspeisung bezahlen: ZDF plädiert für politische Lösung

Dr. Jörn Krieger

ARD und ZDF haben einen Rückschlag in dem seit 2013 andauernden Rechtsstreit um Einspeiseentgelte für die Nutzung der Kabelnetze erlitten. Der 1. Kartellsenat des Oberlandesgerichts Düsseldorf entschied am 12. Juli 2017 zu Gunsten der Kabelnetzbetreiber. Die Rundfunkanstalten müssen demnach für die Kabelverbreitung insgesamt rund 3,5 Millionen Euro zahlen. Streitgegenständlich waren allein die Entgelte für das Jahr 2013 und das erste Quartal 2016. Die Parteien streiten darüber, ob die öffentlich-

rechtlichen Rundfunkanstalten verpflichtet sind, für die Verbreitung ihres Rundfunkprogramms über das Kabelnetz Entgelte zu zahlen.

[Lesen Sie mehr](#)

## Debatte um Kabelweitersendung und Einspeiseentgelt-Urteil: Folgen für Kabelnetzbetreiber und Antennengemeinschaften

*RA Ramón Glaß*

Gleich zwei Nachrichten haben in den vergangenen Wochen für Aufsehen gesorgt: Zum einen steht auf Initiative des Justizministeriums des Freistaats Sachsen zur Debatte, ob Antennengemeinschaften von einer Vergütungspflicht für Kabelweitersendung ausdrücklich ausgenommen werden sollten. Zum anderen hat das Oberlandesgericht Düsseldorf am 12. Juli 2017 entschieden, dass öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten für eine Übertragung im Kabelnetz zahlen müssen.

[Lesen Sie mehr](#)

## Einspeiseentgelte für die Kartellanten... oder Juristen gegen Mittelständler

*Heinz-Peter Labonte*

Öffentlich-rechtliche TV-Sender müssen nun doch für ihre Einspeisung in das TV-Kabelnetz zahlen. Eine Kündigung vor sechs Jahren ist unwirksam. Das hat der 1. Kartellsenat des Oberlandesgerichts Düsseldorf entschieden. Die von den Rundfunkanstalten ausgesprochenen Kündigungen der Einspeiseverträge mit den Kabelnetzbetreibern seien kartellrechtswidrig und damit unwirksam, weil sie "auf der Grundlage einer unzulässigen Absprache zwischen den Rundfunkanstalten" erfolgt seien. ARD und ZDF hatten im Jahr 2011 ihre Verträge zur Verbreitung ihrer Inhalte durch Kabel Deutschland, jetzt Vodafone, und Unitymedia gekündigt. Vorher überwiesen sie den Kabelkonzernen Einspeisungsentgelte in Höhe von rund 60 Millionen Euro.

[Lesen Sie mehr](#)

## Kurzmeldungen

*Dr. Jörn Krieger*

### **Unitymedia beendet Analogabschaltung / 30-Euro-Box für Röhrenfernseher**

Unitymedia hat die letzten analogen Programme aus seinem Kabelnetz entfernt. Die Analogabschaltung fand in fünf Wochen schrittweise in den versorgten drei Bundesländern Baden-Württemberg, Hessen und Nordrhein-Westfalen statt. Unitymedia ist der erste deutsche Kabelnetzbetreiber, der diesen Schritt vollzogen hat. "Durch die gute Vorbereitung ist die Abschaltung technisch und kommunikativ reibungslos verlaufen. Jetzt haben wir mehr Platz im Kabel, um unseren Kunden mehr Digitalsender, neuartige digitale Dienste und Gigabit-Internet zu bieten", sagte Christian Hindennach, Leiter des Privatkundengeschäfts bei Unitymedia.

[Lesen Sie mehr](#)

## „Schneller und mit viel weniger Aufwand“ – LfM-Direktor Tobias Schmid über die zukünftigen Aufgaben der Medienregulierung

*Marc Hankmann*

Seit Anfang des Jahres ist Tobias Schmid Direktor der Landesanstalt für Medien in Nordrhein-Westfalen (LfM). Der promovierte Jurist kennt beide Seiten, die des Regulierers und die des Regulierten, denn vorher war er unter anderem bei der Mediengruppe RTL Deutschland und dem Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) tätig. Wie das seine Arbeit beeinflusst, erzählt er im Interview mit MediaLABcom.

**MediaLABcom: Herr Schmid, Sie haben viele Jahre als Leiter des Bereichs Medienpolitik bei RTL und als Präsident des VPRT für die Belange des Privatfernsehens gekämpft. Wie leicht fiel Ihnen der Wechsel auf die Seite der Regulierer?**

**Tobias Schmid:** Sehr leicht. Ich halte nichts von der Vorstellung, dass Veränderungen schlecht seien. Mir gefällt schon eher, wie etwa in Großbritannien damit umgegangen wird: Dort werden Wechsel aus Medienunternehmen in die Ofcom, die britische Medienaufsicht, und auch retour, als sinnvoll angesehen und nicht selten auch praktiziert. Bedingungen und Arbeitsweisen des jeweils anderen zu kennen, kann ja nur nützlich sein.

**MediaLABcom: Hat Sie in der LfM irgendetwas überrascht oder kennt man sich über all die Jahre inzwischen so gut, dass man weiß, wie der andere tickt?**

**Tobias Schmid:** Von Arbeitstreffen in der LfM, die es vorher gegeben hat, auf die tatsächliche Arbeitsweise und die Strukturen der LfM zu schließen, hieße zu kurz gesprungen. Nein, mich haben die Ernsthaftigkeit und Kompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter positiv überrascht.

**MediaLABcom: In Ihrer Antrittsrede haben Sie nicht weniger gefordert als eine Neuausrichtung**

## der LfM. Worum soll es in der Medienaufsicht zukünftig gehen?

**Tobias Schmid:** Um die Konzentration auf unsere Kernaufgaben. Die sehe ich in einem funktionierenden Medienschutz, der sich auf die Kernwerte einer zeitgemäßen Medienordnung konzentriert. Also auf den Schutz der Menschenwürde, den Schutz der Vielfalt, den Schutz der Jugend und den Schutz der Nutzer.

## MediaLABcom: Inwiefern wird sich dadurch die Aufsichtskontrolle der LfM verändern?

**Tobias Schmid:** An unseren Kerninstrumenten sehe ich keinen Änderungsbedarf. Die sind klar benannt: die Regulierung, den Ausbau der Medienkompetenz und das Begleiten eines stabilen demokratischen Mediensystems. Was sich verändern muss, ist die Schnelligkeit, mit der wir Prozesse begleiten und zu Ende führen. Ein gutes Beispiel dafür ist die Zusammenarbeit zwischen Medienunternehmen, Strafverfolgungsbehörden und uns in Sachen Hass im Netz. Solche und andere Verstöße gegen gesetzliche Regelungen müssen zügig geahndet werden. Ansonsten geht viel Vertrauen verloren.

**MediaLABcom: Sie sagten auch, dass es keine Rolle spiele, wo ein Medienunternehmen seinen Sitz hat, wenn es darum geht, den Schutzgütern Geltung zu verschaffen. Inwiefern muss die LfM als Landesanstalt – oder gegebenenfalls die Medienanstalten insgesamt – aufgestellt sein, um dies auch umsetzen zu können? Anders gesagt: Was kümmert es Facebook im kalifornischen Menlo Park, was ein Medienwächter in Düsseldorf sagt?**

**Tobias Schmid:** Die Frage impliziert eine Schwäche, die ich so nicht sehe. Zunächst einmal ist ein Anbieter, der hierzulande tätig ist, unseren Gesetzen verpflichtet und nicht eigenen Richtlinien. Die Feststellung also, dass das ja eh alles global gesteuert werde und man deshalb nichts machen könne, ist nicht nur falsch, sondern auch sinnlos. Wir sollten uns also bemühen, unsere Wertevorstellungen auch durchzusetzen. Das haben wir in der Vergangenheit vielleicht noch nicht ernsthaft genug versucht.

**MediaLABcom: Sie waren auch immer ein Verfechter einer konvergenten Medienregulierung. Inzwischen ist die dafür zuständige Bund-Länder-Kommission zu ersten Ergebnissen gekommen. Fühlen Sie sich am Ziel angekommen oder was muss aus Ihrer Sicht noch geschehen, bis wir eine wirklich konvergente Medienregulierung haben?**

**Tobias Schmid:** Ich bin nicht sicher, ob man von einem statischen Ziel sprechen kann, das es zu erreichen gilt. Medien entwickeln sich ja ständig, und das bedeutet auch für die Medienaufsicht eine ständige Veränderung. Das heißt auch, dass bei der Regulierung nicht alles beim Alten bleiben kann. Die neue Landesregierung aus CDU und FDP will für Nordrhein-Westfalen die Chancen der Digitalisierung aktiv nutzen und NRW zu einem „Medien-Digital-Land“ mit einer zukunftsorientierten Medien- und Netzpolitik weiterentwickeln. Die LfM begrüßt diese Idee sehr und wird sich gerne in die Debatten einbringen. Etwa mit diesem Vorschlag: Das Medienrecht ist zurzeit noch viel zu stark auf eine analoge, nichtkonvergente Medienpraxis ausgerichtet. Neue, digitale Entwicklungen können damit nicht oder nicht mehr zeitgemäß gestaltet beziehungsweise ermöglicht werden. Ein Beispiel: Live-Streamer im Netz brauchen gegenwärtig eine klassische Rundfunklizenz. Wir haben den Vorschlag gemacht, bei solchen Fällen künftig statt einer Lizenz auf eine Anzeigepflicht zu setzen. Damit erreichen wir das Ziel von Verantwortlichkeit und Transparenz auch – nur eben schneller und mit viel weniger Aufwand für beide Seiten.

**MediaLABcom: In der [März-Ausgabe](#) haben wir darüber berichtet, wie die Bundesregierung versäumt, im Telekommunikationsgesetz eine starke Netzneutralität zu verankern. Wie sehen Sie den Regierungsentwurf zur TKG-Novelle?**

**Tobias Schmid:** Der große Erfolg des Internets beruht maßgeblich darauf, dass es offen für alle ist und einzelne Anwender sowie Nutzer nicht benachteiligt. Dafür steht im Kern der an sich unscheinbare Grundsatz der Netzneutralität. Er besagt ja, dass Provider so gut wie alle Datenpakete unabhängig von Inhalt, Anwendung, Herkunft und Ziel gleich behandeln und schnellstmöglich transportieren sollen. Netzneutralität ist also nicht nur ein Telekommunikationsthema, sondern auch ein Vielfaltsthema. Und deshalb setzen wir uns für Netzneutralität und die Stärkung der Nutzerrechte ein. Der deutsche Gesetzgeber hat tatsächlich das eine oder andere offen gelassen im TKG. Ein Beispiel: Es ist im Einzelfall zu entscheiden, wie es auch derzeit zum Beispiel beim Angebot „StreamOn“ der Deutschen Telekom der Fall ist, ob die Netzneutralität ausreichend gewahrt ist. Eben diese Einzelfälle sollten wir genau prüfen und weiter beobachten. Und wenn wir feststellen, dass es hier negative Auswirkungen auf die Medienvielfalt gibt, werden wir auch – zusammen und in Abstimmung mit der Bundesnetzagentur – tätig. Es bleibt bei unserer Position: Die Medienanstalten sprechen sich für einen ganzheitlichen Ansatz zur Sicherung von Netzneutralität aus.

**MediaLABcom: In NRW haben einige der größten Medien- und TK-Unternehmen der Bundesrepublik ihren Stammsitz wie etwa RTL, die Telekom, Unitymedia oder Vodafone. Welches Gewicht hat daher die LfM in Fragen der Medienregulierung?**

**Tobias Schmid:** Ein angemessen und zentrales. Die angemessene Aufsicht über die Unternehmen sowie die Unterstützung der Einwohner dieses bevölkerungsstarken Landes sind ja auch keine ganz triviale Aufgabe. An den Kernaufgaben der LfM hat sich nichts geändert. Im Gegenteil: Der Gesetzgeber in NRW hat den Aufgabenkatalog der LfM in den vergangenen Jahren sogar noch erweitert. Ein Beispiel, das öffentlich häufig als relativ neue Aufgabe diskutiert wurde und wird, ist die Journalismusförderung.

**MediaLABcom: Aber auch die Medienanstalten selbst sind bisweilen Gegenstand von Debatten, insbesondere nachdem der Sächsische Rechnungshof Ihren Kollegen von der SLM Überfinanzierung attestiert hat. Befürchten Sie, dass die LfM in Zukunft mit weniger Mitteln auskommen muss?**

**Tobias Schmid:** Der nordrhein-westfälische Rechnungshof, der die LfM in Haushaltsfragen kontrolliert, bescheinigt uns seit Jahren ein sachgerechtes und effizientes Handeln. Ich denke, dass NRW der Entwicklung des Medienstandortes weiterhin verpflichtet ist und damit eben auch dem Ausbau der Medienkompetenz sowie dem effektiven Schutz von Menschenwürde, Jugend, Nutzer und Vielfalt in den Medien. Dass wir das mit der Hälfte der Mittel schaffen, die Bayern dafür zur Verfügung stellt, ist ein ganz guter Nachweis unserer Effizienz.

**MediaLABcom: Unter der Federführung der Bremischen Staatskanzlei überprüft eine Arbeitsgruppe die Aufgaben, die Finanzausstattung und Mittelverwendung sowie die Aufstellung der vierzehn Landesmedienanstalten. Sehen Sie den Ergebnissen der Arbeitsgruppe gelassen entgegen?**

**Tobias Schmid:** Ja. Der Rechnungshof NRW hat bei der LfM zu keiner Zeit einen Grund gesehen, eine „Überfinanzierung“ festzustellen. Und unsere Aufgaben zum Schutz der Bevölkerung in der digitalen, konvergenten Medienrealität werden kaum weniger werden.

**MediaLABcom: Von den ursprünglich sieben Lokal-TV-Programmen in Nordrhein-Westfalen sind nur noch drei auf Sendung. Auch NRW.TV hat den Betrieb eingestellt. Welche Rolle spielt das Lokalfernsehen in Bezug auf Meinungs- und Medienvielfalt?**

**Tobias Schmid:** Medien, ganz besonders Lokalmedien, spielen eine herausragende Rolle in einem demokratischen Gemeinwesen. Sie sind unverzichtbar für die Meinungsbildung, weil auch sie Public-Value-Inhalte produzieren. Ich denke da an Nachrichten und die lokale oder regionale Berichterstattung. Der Lokalfunk in NRW mit den 44 Lokalradios im Verbund kann sich nach der neuen Mediaanalyse mit einer Tagesreichweite von 5,1 Millionen Hörern erneut auf höchstem Niveau behaupten. Das private Lokalfernsehen dagegen hat es seit jeher schwer. Die Sender können sich kaum allein über Werbung refinanzieren.

**MediaLABcom: Die LfM hat im vergangenen Jahr die digitale Umstellung der Lokalsender finanziell gefördert. Mit welcher Unterstützung können die Programmanbieter in diesem Jahr rechnen?**

**Tobias Schmid:** In diesem Jahr fördert die LfM die weitere Digitalisierung der drei regionalen/lokalen TV-Veranstalter - „center.tv“ in der Region Düsseldorf-Neuss, „City Vision“ in Mönchengladbach und „Studio 47“ in Duisburg - in Höhe von insgesamt bis zu 80.000 Euro. Das entsprechende Förderprogramm hat die Medienkommission Ende Juni 2017 beschlossen. Aber es muss auch klar sein, dass die LfM keine institutionelle Förderung verrechnen kann. Das geben weder Gesetzeslage noch Finanzausstattung her. Bayern beispielsweise ist hier einen anderen Weg gegangen, hat aber auch der BLM die entsprechenden Finanzmittel zur Verfügung gestellt.

**MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.**

Plattformregulierung: Starker Arm des Gesetzgebers oder Elefant im Porzellanladen?

Marc Hankmann

Die Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen hat im April 2017 einen Entwurf zur Neugestaltung der Plattformregulierung im Rundfunkstaatsvertrag vorgelegt, der auf einigen Widerstand stößt. Statt der von vielen erhofften Deregulierung präsentiert die Staatskanzlei einen Vorschlag, der die Plattformregulierung weiter ausdehnt und aus Sicht der Kritiker sogar verschärft.

Anfang Juli bekamen die Referenten der Staatskanzlei den geballten Unmut der Medienlobbyisten bei einem Expertengespräch in Düsseldorf zu spüren. Dass Begrifflichkeiten und Definitionen noch nicht trennscharf ausformuliert sind und deshalb großen Interpretationsspielraum lassen, ist der Natur eines Entwurfs geschuldet. Dennoch kann der Entwurf angesichts der Kritik nicht als gelungen bezeichnet werden.

**„Rückwärtsgewandt und wenig innovativ“**

Zunächst wird der umstrittene Begriff der „vergleichbaren Telemedien“ durch „rundfunkähnliche Telemedien“ ersetzt, um lineare und non-lineare Angebote gleichzustellen. Damit hätte sich die Diskussion um Angebote wie zum Beispiel PietSmiet TV (MediaLABcom [berichtet](#)) erledigt, denn nicht nur PietSmiet TV, sondern jedes redaktionell zusammengestellte non-lineare Bewegtbildangebot fiel unter die rundfunkähnlichen Telemedien und damit unter das Regime der Plattformregulierung.

Eigentlich würde auch YouTube dazuzählen, doch das Portal wird ebenso wie Google Video als Intermediär eingestuft und deshalb aus der Regulierung genommen. Das sorgt jedoch für Unverständnis. Der Fachverband Consumer Electronics im Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI) bezeichnet dies als „nahezu anachronistisch“. „Aktuelle Diskussionen etwa um Fake News in Sozialen

Medien zeigen, wo gegenwärtig die Gefahren für die öffentliche Meinungsbildung liegen“, heißt es in der Stellungnahme des Industrieverbands.

Auch das Kriterium der Rundfunkähnlichkeit findet nur wenig Anhänger. Zu unbestimmt und daher potenziell zu weitreichend, lautet die Kritik. Der Internetverband eco hält die Ausweitung der Regulierung auf rundfunkähnliche Telemedien schlicht für unpassend. Der Entwurf übertrage Vorschriften und Regulierungsvorstellungen aus dem Rundfunkzeitalter unreflektiert auf die Online-Welt. „Der Regulierungsansatz wirkt so insgesamt rückwärtsgewandt und wenig innovativ“, heißt es in der eco-Stellungnahme zum Entwurf aus NRW.

### **Oberfläche ist nicht gleich Oberfläche**

Insbesondere reiben sich die Kritiker an der Definition einer Plattform. Der Entwurf orientiert sich an den Regulierungszielen Zugang und Auffindbarkeit und unterscheidet zwischen Benutzeroberfläche und Medienplattform. Zu letzterem zählen infrastrukturgebundene (Kabelnetze, Satellit, Terrestrik) und – ungebundene Plattformen (Zattoo, Magine) sowie Oberflächen von Endgeräten mit App-Angeboten.

Von diesen Oberflächen ist jedoch die Benutzeroberfläche zu unterscheiden. Hierzu zählen alle medienplattform-eigenen Bedienoberflächen sowie Benutzeroberflächen, die im Hintergrund auf fremde Medienplattformen zugreifen. Ausgenommen hiervon sind wiederum Oberflächen, die Inhalte präsentieren, die frei im Internet oder in sogenannten offenen Angeboten wie Social-Media-Plattformen oder Suchmaschinen verfügbar sind.

### **Zukünftige Entwicklungen**

Der ZVEI kann jedoch mit der Unterscheidung zwischen Endgeräte- und Benutzeroberflächen nicht viel anfangen – ganz abgesehen von seiner Position, dass kein Regulierungsgrund für die Benutzeroberfläche eines Smart-TV-Geräts existiere, da hier keine Gefährdungsgrundlage für die Medienvielfalt vorliege.

Ein Smart-TV würde dem Entwurf zufolge unter beides fallen: Er wäre sowohl eine Medienplattform als auch eine Benutzeroberfläche. Der ZVEI fordert daher hier nicht nur eine trennscharfe Klarstellung. Der Entwurf müsse „uneingeschränkt technologieneutral und geräteagnostisch“ ausgestaltet werden, um zukünftige technologische Entwicklungen und damit verbundene Nutzungsänderungen zu berücksichtigen.

So erfasst der Entwurf zum Beispiel keine smarten Assistenzsysteme wie Amazon Echo oder Google Home, die bisherigen Endgeräten vorgeschaltet werden. Fragt der Nutzer nach den neuesten Nachrichten, geben die Assistenzsysteme aktuelle News zum Besten, ohne jedoch dem Nutzer, wie etwa bei einer Suchmaschine, eine Auswahl der Quelle zu bieten.

### **Diskriminierende Diskriminierungsfreiheit**

Auch beim Begriff der Medienplattform gibt es Unterschiede. Online-Videotheken wie etwa die Mediatheken der TV-Sender fallen nicht unter diesen Begriff. Sie gehören laut Entwurf zu den rundfunkähnlichen Telemedien. Es sei denn, sie werden mit Fremdinhalten angereichert, die weder dem jeweiligen Sender oder einem mit ihm verbundenen Unternehmen zuzurechnen sind. Dann wäre die Mediathek doch eine Medienplattform.

Das Recht eines diskriminierungsfreien Zugangs zu Plattformen bleibt jedoch Bewegtbild- und Audioangeboten vorbehalten. Würde eine Plattform mit überwiegend digitalen Presseangeboten auch Rundfunkprogramme anbieten, hätte jedes einzelne Programm das Recht auf einen diskriminierungsfreien Zugang, jedes einzelne Presseangebot aber nicht. Diese Bevorzugung lehnen die Zeitungs- und Zeitschriftenverlegerverbände ab.

### **Medienpolitischen Skandal?**

Insbesondere was die Verbreitung über Plattformen im offenen Internet angeht, reagieren der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) und der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) heftig auf den Entwurf. Sie unterstellen dem Gesetzgeber, die digitale Presse bewusst aus dem öffentlichen Meinungsbildungsprozess in offenen Netzen herausnehmen zu wollen, während er gleichzeitig den Zugang zu Rundfunk sicherstellen will.

Die Verbände sprechen gar von einem medienpolitischen Skandal. „Die Diskriminierung der digitalen Presse ist umso verwunderlicher als die Verbreitung der Presse schon jetzt sehr viel stärker über das offene Internet und dementsprechend relevante Medienverteilplattformen im offenen Internet stattfindet als die Verbreitung des Rundfunks“, heißt es in der gemeinsamen Stellungnahme zum Entwurf.

### **Prüfbedarf nicht beachtet**

Die Entgeltregulierung wird um die Pflicht ergänzt, den Landesmedienanstalten Zugangsbedingungen offenzulegen. Dazu zählen auch Entgelte und Tarife. Ein „Learning“ aus dem Streit der Kabelnetzbetreiber mit den Öffentlich-Rechtlichen um die Zahlung von Einspeiseentgelten. Die Medienregulierer hatten vergeblich versucht, Einsicht in die entsprechenden Verträge zu erhalten.

Darüber hinaus hätte der Kabelnetzbetreiberverband ANGA gerne ein weiteres „Learning“ im Entwurf gesehen: eine Kompensationspflicht bei Must-Carry-Vorgaben, die solch langwierige Rechtsstreits wie den genannten verhindern soll. Die Kabelnetzbetreiber wollen für Übertragungspflichten eine angemessene Vergütung, mindestens aber eine Freistellung von der urheberrechtlichen Vergütung für die Kabelweitersendung privilegierter Programme. Obwohl der Prüfbedarf für eine solche Kompensationspflicht im Zwischen- und Abschlussbericht der Bund-Länder-Kommission erwähnt wird, findet sich im Entwurf der Staatskanzlei NRW nichts dazu.

### **Streit um Must-be-found-Regelung**

Ein besonders heikler Punkt: die privilegierte Auffindbarkeit (Must be found). So sollen Inhalte, die in besonderem Maße zur Vielfalt beitragen, von dieser privilegierten Auffindbarkeit profitieren. Der Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) möchte sogar für den privaten Hörfunk einen Must-be-found- und Must-Carry-Status erreichen.

Wer jedoch darüber entscheidet, welcher Inhalt privilegiert werden soll, beantwortet der Entwurf nicht. Kritiker halten diese Regelung schlicht für überflüssig. Der Pay-TV-Anbieter Sky nennt sie sogar „verfassungsrechtlich bedenklich“. Vor allem stößt Sky auf, dass neben den öffentlich-rechtlichen auch die privaten Vollprogramme diese Privilegierung genießen sollen. Warum diese Programme zur für die Meinungsbildung relevanten Vielfalt beitragen, erschließt sich dem Pay-TV-Anbieter hingegen nicht. „Selbst für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk lässt sich dies aus unserer Sicht nicht allgemein behaupten, für die privaten Vollprogramme gilt dies erst recht“, argumentiert Sky.

### **Inhaltskontrolle befürchtet**

Auch die Landesmedienanstalten glauben nicht, dass jedes Vollprogramm per se einen gesellschaftlichen Mehrwert, den sogenannten Public Value, in sich birgt. Ihr Vorschlag, dass sie selbst anhand abstrakter Kriterien, die im Rundfunkstaatsvertrag festgelegt werden müssten, Public-Value-Programme bestimmen, stößt jedoch ebenfalls auf Widerstand. Kritiker befürchten eine Inhalts- beziehungsweise Qualitätskontrolle durch die Landesmedienanstalten.

Sicherlich käme niemand auf die Idee, Das Erste oder das ZDF sowie die Programme der Mediengruppe RTL Deutschland oder von ProSiebenSat.1 aus den Top Ten der Senderliste zu verbannen und stattdessen dort Shopping- und Spartensender zu platzieren. Die Regelung zielt vielmehr auf die Listenplätze dahinter ab und soll das Erkaufen solcher Plätze unterbinden. Im zweistelligen Bereich der Senderlisten herrschen große Unterschiede und wie welcher Plattformbetreiber hier sortiert, ist unklar.

### **Nicht ohne Erlaubnis des Senders**

Das zweite heiße Eisen ist das Verbot der vollständigen oder teilweisen Überblendung oder Skalierung. Hierfür muss dem Entwurf zufolge eine Zustimmung des inhaltlich Verantwortlichen eingeholt werden, also des TV-Senders. Ausgenommen sind Bedienelemente der Benutzeroberfläche bzw. Überblendungen und Skalierungen, die vom Nutzer initiiert werden.

Mit dieser Regelung befürchten die Kritiker jedoch, dass die Sender zum Beispiel der Überblendung durch ein Empfehlungssystem nur soweit zustimmen, wie die Empfehlungen die eigenen Programme betreffen. Wer sich während der Formel-1-Übertragung bei RTL Empfehlungen hierzu aufruft, soll zum Beispiel nur die Zusammenfassung des Rennens bei RTL angezeigt bekommen, nicht aber die von Sky, Sport 1 oder Eurosport. Das schmälert jedoch nicht nur den Charme eines Empfehlungssystems, sondern wirft auch gleichzeitig Fragen zur Diskriminierungsfreiheit auf.

Außerdem kann der Entwurf so interpretiert werden, dass die Zustimmung eines TV-Senders zu Überblendungen auch für Nachrichten, Social-Media-Feeds, Anruflisten oder Smart-Home-Informationen eingeholt werden muss. „Der TV-Bildschirm als zentrale Steuerungs- und Kommunikationszentrale würde damit der Vergangenheit angehören und Deutschland im internationalen Vergleich von solchen Innovationen abgeschnitten“, heißt es in der Stellungnahme der ANGA. Marktmächtige Rundfunkveranstalter bekämen durch den Zustimmungsvorbehalt ein weiteres Druckmittel, um marktanteilssichernde Vorgaben gegenüber Plattformbetreibern und zulasten kleiner Veranstalter und Zuschauer durchzusetzen, heißt es weiter.

### **Must-offer gefordert**

Ohnehin kritisieren einige Verbände, dass der Entwurf die Verschiebung der Machtverhältnisse zum Vorteil der Inhalteanbieter verkenne. Der Internetverband eco spricht zum Beispiel von unausgewogenen Änderungsvorschlägen zugunsten der Inhalteanbieter. „Ein Anreiz zur Diskriminierung oder zum Ausschluss von Inhalten existiert faktisch nicht mehr“, verweist der Internetverband auf den gestiegenen Wettbewerb zwischen den Plattformen.

Der ANGA fehlt der Ausgleich zu den Verpflichtungen, die den Plattformbetreibern im Rahmen der Auffindbarkeit gestellt werden. Nach Ansicht des Verbands muss verhindert werden, dass Inhalteanbieter durch eine Must-offer-Regelung diese Verpflichtungen unterwandern. Auch der ZVEI spricht sich für ein Must-offer aus. Dementsprechend missfällt einigen Marktteilnehmer auch das Vorhaben, dass nach dem Entwurf nur Inhalteanbieter das Recht haben sollen, im Streitfall die Landesmedienanstalten anzurufen.

## Neuer Entwurf erst nächstes Jahr

Wie entscheidend die neue Plattformregulierung im Rundfunkstaatsvertrag ist, zeigt die heftige Debatte um den Entwurf aus NRW. Hier und jetzt werden die Eckpfeiler für eine zukünftige Medienordnung eingeschlagen und da will niemand zu kurz kommen. Bisweilen treibt das Eigeninteresse seltsame Blüten. Die großen privaten Senderfamilien begrüßen die privilegierte Auffindbarkeit für ihre Vollprogramme, wollen aber die Funktionen eines Empfehlungssystems zu Lasten der Nutzerfreundlichkeit beschneiden.

Vor dem Gesetzgeber liegt also noch eine Menge Arbeit. Hinzu kommen noch etliche Forderungen wie etwa die von Sky und des VPRT, die Regelungen zur Signalintegrität so zu gestalten, dass Inhalteanbieter gezielter gegen illegales Streaming vorgehen können. Oder der Wunsch einiger Verbände nach einer nachträglichen Missbrauchskontrolle (ex-post- statt ex-ante-Regulierung).

„Ein Umdenken hat stattgefunden“, erklärt ein Teilnehmer nach der Düsseldorfer Expertenrunde. Bis August beraten sich die Rundfunkreferenten der Staatskanzlei. Im September kommt dann die Rundfunkkommission der Länder zusammen, bevor im Anschluss ein neuer Entwurf in die öffentliche Konsultation geht. Aufgrund der vielfältigen Kritik rechnen Brancheninsider aber erst im nächsten Jahr mit dem Entwurf. Allerdings drängt sich angesichts des eher misslungenen aktuellen Entwurfs der Eindruck auf, dass die Plattformregulierung umso komplexer und undurchsichtiger wird, je weiter ihr Anwendungsgebiet ausgedehnt wird. Ob das einer konvergenten Medienordnung zuträglich ist, sei dahingestellt.

## Selbstlob der ALM für rückläufige Zahl der Lokalsender... oder warum Sprüche keine Taten ersetzen

Heinz-Peter Labonte

Betrachtet man als unvoreingenommener Leser die Ausführungen der Autoren des neuesten Jahrbuchs der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) zu den privaten lokalen TV-Sendern, dann erscheint das Sendersterben trotz der vielen Wohltaten der Landesmedienanstalten nicht an deren Mühen zu liegen. Es werden alle anderen Ursachen als Ausrede genannt, nur nicht die eigene Phantasielosigkeit und eigener Kreativitätsmangel. Kreativität wird ersetzt durch den eigenen Hang zum „Kommissionismus“. Motto: „Wenn man nicht mehr weiterweiß, gründet man ‘nen Arbeitskreis“ (vornehm: Kommission/Runder Tisch).

Statt Antworten zu geben, werden Fragen gestellt. Vielmehr liegt es zum einen an der unterschiedlichen Marktsituation verglichen mit den USA. Zum anderen wird die Besonderheit des nationalen TV-Werbegegeschäfts als ursächlich für die Finanzmisere der Lokalsender genannt. Als dritte Ausrede folgt die Aufzählung der Wohltaten, der Vorschläge von Betroffenen, aber wenig Lösungskonkretion. In der vierten Ausrede werden konstruktive Vorschläge mit Hinweis auf Qualitätsmängel der Sender und ALM-Uneinigkeit abgewiesen. Zu guter oder besser schlechter Letzt wird der Vorschlag des Bundesverbands Lokal TV (BLTV) und der FDP auch noch verzerrend zusammengefasst. Doch lassen wir den Jahrbuchtext für sich sprechen, damit der geneigte Leser ein eigenes Urteil fälle:

### Ausrede Nummer 1

„Im Detail mögen die Probleme beim landesweiten NRW-TV andere gewesen sein als bei Bodetal TV in Thale, aber ein Grundproblem eint große und kleine Sender – nämlich die Schwierigkeit, die eigene Reichweite ausreichend zu kapitalisieren. Über 30 Jahre nach den ersten Lokal-TV-Versuchen im Rahmen der Kabelpilotprojekte muss man bilanzieren, dass privates regionales und lokales Fernsehen in Deutschland noch immer mit strukturellen Schwierigkeiten zu kämpfen hat. Im Gründungsboom der neunziger Jahre hatten die TV-Newcomer im Ballungsraum-TV auf eine ähnliche Entwicklung wie im US-Markt gehofft, wo jeder dritte TV-Werbedollar im Lokalen verdient wird. Nur wurde nicht ausreichend bedacht, dass diese Verteilung der Werbegelder auf einer ganz speziellen Arbeitsteilung zwischen den landesweiten US-Networks und ihren lokalen „Affiliate Stations“ fußt, die hierzulande keine Entsprechung hat“.

### Ausrede Nummer 2

„Die bisherigen Versuche von lokalen und regionalen Anbietern, an der überregionalen Markenartikelwerbung zu partizipieren, waren dementsprechend nicht von durchschlagendem Erfolg gekrönt. In den Mediaplänen der großen Werbekunden findet ortsnahe Fernsehen nur in wenigen Ausnahmefällen statt. Einseitige Schuldzuweisungen etwa an die Adresse der Mediaagenturen, wie von NRW-TV-Chef Helmut Thoma geäußert, greifen zu kurz. Unbestritten ist freilich, dass die Konzentration der Etats auf die beiden großen nationalen TV-Vermarkter Bündelungsvorteile bringt. Aber entscheidender als die gewährten Mengenrabatte dürfte die einfachere Handhabbarkeit sein, eine nationale TV-Kampagne mit nur zwei oder drei Ansprechpartnern abzuwickeln statt mit einer Vielzahl von Vermarktern.“

### Ausrede Nummer 3

Fahren wir also fort mit der Ausredensammlung: Fördern statt fordern. Die Landesmedienanstalten fördern das ortsnahe Fernsehen im Rahmen ihrer jeweiligen gesetzlichen Möglichkeiten bereits auf

mannigfaltige Weise - und zwar vor allem die technische Infrastruktur und Programmverbreitung. Sie widmen sich aber auch den Themen Aus- und Weiterbildung, Studien, Reichweitenforschung und Projekte. In einzelnen Ländern - beispielsweise in Bayern - sind mittlerweile auch Programmbeauftragungen sowie die Förderung von Inhalten möglich, die allerdings gewissen Qualitätsstandards entsprechen müssen.

Auf dem Lokal-TV-Kongress 2016 in Potsdam herrschte Einigkeit darüber, dass Lokal-TV eine hohe gesellschaftliche Bedeutung hat und auch das Potenzial für die Übernahme eines Grundversorgungsauftrages. Jedoch müsse diese Einschätzung von der gesamten Gesellschaft getragen werden. Vertreter von Sendern, Verbänden, Landesmedienanstalten und Medienpolitik haben einen runden Tisch zum Thema Lokal-TV angeregt, mit dem Ziel, Antworten auf folgende drei Fragestellungen zu finden: Ist Lokal-TV notwendig für die Meinungsvielfalt und die Kommunikation des politischen Diskurses? Wenn ja, wie lässt sich die dafür notwendige Existenz lokaler Medien kurzfristig und langfristig sichern? Und welche einheitlichen Qualitätsstandards müssen für die lokale Medienberichterstattung verbindlich gelten, und wie soll die Erfüllung kenntlich gemacht werden?

#### **Ausrede Nummer 4**

Die Medienpolitik hat nichts zu verschenken, und längst nicht jede Landesmedienanstalt betrachtet die direkte Förderung von Inhalten und Programmen im Lokal-TV als ihre vordringlichste Aufgabe. Qualität zu liefern ist zunächst Sache der Programmanbieter, dann sind auch weitergehende politische Forderungen eher durchsetzbar.

Ein Dauerbrenner ist beispielsweise die Forderung der Lokal-TV-Betreiber, den Landesmedienanstalten einen höheren Anteil vom Rundfunkbeitrag zuzuweisen, um auf diese Weise das Fördervolumen zu erhöhen. Eine direkte Beteiligung der Lokalsender am Rundfunkbeitrag hält der Bundesverband Lokal TV (BLTV) ebenfalls für einen gangbaren Weg, schließlich leisteten die Anbieter seit vielen Jahren auf lokaler und regionaler Ebene eine Art Grundversorgung. Eine Stärkung des Lokalfernsehens durch die Teilhabe am Rundfunkbeitrag wird inzwischen fraktionsübergreifend von zahlreichen Abgeordneten der Landtage vertreten.

#### **Falsches Zitat im Jahrbuch**

Statt vieler Sprüche und hohlem Text wäre es schön gewesen, würde nicht der falsche Eindruck erweckt, der BLTV - und neuerdings auch der baden-württembergische FDP-Landesvorsitzende und Spitzenkandidat Michael Theurer MdEP - hätten direkte Zuschüsse zum Programm der Rundfunksender vorgeschlagen. Der Originaltext lautet (nachzulesen in [Ausgabe 46](#)):

So sollte bei der nächsten von den Rundfunkanstalten bereits geforderten Novellierung des Rundfunkstaatsvertrages der Anteil der Landesmedienanstalten um weitere 250 Millionen Euro erhöht werden. Seit Einführung des dualen Rundfunksystems in Deutschland 1984 garantierten diese Anstalten die Staatsferne auch der privaten Rundfunksender. Theurer schlägt vor, dass aus dem Gesamtbetrag von 250 Millionen Euro **für jedes Bundesland vorab zusätzlich ein Grundbetrag von zehn Millionen Euro** an die zuständige Landesmedienanstalt gezahlt werden solle. Die verbleibenden 90 Millionen Euro sollten entsprechend der rund 40 Millionen bundesdeutschen Haushalte mit **zusätzlich etwa 2,25 Euro pro Haushalt** an die Anstalten ausgezahlt werden.“

Dann sollen die Landesmedienanstalten einen Verteilungsmodus erarbeiten. Nach diesem Originalvorschlag werden die Landesmedienanstalten laut Theurer und BLTV mit der Verteilung der Mittel beauftragt. In Landesgesetzen werden sie zur Erarbeitung von Qualitäts- und Meinungsfreiheitskriterien verpflichtet, welche die Basis für die Sender zur Förderung bilden sollen. Damit werde der Aufgabenbereich der Anstalten erweitert und zum Beispiel Ausbildungsqualität und Meinungsvielfalt auch in ländlichen Regionen gesichert.

Ein solches Finanzierungsmodell, das den betroffenen Sendern eine maßgebliche Beteiligung über erhöhte Beteiligung der Landesmedienanstalten an der Rundfunkgebühr zubillige, trage vorrangig zur Vermeidung von Selbstausbeutung der Medienschaffenden in den lokalen und regionalen privaten Rundfunksendern bei, und zwar über eine gerechte Erhöhung des Anteils. Gleichzeitig ermögliche es Ihnen Unabhängigkeit und den Rezipienten Zuverlässigkeit gut recherchierter Nachrichten, heißt es im Vorschlag von Theurer und vom BLTV.

#### **Fazit**

Sachkenntnis und Recherche beeinträchtigt auch bei der Verfassung eines Jahrbuchs nur die notwendige Unbefangenheit gegenüber den Tatsachen und stellt die eigene Meinung in Frage. Anders gesagt: Mit Recherche macht man sich den schönsten Text kaputt.

**Zu groß, zu lahm, zu starr – warum sich TK-Netzbetreiber  
schleunigst wandeln müssen**

*Marc Hankmann*

Die digitale Revolution beendet die klassische Arbeits- und Leistungsgesellschaft, wie wir sie kennen, sagte der Philosoph Richard David Precht auf einer Veranstaltung der österreichischen Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) Ende Juni 2017 in Wien. Mit dieser Gesellschaftsform

sterben aber auch die Dinosaurier im Telekommunikationssektor, die Netzbetreiber, wenn es ihnen nicht gelingt, eine Antwort auf Over-the-Top-Anbieter (OTT) zu finden. Die wiederum sägen an dem Ast, auf dem sie sitzen.

Philosoph Precht macht einen wesentlichen Unterschied zwischen der digitalen und den vorangegangenen Industrierevolutionen aus. Während insbesondere die erste und zweite Industrierevolution durch Industrialisierung und Massenproduktion dafür gesorgt haben, dass sowohl die Arbeitsproduktivität als auch die Märkte wuchsen, sorgt die digitale Revolution keineswegs für ein Wachstum der Märkte, sondern lediglich für eine Effizienzsteigerung. Und darunter leiden die TK-Dinos.

### **Wasser in der Wüste**

OTT-Anbieter wie Facebook, Apple, Google oder Amazon, die keine eigenen Netzinfrastrukturen besitzen, rollen die Märkte mit ihren Diensten auf. „Das Geschäftsmodell eines Netzbetreibers war bislang wie der Verkauf von Wasser in der Wüste“, sagt Roman Friedrich vom Beratungsunternehmen Alix Partners. „Dieses Geschäftsmodell ist vorbei.“ Friedrich hält keine guten Prognosen für die Telcos bereit.

Vor allem Facebook bietet Dienste an, die die Kunden gerne nutzen. Die beiden führenden Messenger, WhatsApp und Facebook Messenger, sind in der Hand eines OTT-Anbieters. Sie zeichnet aus, dass sie vehement auf Usability setzen, innovativ und agil sind. „All das waren TK-Unternehmen in der Vergangenheit nicht“, sagt Friedrich. Und sie kommen mit der Geschwindigkeit, mit der sich die Businessparadigmen alle zwei bis drei Jahre ändern, nicht mit. Hinzu kommt der Shift weg von klassischen TK-Diensten wie die SMS oder Telefonie und hin zu OTT-Diensten wie WhatsApp oder Skype. „Dieser Shift geht schneller vonstatten als bei allen anderen Technologien zuvor“, erklärt RTR-Mitgeschäftsführer Johannes Gungl.

### **Mangelnde Anpassungsfähigkeit**

Die Telcos müssen sich daher neu erfinden. Doch diese Re-Invention wird für sie umso schwieriger, je größer und öffentlicher sie sind. Shareholder wollen weder Experimente noch Risiken eingehen. Die mangelnde Anpassungsfähigkeit der alteingesessenen Netzbetreiber führt dazu, dass nicht nur Kunden zu den OTT-Anbietern abwandern, sondern auch das Kapital in diese Richtung fließt. Die Top Ten der Tec-Firmen nach Börsenkapitalisierung führen Apple, Google, Microsoft, Amazon und Facebook an. Abgesehen von Apple und Microsoft handelt es sich um vergleichsweise junge Unternehmen. Die Deutsche Telekom war auch einmal unter diesen Top Ten, ist aber längst abgerutscht und befindet sich nicht einmal mehr unter den Top 20.

Von der Datenexplosion, die sich insbesondere im mobilen Bereich abspielt, profitieren zwar die OTT-Anbieter, nicht jedoch die Netzbetreiber. Laut Friedrich sind die TK-Umsätze in Europa zwischen 2011 und 2015 um zwei Prozent gesunken, während die der OTT-Anbieter um über 200 Prozent gestiegen sind. In dieser Situation müssen die Telcos zudem ihre Investitionen in die Netze erhöhen, um den steigenden Traffic zu bewältigen. So lassen sie die OTT-Anbieter wachsen.

### **Struktureller Wandel notwendig**

Als Antwort fällt vielen TK-Unternehmen zunächst nur ein, die Kosten zu reduzieren. Es bedarf jedoch struktureller Änderungen, einer besseren Vermarktung und Erweiterung der TK-Dienstleistungen durch Content. „Es ist kein anderes Killerprodukt als Medien in Sicht“, sagt Friedrich. Da es den meisten Telcos aber an Medienkompetenz fehlt, wird Content eingekauft. Entweder durch Übernahmen, wie im Fall von AT&T und Time Warner oder Telefónica und Canal Plus, durch Produktionsaufträge oder durch die Content-Lizenzierung. Nicht ohne Grund verfolgt die Deutsche Telekom die beiden letztgenannten Optionen.

Sie wandelt sich wie viele Telcos von einem reinen Connectivity-Anbieter zu einem Plattformbetreiber. Kein leichtes Unterfangen, denn das Plattformmodell hat recht wenig mit den bisherigen Geschäftsmodellen der TK-Dinos zu tun: dem Anbieten von Internetzugängen sowie dem Netzbetrieb. Daher geht Unternehmensberater Friedrich davon aus, dass sich die Telcos horizontal aufspalten werden, um klarere und agilere Geschäftsmodelle zu entwickeln. „Letzten Endes geht es um einen unternehmerischen Kulturwandel“, sagt Friedrich, „weg von der ingenieurgetriebenen Effizienzkultur und hin zu einer Innovationskultur, die auch Fehler erlaubt.“

### **Noch mehr Kodaks und Nokias**

Aufgrund ihrer Trägheit und Größe glaubt Friedrich jedoch nicht daran, dass dieser Wandel vielen TK-Konzernen gelingen wird. „Die Liste der Kodaks und Nokias wird sich weiter fortsetzen“, prognostiziert der Berater. Er geht im TK-Sektor von einer Renaissance der Private-Equity-Investoren aus, die die schlingernden TK-Dampfer aufkaufen, aufspalten und wieder verkaufen könnten, sofern sie das passende Management vorfinden.

Das klingt sehr danach, dass der Markt die TK-Branche schon retten wird. Aus der jetzigen Situation ergibt sich jedoch ein gefährlicher Trend: Wenn die Umsätze in die OTT- statt in die TK-Branche fließen, fehlt den Telcos irgendwann das Geld, um die Netze weiter auszubauen, die die OTT-Anbieter – und auch wir Kunden – benötigen. Keine Netze, keine Dienste. Keine Dienste, keine Umsätze.

## **Deregulierung gefordert**

Um diesen Teufelskreis zu durchbrechen, ist die Politik gefragt. TK-Unternehmen sind stark reguliert, die jüngsten EU-Verordnungen zu Roaming-Gebühren und zum Datenschutz sind nur zwei Beispiele. Das Fehlen eines europäischen Binnenmarkts macht es Google, Facebook und Co. leicht, nationale Gesetzgebungen einfach zu ignorieren.

Daher fordern die Telcos in Sachen Regulierung das viel zitierte Level Playing Field. In erster Linie zielen die TK-Konzerne damit auf eine Deregulierung ab, um auf Augenhöhe mit den OTT-Anbietern agieren zu können. Die bisherige Regulierung existiert jedoch nicht etwa aus reinem Selbstzweck, sondern dient dazu, die Monopolstrukturen in den nationalen TK-Märkten abzubauen und Wettbewerb zu fördern. Eine Deregulierung darf nicht dazu führen, dass die Telcos versuchen, ihr Monopol wiederzuerlangen.

## **Ein Grund zur Freude?**

Auf der RTR-Veranstaltung forderte Unternehmensberater Friedrich zum Beispiel eine Aufweichung der Netzneutralität. „Wenn Netzbetreibern kein Zero Rating erlaubt wird, machen für sie Content Deals überhaupt keinen Sinn“, erklärte Friedrich in Wien. Darüber lässt sich diskutieren, wenngleich auch dies nur ein Teilaspekt ist. Die Telcos werden nicht umhin kommen, agiler und innovativer zu werden. Für die meisten TK-Unternehmen bedeutet das eine Verschlanung, vor allem personell.

Damit sind wir wieder beim Philosophen Precht, der davon ausgeht, dass wegen der digitalen Revolution auf lange Sicht für die Hälfte der Menschen keine Arbeit mehr vorhanden sein wird. Und das ist ja eigentlich das Ur-Versprechen der Industrialisierung: die Befreiung des Menschen von der Arbeit. Wenigstens das könnte die digitale Revolution erfüllen – mit all den dazugehörigen Konsequenzen.

## **Die Vectoring-Strategie der Deutschen Telekom... oder billige Sachen können sich nur reiche Leute leisten**

*Heinz-Peter Labonte*

Natürlich hat der Präsident des Landkreistages Recht. Natürlich hat auch die Deutsche Telekom Recht. Sie beteiligt sich an fast allen Markterkundungsverfahren. Auch in breitbandig unterversorgten ländlichen und städtischen Regionen. Ohne Zuschusszusage der Kommunen oder Landkreise sagt sie eigenwirtschaftlichen Ausbau aus betriebswirtschaftlichen Gründen häufig ab. Wenn sich private Investoren finden, belegt sie ohne Zögern strategisch wichtige Kabelverzweiger (KVZ). Natürlich nicht, um die private Investition zu verhindern. Nein, um sich alle Optionen für diese „örtliche Rosine“ betriebswirtschaftlich offenzuhalten.

Und wenn sich eine kommunale Gebietskörperschaft zum Ausbau zum Beispiel über einen Zweckverband entschlossen und dafür die Förderzusagen von Bund und Land erhalten hat, baut die Telekom diese „örtlichen Rosinengebiete“ natürlich auch aus. Wenn dadurch die Rentabilität des ganzen Projektes weder für die Kommune beziehungsweise den Landkreis noch den Privatinvestor unterlaufen wird? Ja und? Ist eben Marktwirtschaft und Wettbewerb.

## **Shareholder Value first**

Man ist ja schließlich den Aktionären verpflichtet. Also auch der Bundesregierung. Nein, dem Bundesfinanzminister, der ja immerhin per Dividende jährlich eine Milliarde Euro vom Beteiligungsunternehmen überwiesen bekommt. Wenn man darauf hofft, dass sich durch diese „taktischen Investitionen“ des Bundesbeteiligungsunternehmens Telekom die Wettbewerber zurückziehen, schadet das doch nicht dem Bundeshaushalt. Und Monopole schaden doch auch nur denen, die sie nicht haben. Betriebswirtschaftlich alles sehr einleuchtend.

## **Landflucht wegen Kartellstrukturen**

Makroökonomisch schadet diese Entwicklung. Die Bundesregierung, Bundeskartellamt und Bundesnetzagentur drücken beide Augen zu. Ihr Handeln wird bestimmt von der Einsicht: „Nur Reiche können sich billige Sachen leisten“. Denn jetzt wird in eine „Übergangstechnologie“ investiert. Später dann nochmals in Glasfaser. Dafür hat man ja in den Wahlprogrammen schon weitere Förderungen angekündigt.

Wenn durch den telekomischen Attentismus nicht nur Landflucht seitens der Bevölkerung und Wirtschaft folgt, ist endlich über den Umweg des Verzichts auf Ordnungspolitik und Grundgesetzbeachtung das alte Monopol wiederhergestellt.

## **Sozialverpflichtung des Eigentums**

„Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen.“ So lautet Artikel 14 Absatz 2 des Deutschen Grundgesetzes. Dies gilt für jeden Bürger, der über Eigentum verfügt. Aber auch für große Unternehmen mit ihren Managern? Offensichtlich nicht! Hier ist das Wall-Street- und Trump'sche Prinzip des Shareholder Value beziehungsweise „Eigeninteresse zuerst“ Praxis. Mit staatlicher Unterstützung. Jetzt also nach Draghi'scher Entreichung durch Straf- und Nullzinspolitik auch noch Monopolpolitik.

## FDP-Vorschlag gemäß Art. 14 Abs.2 GG

Dagegen ist der Vorschlag des baden-württembergischen FDP-Landesvorsitzenden und Spitzenkandidaten Michael Theurer, den er am 22. Juni 2017 in Berlin bei einer Veranstaltung von MediaLABcom, dem Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) sowie dem Bundesverband Lokal TV (BLTV) [vorstellte](#), geradezu sensationell grundgesetzkonform. Er schlug eine bessere und einfachere Finanzierung von Glasfaserinfrastrukturen nach dem Subsidiaritätsprinzip vor. Dabei betonte er neben der Sozialverpflichtung des Eigentums nach Art. 14 Abs. 2 GG einen weiteren, wesentlichen Aspekt: „Die Sicherung einer qualitativ guten Medienversorgung in ländlichen Regionen“.

### Artikel 5 Absatz 1 Grundgesetz

Damit stellte Theurer die Beseitigung der Unterversorgung der ländlichen und stadtnahen Regionen mit gigabitfähigen, breitbandigen Infrastrukturen in den Kontext eines weiteren, vielleicht sogar für unsere demokratischen Prinzipien wichtigeren Zusammenhang, den Artikel 5 Absatz 1 unseres Grundgesetzes: „Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.“

Im Wahlkampf sind diese Begründungen beachtlich und es wert, sich wie Michael Theurer „schon lange für eine Mobilisierung privaten Kapitals für den Aufbau einer flächendeckenden schnellen und glasfaserbasierten Breitbandversorgung einzusetzen“.

### Fazit

Theurers Resümee lautet: „Wenn es nicht gelingt, die Gigabit-Infrastrukturen zu den Menschen aufs Land zu bringen, gehen sie zu ihnen in die Ballungsgebiete! Dies ist die absehbare Konsequenz bürokratischen und ministeriellen Förder- und Zuständigkeitswirrwarrs des BMVI und der Bundes- nebst Länderregierungen.“

Es muss noch ergänzt werden: Ohne die Beachtung des Artikels 14 Absatz 1 des Grundgesetzes lautet der Ruf der GroKo nach dem Aufbruch in die Gigabit-Gesellschaft lapidar: „Auf, auf Kameraden, wir wollen zurück zu staatlich geförderten Telekommonopol“. Daran ändern auch Herr Sager und der Landkreistag nichts mit noch so gut gemeinten Appellen an seine Parteifreunde sowie an Land und Bund. Überzeugender wäre der Einfluss der Landräte in ihrer Verwaltungsratsfunktion in den Sparkassen und deren Beteiligungsgesellschaft DEKA, entsprechende Finanzierungsfonds aufzulegen.

ARD/ZDF müssen laut Gericht für Kabeleinspeisung bezahlen:  
ZDF plädiert für politische Lösung

*Dr. Jörn Krieger*

ARD und ZDF haben einen Rückschlag in dem seit 2013 andauernden Rechtsstreit um Einspeiseentgelte für die Nutzung der Kabelnetze erlitten. Der 1. Kartellsenat des Oberlandesgerichts Düsseldorf entschied am 12. Juli 2017 zu Gunsten der Kabelnetzbetreiber. Die Rundfunkanstalten müssen demnach für die Kabelverbreitung insgesamt rund 3,5 Millionen Euro zahlen. Streitgegenständlich waren allein die Entgelte für das Jahr 2013 und das erste Quartal 2016. Die Parteien streiten darüber, ob die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten verpflichtet sind, für die Verbreitung ihres Rundfunkprogramms über das Kabelnetz Entgelte zu zahlen.

Noch bis 2012 hatten die beklagten Rundfunkanstalten der Netzbetreiberin jährlich über 20 Millionen Euro gezahlt. Grundlage für die Zahlungen war ein im Jahr 2008 zwischen den Beteiligten geschlossener Einspeisevertrag. Im Frühjahr 2011 hatten sich die beklagten Rundfunkanstalten jedoch gemeinsam dazu entschlossen, den Einspeisevertrag zu kündigen und fortan keine Zahlungen mehr zu leisten.

### Kartellrechtswidrige Kündigung

Nach der Auffassung des Senats ist der zwischen den Beteiligten in 2008 geschlossene Einspeisevertrag nicht wirksam gekündigt worden, so dass die Rundfunkanstalten weiterhin verpflichtet seien, Einspeiseentgelte zu zahlen. Die Kündigungserklärungen der Rundfunkanstalten seien kartellrechtswidrig. Sie verstießen gegen § 1 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB), weil sie nicht aufgrund individueller wirtschaftlicher Erwägungen erfolgt seien, sondern auf der Grundlage einer unzulässigen Absprache zwischen den Rundfunkanstalten. Es bestehe eine tatsächliche Vermutung, dass der unstrittig stattgefundene Informationsaustausch zwischen den Rundfunkanstalten ursächlich für die im Juni 2012 erklärten Kündigungen war.

Tragfähige Anhaltspunkte dafür, dass die Rundfunkanstalten die Kündigungen jeweils aufgrund eines eigenständig gefassten Entschlusses erklärt hätten, bestünden nicht. Dokumente, Entscheidungsvorlagen, Protokolle oder Beschlüsse der zuständigen Gremien, die auf ein selbständiges Handeln der Anstalten deuteten, seien nicht vorgelegt worden. Genau das hatte aber der Bundesgerichtshof in seinem Revisionsurteil vom 12. April 2016 (KZR 31/14) in diesem Zusammenhang verlangt.

**Einspeisevertrag besteht weiter**

Der Senat führte außerdem aus, der Einspeisevertrag sei als solcher wirksam. Er begegne insbesondere keinen kartellrechtlichen Bedenken. Die Entgeltsetzung verstoße nicht gegen das kartellrechtliche Missbrauchsverbot des § 19 GWB; ebenso wenig sei ein Verstoß gegen die rundfunkrechtlichen Entgeltvorgaben des § 52d Rundfunkstaatsvertrag oder ein sogenannter Preishöhenmissbrauch festzustellen. Eine wirtschaftliche Übermacht der Klägerin im Verhältnis zu den beklagten Rundfunkanstalten bestehe nicht. Die Vertragsparteien unterlägen hinsichtlich der Signaleinspeisung einer wechselseitigen Abhängigkeit. Eine wettbewerbsrechtlich relevante Ausbeutung der Rundfunkanstalten liege nicht vor.

### **ARD prüft Urteilsbegründung**

In erster Instanz hatte das Landgericht Köln die Klage der Netzbetreiberin abgewiesen. Das zunächst ergangene Berufungsurteil des erkennenden Senats wurde vom Bundesgerichtshof in der Revisionsinstanz zum Teil aufgehoben und zur erneuten Verhandlung und Entscheidung zurückverwiesen. Eine erneute Revision gegen das jetzt ergangene Urteil hat das Oberlandesgericht Düsseldorf nicht zugelassen.

Das weitere Vorgehen von ARD und ZDF bleibt abzuwarten. "Die ARD hat heute die Entscheidungsgründe der Entscheidung des Oberlandesgerichts Düsseldorf vom 12. Juli 2017 in Sachen Vodafone Kabel Deutschland GmbH ./. ARD erhalten", erklärte eine ARD-Sprecherin gegenüber MediaLABcom. "Die Entscheidung steht im Widerspruch zu den vorinstanzlichen Entscheidungen des Landgerichts Köln und des Oberlandesgerichts Düsseldorf." Die ARD prüfe derzeit die umfangreiche, 70-seitige Begründung der Entscheidung. "Auf dieser Basis wird über das weitere prozessuale Vorgehen entschieden."

### **ZDF will politische Lösung**

Das ZDF ruft unterdessen die Ministerpräsidenten der Länder auf, über eine gesetzliche Regelung im Rundfunkstaatsvertrag für Klarheit zu sorgen. "Bei den jüngsten Entscheidungen des Oberlandesgerichts Düsseldorf handelt es sich um Altfälle, die Fragen der Vergangenheit behandeln. Hierzu liegen nun unterschiedliche Entscheidungen der Oberlandesgerichte in Deutschland vor, die gegebenenfalls nochmals vom Bundesgerichtshof (BGH) zu bewerten sein werden", sagte eine ZDF-Sprecherin gegenüber MediaLABcom. "Die zukünftige Regelung der Geschäftsbeziehungen zwischen dem ZDF und Kabelunternehmen in Deutschland war nicht Gegenstand der Entscheidung. Hierzu hat der BGH geurteilt, dass etwaigen Einspeiseleistungen der Wert der ZDF-Programme für die Kabelunternehmen gegenübergestellt werden muss. Da sich die Kabelunternehmen hierzu zielführenden Vereinbarungen entziehen, ist der Gesetzgeber aufgefordert, entsprechend den europäischen Vorgaben eine gesetzliche Regelung im Rundfunkstaatsvertrag zu treffen."

## **Debatte um Kabelweitersendung und Einspeiseentgelt-Urteil: Folgen für Kabelnetzbetreiber und Antennengemeinschaften**

*RA Ramón Glaßl*

Gleich zwei Nachrichten haben in den vergangenen Wochen für Aufsehen gesorgt: Zum einen steht auf Initiative des Justizministeriums des Freistaats Sachsen zur Debatte, ob Antennengemeinschaften von einer Vergütungspflicht für Kabelweitersendung ausdrücklich ausgenommen werden sollten. Zum anderen hat das Oberlandesgericht Düsseldorf am 12. Juli 2017 entschieden, dass öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten für eine Übertragung im Kabelnetz zahlen müssen.

### **Freistellung von Antennengemeinschaften**

Innerhalb des Bundesrats und des Bundestags ist eine Debatte darüber entbrannt, ob Antennengemeinschaften ausdrücklich von der Vergütungspflicht für Kabelweitersendung nach § 20b UrhG ausgenommen werden sollen. Am 12. Mai 2017 hatte der Bundesrat dem Antrag des Freistaats Sachsen zugestimmt, Antennengemeinschaften von der Vergütungspflicht zu befreien.

Neben der VG Media hat sich auch die Bundesregierung in Ihrer Gegenäußerung vom 17. Mai 2017 mit dem Thema befasst und die Initiative abgelehnt. Nach Ansicht der Regierung steht die vorgeschlagene Änderung nicht im Zusammenhang mit gesetzlich erlaubten Nutzungen im Bereich des Unterrichts, der Wissenschaft oder kultureller Einrichtungen. Auch inhaltlich komme eine pauschale Freistellung von Antennengemeinschaften nach den Maßgaben des europäischen Rechts nicht in Betracht, erklärt die Regierung.

Ein derartiger Schritt ist allerdings auch überhaupt nicht nötig, weil die klassische Antennengemeinschaft nicht unter § 20b UrhG fallen dürfte. Es mangelt insofern bereits an einer öffentlichen Wiedergabe, da – um es mit dem Bundesgerichtshof in seiner Ramses-Entscheidung (MediaLABcom [berichtete](#)) zu halten – die Mitglieder der Antennengemeinschaft lediglich an sich selbst weiterleiten. Anders sehen dies jedoch diverse Land- und Oberlandesgerichte in Sachsen und Brandenburg. Eine Besprechung dieser Urteile finden Sie [hier](#).

### **Entgeltspflicht für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten**

Am 12. Juli 2017 hat der 1. Kartellsenat des Oberlandesgerichts Düsseldorf entschieden, dass öffentlich-

rechtliche Rundfunkanstalten für die Einspeisung in Kabelnetze ein Einspeiseentgelt zu zahlen haben. Hintergrund des Rechtsstreits war ein bis 2012 geltender Einspeisevertrag aus dem Jahre 2008 zwischen den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und einem Kabelnetzbetreiber, auf dessen Grundlage die Rundfunkanstalten jährlich knapp 20 Millionen Euro zahlten. Im Frühjahr 2011 hatten sich die beklagten Rundfunkanstalten gemeinsam dazu entschlossen, den Einspeisevertrag zu kündigen und fortan keine Zahlungen mehr zu leisten.

### **Rechtswidrige Kartellabsprache**

Das Oberlandesgericht Düsseldorf hat nun entschieden, dass die Kündigung des Vertrages nicht wirksam war, sodass die Rundfunkanstalten weiter zur Zahlung des Einspeiseentgelts verpflichtet sind. Zur Begründung führt das Gericht aus, dass die Kündigung aufgrund des Informationsaustauschs zwischen den Rundfunkanstalten geschah und daher eine nach § 1 GWB rechtswidrige Kartellabsprache darstelle.

Zugleich stellte das Oberlandesgericht Düsseldorf fest, dass der Einspeisevertrag als solcher wirksam sei und keinen kartellrechtlichen Bedenken begegne. So verstoße die Entgeltsetzung nicht gegen das kartellrechtliche Missbrauchsverbot des § 19 GWB oder die Entgeltvorgaben des § 52d Rundfunkstaatsvertrag. Eine wirtschaftliche Übermacht der Klägerin im Verhältnis zu den Rundfunkanstalten bestehe nicht, da die Vertragsparteien hinsichtlich der Signaleinspeisung einer wechselseitigen Abhängigkeit unterlägen.

Dieses Urteil bezieht sich zwar auf einen konkreten Einzelfall und dürfte keine allgemeine Entgeltspflicht der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten begründen. Gleichwohl dürfte es die Verhandlungsposition von Kabelnetzbetreibern stärken, da das Gericht einen Einspeisevertrag für grundsätzlich zulässig erachtet.

*Ramón Glaßl ist Rechtsanwalt bei der Kanzlei Schalast & Partner. Gegründet im Jahr 1998 als Boutique für M&A und TMT berät die Kanzlei auch heute noch schwerpunktmäßig in diesen Bereichen. Darüber hinaus hat sich das Beratungsportfolio zwischenzeitlich erweitert, sodass nunmehr das gesamte Wirtschaftsrecht abgedeckt wird. Der FRK wurde bereits in früheren Verfahren vor dem Bundeskartellamt, der Bundesnetzagentur und den ordentlichen Gerichten von der Kanzlei Schalast & Partner beraten. Professor Dr. Christoph Schalast besetzt seit Juni 2015 zudem die Stelle als Justiziar des FRK.*

## **Einspeiseentgelte für die Kartellanten... oder Juristen gegen Mittelständler**

*Heinz-Peter Labonte*

Öffentlich-rechtliche TV-Sender müssen nun doch für ihre Einspeisung in das TV-Kabelnetz zahlen. Eine Kündigung vor sechs Jahren ist unwirksam. Das hat der 1. Kartellsenat des Oberlandesgerichts Düsseldorf entschieden. Die von den Rundfunkanstalten ausgesprochenen Kündigungen der Einspeiseverträge mit den Kabelnetzbetreibern seien kartellrechtswidrig und damit unwirksam, weil sie "auf der Grundlage einer unzulässigen Absprache zwischen den Rundfunkanstalten" erfolgt seien. ARD und ZDF hatten im Jahr 2011 ihre Verträge zur Verbreitung ihrer Inhalte durch Kabel Deutschland, jetzt Vodafone, und Unitymedia gekündigt. Vorher überwiesen sie den Kabelkonzernen Einspeisungsentgelte in Höhe von rund 60 Millionen Euro.

### **Juristisch vorgeschriebene Wettbewerbsverzerrung**

Geht man davon aus, dass die vielen mittelständischen Kabelnetzbetreiber, aber auch Anbieter wie die Deutsche Telekom mit Entertain keine Einspeiseentgelte bezahlen, während die öffentlich-rechtlichen Sender dagegen für die Verbreitung über Satellit und DVB-T2 zahlen, ist über dieses Thema grundsätzlich neu zu befinden, erfuhr MediaLABcom vom Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK).

### **Maßstab 60 Millionen Euro**

Legt man nämlich den Maßstab von 60 Millionen Euro für die in 2013 maximal 15 Millionen Kunden der Zahlungsempfänger an, dann betrug der Gewinnzuschuss für Unitymedia und Vodafone beziehungsweise Media Broadcast vier Euro pro Kunde per anno. Mit den vom Einspeiseentgelt aus historischen Gründen ausgeschlossenen Kabelnetzbetreibern, müssten demnach die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zukünftig diese vier Euro pro Jahr auch für deren ca. fünf Millionen Kunden zahlen, was einer Mehrbelastung von etwa 20 Millionen Euro entspricht. Dabei wäre auch die Frage der rückwirkenden Zahlungsnotwendigkeit zu klären.

### **Fazit**

Während das ZDF bereits nach einer politischen Lösung, also dem Gesetzgeber ruft, will sich die ARD wohl durch alle Instanzen klagen. Sollte das Düsseldorfer OLG-Urteil bestätigt werden, wird der FRK für seine Mitglieder Kartellbeschwerde einlegen, wie der Verband auf MediaLABcom-Anfrage mitteilt.

## **Kurzmeldungen**

*Dr. Jörn Krieger*

## **Unitymedia beendet Analogabschaltung / 30-Euro-Box für Röhrenfernseher**

Unitymedia hat die letzten analogen Programme aus seinem Kabelnetz entfernt. Die Analogabschaltung fand in fünf Wochen schrittweise in den versorgten drei Bundesländern Baden-Württemberg, Hessen und Nordrhein-Westfalen statt. Unitymedia ist der erste deutsche Kabelnetzbetreiber, der diesen Schritt vollzogen hat. "Durch die gute Vorbereitung ist die Abschaltung technisch und kommunikativ reibungslos verlaufen. Jetzt haben wir mehr Platz im Kabel, um unseren Kunden mehr Digitalsender, neuartige digitale Dienste und Gigabit-Internet zu bieten", sagte Christian Hindennach, Leiter des Privatkundengeschäfts bei Unitymedia.

Auch an Kunden mit Röhrenfernsehern wurde gedacht: Ihnen bietet Unitymedia die "Tschüss analog. Hallo digital!"-Box für rund 30 Euro an, wie ein Sprecher gegenüber MediaLABcom erklärte. Sie ist nicht online erhältlich, sondern ausschließlich an den Hotlines und in den Ladenlokalen. Die regulären von Unitymedia angebotenen Kabelboxen kosten 129 Euro (HD-Receiver) beziehungsweise 399 Euro (Horizon HD Recorder).

Als nächster Schritt folgt ab Ende August 2017 eine Neusortierung der Frequenzbelegung, bei der beispielsweise die digitalen TV-Kanäle in niedrigere Frequenzbereiche als bisher wandern, während die Dcois-Kanäle für die Datenübertragung in einen höheren Frequenzbereich verschoben werden. Auf diese Weise will Unitymedia unter anderem die Qualität seiner Fernsehsignale optimieren. Für TV-Kunden werden im Zuge der Aufräumaktion – abhängig vom verwendeten Empfangsgerät – ein Sendersuchlauf und eine Aktualisierung der Favoritenlisten notwendig.

#### **RTL II stellt Jugendangebot RTL II You ein**

RTL II hat seinen Jugendkanal RTL II You am 30. Juni 2017 eingestellt. Das Angebot habe sich auf dem Zuschauer- und Werbemarkt nicht durchgesetzt, sagte ein RTL-II-Sprecher gegenüber MediaLABcom. Der Privatsender werde einige Produktionen wie "Mjunik" bei RTL II fortführen sowie seine Social-Media-Aktivitäten und reinen Online-Formate weiter ausbauen, die dann etwa bei rtl2.de oder TV Now zu sehen sein werden. Darin sollen auch die mit RTL II You gesammelten Erfahrungen eingebracht werden.

RTL II You war am 31. Mai 2016 als digitales TV-Angebot gestartet, das lineares Fernsehen mit Abrufinhalten verbindet. Der werbefinanzierte Free-TV-Kanal für Zuschauer zwischen 14 und 25 Jahren war als Livestream im Internet sowie als App für Smart-TV-Fernseher, Smartphones und Tablets verfügbar. Die klassischen Verbreitungswege Kabel, Satellit, IPTV und Terrestrik wurden nicht angesteuert. Das Programm bestand aus Eigenproduktionen, Sendungen von TV-Partnern wie joiz und Rocket Beans TV, US-Serien und japanischen Zeichentrickreihen (Animes).

#### **Discovery und Sky streiten wegen Bundesliga**

Zwischen Discovery Networks Deutschland und Sky Deutschland ist eine Auseinandersetzung um die Fußball-Bundesliga-Rechte aufgeflammt. Das Landgericht Köln hat auf Antrag von Discovery eine einstweilige Verfügung gegen Sky wegen irreführender Werbung ausgesprochen, wie eine Discovery-Sprecherin gegenüber MediaLABcom bestätigte. "Discovery fühlt sich den Fußballfans gegenüber verpflichtet, dass sie zutreffend informiert werden, welche Bundesliga-Spiele sie sehen können, wann sie diese Spiele sehen können und wo sie diese Spiele sehen können. Aus diesem Grund war es für uns wichtig und notwendig gegen Sky Deutschland vorzugehen. Denn Sky hat irreführend behauptet und damit geworben, dass alle Spiele in der kommenden Saison ausschließlich auf den Sky-Plattformen verfügbar sein werden", erklärte die Discovery-Sprecherin. "Nach unserer Ansicht führen solche Aussagen von Sky Millionen von Sportfans in Deutschland in die Irre."

Ab der neuen Bundesliga-Spielzeit im August 2017 wird Eurosport 45 Live-Spiele pro Saison übertragen. Dazu zählen alle Partien am Freitagabend, die fünf Partien am Sonntagmittag, die fünf Montagabendspiele sowie der Supercup und die vier Relegationsspiele. Da Discovery bislang keinen Verbreitungspartner in Deutschland gefunden hat, werden die Spiele nach gegenwärtigem Stand nur im eigenen kostenpflichtigen Web-TV-Angebot [Eurosport Player](#) zu sehen sein, den die Zuschauer auf Smart-TV-Fernsehern, Computern, Tablets und Smartphones nutzen können. Als Sonderaktion zum Bundesliga-Start ist bis 31. August 2017 ein Jahres-Abo des Eurosport Players für den Gesamtpreis von 29,99 Euro erhältlich. Der Tagespass (24 Stunden gültig) kostet 9,99 Euro. In der Schweiz einigte sich Discovery kürzlich mit dem Pay-TV-Veranstalter Teleclub über die Verbreitung der Bundesliga-Spiele.

Ein Sky-Sprecher bestätigte gegenüber MediaLABcom den Eingang der einstweiligen Verfügung von Discovery. "Wir haben bereits seit geraumer Zeit unsere Kommunikation auf die neue Rechtesituation ab der Saison 2017/18 entsprechend angepasst", sagte er. In den vergangenen Monaten habe es zahlreiche Termine und Gespräche mit Discovery bezüglich einer möglichen Verbreitung der von Discovery erworbenen Live-Spiele der Bundesliga über Sky gegeben. "Dabei hat uns Discovery kein Angebot vorgelegt, das auch nur im Ansatz am Markt refinanzierbar wäre", sagte der Sky-Sprecher "Sky hat Discovery seinerseits bereits im Sommer 2016 ein eigenes Angebot unterbreitet. Auf dieses ist Discovery bis heute nicht eingegangen. Sollte sich dies in nächster Zeit ändern, sind wir jederzeit zu weiteren Gesprächen bereit."

#### **Discovery holt deutsche Lizenzen für Eurosport**

Discovery Communications Deutschland will die deutschen Eurosport-Sender künftig nicht mehr mit französischer, sondern deutschen Rundfunklizenzen betreiben. Der TV-Veranstalter hat zu diesem Zweck bei der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) die Zulassung zur Veranstaltung der bundesweiten Fernsehspartenprogramme Eurosport 1, Eurosport 2 und Eurosport 2 HD Xtra beantragt. Bislang wurden Eurosport 1 und Eurosport 2 wie auch die internationalen Eurosport-Programme von der Eurosport SAS auf der Grundlage einer paneuropäischen Lizenz des französischen Medienbehörde CSA

veranstaltet. Die Programme für die deutschsprachigen Länder Europas sollen nunmehr von Discovery Communications Deutschland betrieben werden. Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) gab dafür grünes Licht, die BLM erteilte auf ihrer jüngsten Sitzung die Zulassungen.

Die lizenzrechtliche Ansiedlung in Frankreich stammt aus der Zeit, als Eurosport eine Tochter des französischen Privatsenders TF1 war. "Im Zuge des Zulassungsverfahrens für Eurosport 2 HD Xtra haben wir uns dazu entschieden, auch für Eurosport 1 und Eurosport 2 eine deutsche Lizenz zu beantragen", sagte ein Discovery-Sprecher gegenüber MediaLABcom. "Im Sinne der vorschreitenden Lokalisierung der Marke Eurosport mit national bedeutenden Rechten und einer verstärkten lokalen Berichterstattung war das für uns der folgerichtige Schritt."

Eurosport 1 ist im deutschsprachigen Raum werbefinanziert und frei empfangbar, Eurosport 2 wird als Pay-TV-Sender angeboten. Der neue Ableger Eurosport 2 HD Xtra zeigt das Programm von Eurosport 2 sowie die 45 Bundesliga-Partien pro Spielzeit, an denen Discovery ab der am 18. August 2017 beginnenden neuen Saison 2017/18 die Pay-TV-Rechte hält. Bislang ist Eurosport 2 HD Xtra in Deutschland ausschließlich im kostenpflichtigen OTT-Dienst Eurosport Player zu empfangen, Verbreitungsverträge mit Plattformbetreibern via Kabel, Satellit oder IPTV wurden bislang nicht abgeschlossen. In der Schweiz hingegen zeigt der Pay-TV-Veranstalter Teleclub die von Eurosport 2 HD Xtra übertragenen Bundesliga-Spiele auf herkömmlichen Verbreitungswegen.

### **ARD/ZDF verhandeln wieder mit Discovery über Olympia**

Mehr als ein halbes Jahr nach dem Scheitern der Gespräche verhandeln ARD und ZDF wieder mit Discovery Networks Deutschland über Sublizenzen für die Olympischen Spiele. "Wir befinden uns in Gesprächen mit Eurosport/Discovery", bestätigte ARD-Sportkoordinator Axel Balkausky der Nachrichtenagentur dpa. "Wir haben ja bereits im vergangenen Jahr betont, dass wir uns bemühen würden, Sublizenzen an den Olympischen Spielen zu akzeptablen Bedingungen zu erwerben." Ende November 2016 waren die Gespräche über die Weitergabe von TV-Rechten an die öffentlich-rechtlichen Sender wegen unterschiedlicher Preisvorstellungen gescheitert. Discovery kündigte daraufhin an, dass die Spiele ab 2018 in Deutschland exklusiv bei Eurosport, Eurosport 2, DMAX und im Eurosport Player zu sehen sein werden. "Eine abgeschlossene Vereinbarung gibt es bisher nicht", erklärte Balkausky. "Aus diesem Grund können wir uns zu der Thematik derzeit nicht weiter äußern." Discovery hatte im Juni 2015 die europäischen TV-Rechte für die Olympischen Spiele zwischen 2018 und 2024 für 1,3 Milliarden Euro vom Internationalen Olympischen Komitee (IOC) erworben.

### **Sky stellt Sky 3D und Sky HD Fan Zone ein**

Sky Deutschland hat seinen 3D-Kanal am 1. Juli 2017 eingestellt. In den vergangenen Monaten habe sich gezeigt, dass Sky 3D kaum noch gesehen werde, erklärt der Pay-TV-Veranstalter in einer [Stellungnahme](#) auf seiner Webseite. Zudem gebe es immer weniger interessante Inhalte für ein spannendes Programm. "3D-TV hat sich leider nicht als nachhaltige Entwicklung herausgestellt, weshalb auch viele TV-Hersteller diese Funktion nicht mehr anbieten." Im Abrufdienst Sky Store bietet Sky weiterhin ausgewählte Filme in 3D an. Sky hatte im Oktober 2016 angekündigt, den 3D-Kanal Mitte 2017 abzuschalten und stattdessen stärker in Ultra HD zu investieren. Bereits am 25. Juni 2017 hat Sky die Sky HD Fan Zone eingestellt, die den Zuschauern einen Überblick über die verschiedenen Optionskanäle bei großen Sportevents gab.

### **Vodafone will 1.000 Stellen in Deutschland streichen**

Vodafone will 2018 rund 1.000 Arbeitsplätze in Deutschland abbauen. Das berichtet das ["Handelsblatt"](#) unter Berufung auf das Umfeld des Aufsichtsrats. Damit würden rund sieben Prozent der Stellen wegfallen. Derzeit arbeiten bei dem deutschen Ableger des britischen Telekommunikationskonzerns rund 14.000 Mitarbeiter. Vodafone will mit den Kürzungen rund 70 Millionen Euro einsparen. Ein Vodafone-Sprecher sagte der Wirtschaftszeitung, man könne den Stellenabbau "zum derzeitigen Zeitpunkt nicht bestätigen". Unternehmensführung und Arbeitnehmervertretung befänden sich noch in Gesprächen.

### **Freetv erreicht 500.000 Kunden**

Eine halbe Million Kunden von Freetv haben sich bereits vor Ablauf der Gratisphase dazu entschieden, die DVB-T2-Plattform kostenpflichtig weiter zu nutzen. Anfang Juli 2017 endete der dreimonatige Gratisbezug für die ersten Kunden. Seitdem kostet der Empfang der Full-HD-Versionen der privaten Free-TV-Sender 5,75 Euro pro Monat. "Wir sind mit der Kundenresonanz sehr zufrieden. Die Zahlen bestätigen, dass das Angebot von Freetv den Bedürfnissen und Wünschen der Verbraucher entspricht und sie in den letzten drei Monaten überzeugt hat", sagte Kerstin Köder, Head of Freetv bei der Betreibergesellschaft Media Broadcast. Freetv liegt damit exakt im [Geschäftsplan](#), der 500.000 zahlende Kunden zum 30. Juni 2017 vorsah. Bis Jahresende soll die Kundenzahl auf mehr als 800.000 steigen. Zum 31. Dezember 2018 will Freetv mehr als eine Million Kunden erreichen.

### **waipu.tv erreicht über 50.000 zahlende Nutzer**

Die IPTV-Plattform waipu.tv konnte in den ersten neun Monaten ihres Bestehens über 260.000 registrierte Haushalte mit insgesamt mehr als 500.000 Nutzen gewinnen (Stichtag: 30. Juni 2017). Über 50.000 Haushalte haben sich für eines der angebotenen Bezahlpakete entschieden. Die Betreibergesellschaft Exaring liegt damit leicht über dem Geschäftsplan ihres Gesellschafters Freetv, der zum 30. Juni über 250.000 registrierte und über 50.000 zahlenden Haushalte [erwartete](#). Zum Jahresende soll waipu.tv mehr als 500.000 registrierte und rund 100.000 zahlende Haushalte erreichen. 80 Prozent der waipu.tv-Kunden nutzen regelmäßig die integrierte Aufnahmefunktion über den cloudbasierten Personal Video Recorder. In diesem Jahr sollen weitere Funktionen und Inhalte dazu kommen.

### **ARD könnte RTL die Formel 1 wegschnappen**

Die ARD steht nach Informationen der "Frankfurter Allgemeinen Zeitung" in Verhandlungen über die Free-TV-Rechte der Formel 1 von der Saison 2018 an und tritt damit in Konkurrenz zum Privatsender RTL, der seit 1991 die Grand-Prix-Rennen live überträgt. Der Vertrag von RTL endet nach dieser Saison. Die ARD wollte dazu keinen Kommentar abgeben: "Zu laufenden Ausschreibungsverfahren äußern wir uns grundsätzlich nicht", sagte Sportkoordinator Axel Balkausky. Liberty Media, der neue Eigentümer der Rennserie, analysiert derzeit weltweit die Fernsehmärkte. Um dem Bezahlfernsehen mehr Exklusivität zu geben, sind möglicherweise künftig nicht mehr alle Rennen im Free-TV zu sehen. Die Verantwortlichen sprächen derzeit sowohl mit Vertragspartnern als auch mit Interessenten, [berichtet](#) die Zeitung unter Berufung auf das Umfeld von Liberty Media. Die Entscheidung darüber, wer die Formel 1 ab 2018 in Deutschland überträgt, soll nach der Sommerpause der Rennserie Ende August oder Anfang September 2017 fallen.

### **Offene Kanäle aus Rheinland-Pfalz auf Astra und Freenet TV**

Die neun Offenen Kanäle (OK-TV) in Rheinland-Pfalz können seit 1. Juli 2017 von Satellitenhaushalten und von Zuschauern der DVB-T2-Plattform Freenet TV empfangen werden, die über ein HbbTV-fähiges Endgerät mit Internetanbindung verfügen. Ermöglicht wird dies durch die Einbindung der Programme in das Lokal-TV-Portal, das von der Bayerischen Medien Technik (bmt) im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) für alle Landesmedienanstalten entwickelt wurde. Das Lokal-TV-Portal wird als eigener Programmplatz über Astra (19,2 Ost) und bei Freenet TV ausgestrahlt und bietet eine Übersicht von lokalen Fernsehsendern aus vielen Bundesländern. "Es war mir ein besonders Anliegen, dass wir uns dem Lokal-TV-Portal angeschlossen haben. Damit wird besonders in den ländlichen Regionen in Rheinland-Pfalz, in denen es keinen Kabelanschluss gibt und in denen der Satellit der meistgenutzte Übertragungsweg ist, der Empfang der OK-TV-Programme ermöglicht", sagte LMK-Direktorin Renate Pepper in Ludwigshafen. "Dies gilt auch für die drei lokalen Fernsehprogramme tv.mittelrhein (TVM), Westerwald-Wied-TV (WW-TV) und Rhein-Ahr-TV, die voraussichtlich im August 2017 auf das Lokal-TV-Portal aufgeschaltet werden."

### **Media Broadcast Satellite überträgt Lokal-TV aus Bayern auf Astra**

Der Dienstleister Media Broadcast Satellite überträgt seit 1. Juli 2017 von seinem Teleport in Usingen die bayerischen Lokalsender auf Astra (19,2° Ost). Das Unternehmen hat ein entsprechendes Abkommen mit der Bayerischen Medien Technik (bmt) geschlossen. Eingesetzt wird die Frequenz 11,523 GHz H (SR 22.000, FEC 5/6). Der Vertrag umfasst die Signalaufbereitung und Encodierung, das statistische Multiplexing sowie das Monitoring der 16 bayerischen Lokalfernsehangebote, die aufgeteilt auf insgesamt zehn Programmplätze für Satellitenhaushalte verbreitet werden. Mit dabei sind unter anderem das Franken Fernsehen, münchen.tv und das Regionalfernsehen Oberbayern. Hinzu kommt ein Standbild zur Übertragung der Empfangsparameter sowie der Signalisierung für das HbbTV-Angebot Lokal-TV-Portal. Media Broadcast Satellite übernimmt zudem die Ausstrahlung der Daten für die Hybridangebote der Lokal-TV-Stationen. "Dank unserer jahrzehntelangen Erfahrung und der entsprechenden Ressourcen für Broadcast-Satellite-Services konnten wir den technischen Wechsel an den Teleport Usingen kurzfristig und nahtlos realisieren", sagte Christian Fleischhauer, Geschäftsführer von Media Broadcast Satellite. "Damit profitieren die TV-Veranstalter von einer effizienten Programmverbreitung zu äußerst ökonomischen Bedingungen."

### **Zahl der Lokalsender weiter rückläufig**

Das Sendersterben bei lokalen TV-Veranstaltern hat sich auch 2016 in Deutschland fortgesetzt. Die Zahl der für die Vielfalt besonders wichtigen lokalen/regionalen und landesweiten privaten TV-Anbieter ist aufgrund der schwierigen Marktsituation seit Jahren kontinuierlich rückläufig und von 146 Angeboten im Jahr 2013 auf 128 Angebote Anfang 2017 zurückgegangen. Das schreiben die Landesmedienanstalten in ihrem "Jahrbuch 2016/2017". Dagegen ist die Zahl der privaten bundesweiten Fernsehsender seit 2013 von 160 auf 203 gestiegen. Auch im privaten Hörfunk hat sich im Fünf-Jahres-Vergleich die Anzahl der Sender ohne Berücksichtigung von reinen Webradios von 270 auf 288 erhöht. Daneben gibt es über 180 Bürgermedien in Deutschland.

"Die einmalige Vielfalt der deutschen Rundfunklandschaft konnte so nur in einem föderal verfassten Land entstehen", sagte Siegfried Schneider, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). "Es ist das große Anliegen der Medienanstalten, diese Vielfalt zu bewahren und den Schutz von wichtigen gesellschaftlichen Interessen auch in einer digitalen Medienordnung zu verankern. Dabei bringen wir die Interessen der Länder mit den nationalen und internationalen Belangen einer globalen Medienwelt in Einklang."

Das Jahrbuch, das auch die Forderung des Bundesverbands Lokal-TV nach einer Beteiligung der Lokalsender am Rundfunkbeitrag aufgreift (S. 122), gibt einen umfassenden Überblick über Angebot, Entwicklung und Marktsituation des privaten Rundfunks in Deutschland sowie Informationen zu den Arbeitsschwerpunkten der Landesmedienanstalten. Das im Vistas Verlag erschienene Buch ist zum Preis von 25 Euro im Buchhandel (ISBN 978-3-89158-633-4) oder direkt beim [Verlag](#) erhältlich. Es kann auch als PDF-Datei kostenfrei auf der [Webseite](#) der Medienanstalten heruntergeladen werden.

### **RTL Nitro lässt RTL weg**

Der TV-Sender RTL Nitro verzichtet ab 31. Juli 2017 auf den Zusatz RTL und nennt sich nur noch Nitro. "In den Anfangsjahren haben wir sehr stark von der Strahlkraft der Marke RTL profitiert. Nun gehen wir den nächsten Schritt und möchten ein neu definiertes Selbstverständnis zum Ausdruck bringen", sagte Senderchef Oliver Schablitzki. Ein Höhepunkt im Programm ist die neue Sendung "100% Bundesliga -

Fußball bei Nitro", die der Free-TV-Sender zum Beginn der neuen Bundesliga-Saison startet. Jeden Montagabend von 22.10 bis 0.15 Uhr zeigt Nitro die ausführlichen Zusammenfassungen aller 18 Spiele des Wochenendes in der Bundesliga und 2. Bundesliga. Die Moderation übernehmen Laura Wontorra und Thomas Wagner, die zuvor bei Sport1 und Sky Deutschland arbeiteten.

#### **Aus Nickelodeon wird wieder Nick**

Der US-Medienkonzern Viacom International Media Networks verpasst seinem Kinderkanal Nickelodeon in Deutschland, Österreich und der Schweiz ab sofort wieder die Kurzform Nick. Gleichzeitig wird ein neues Erscheinungsbild eingeführt. "Nickelodeon hat sich in den vergangenen zwölf Jahren als Kindersender im Markt etabliert. Jeder kennt Nickelodeon – Nickelodeon ist der gute Freund, und den nennt man doch gerne bei seinem Spitznamen", sagte Steffen Kottkamp, Director Kids & Family bei Viacom. Die Dachmarke lautet weiterhin Nickelodeon und bleibt unter anderem bei den Nickelodeon Kids' Choice Awards sichtbar.

#### **Media Broadcast erhält DVB-T2-Multiplex in Berlin**

Der Medienrat der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) hat dem Sendernetzbetreiber Media Broadcast den Zuschlag für einen lokalen DVB-T2-Multiplex im Ballungsraum Berlin gegeben. Die Zuweisung gilt für sieben Jahre ab Aufnahme des Plattformbetriebs. "Wir möchten daran erinnern, dass bei Belegungsentscheidungen der Grundsatz des chancengleichen Zugangs der Programmveranstalter zu beachten ist. Eine Belegung insbesondere im Hinblick auf die Lokalprogramme muss diskriminierungsfrei erfolgen", sagte Hansjürgen Rosenbauer, Vorsitzender des MABB-Medienrats. Gemäß Medienstaatsvertrag und Rundfunkstaatsvertrag ist die MABB berechtigt, die Belegungsentscheidungen auf die Gewährung chancengleichen Zugangs und Diskriminierungsfreiheit zu überprüfen. Der Multiplex, über den bis zu acht TV-Sender ausgestrahlt werden können, soll im November 2017 in Betrieb gehen. Media Broadcast betreibt bereits die bundesweite DVB-T2-Plattform Freenet TV. Auch in Hamburg erhielt das Unternehmen kürzlich den Zuschlag für einen lokalen DVB-T2-Multiplex.

#### **Telekom baut StreamOn aus**

Die Deutsche Telekom hat neue Partnerangebote in ihren umstrittenen Zero-Rating-Dienst StreamOn aufgenommen. Im Videobereich kamen der OTT-Dienst Sky Ticket, die Online-Videothek Juke und der Online-Videorekorder save.tv dazu, im Audiodienst unter anderem Soundcloud, Tidal und Radiosender wie Antenne Bayern, Rock Antenne, Radio Regenbogen, bigFM, Radio Gong 96,3, Kultradio und ERF Pop. Damit sind insgesamt knapp 50 Partner Teil des Angebots. StreamOn ermöglicht Telekom-Mobilfunkkunden, die darin enthaltenen Musik- und Video-Streaming-Dienste zu nutzen, ohne dass der Datenverbrauch das im Mobilfunkvertrag inbegriffene Highspeed-Datenvolumen verringert. Kritiker werfen der Telekom allerdings vor, damit gegen das Gebot der Netzneutralität zu verstoßen. Die Bundesnetzagentur prüft den [Tarif](#).

#### **Dirk Wössner wird neuer Deutschland-Chef der Telekom**

Dirk Wössner wird zum 1. Januar 2018 neues Vorstandsmitglied der Deutschen Telekom, zuständig für das Festnetz- und Mobilfunkgeschäft in Deutschland. Er tritt die Nachfolge von Niek Jan van Damme an, der den Telekommunikationskonzern verlässt. "Nach intensiven Gesprächen mit unserem Vorstandsvorsitzenden Tim Höttges und dem Aufsichtsratsvorsitzenden Ulrich Lehner habe ich beschlossen, Ende des Jahres meine bisherige Aufgabe niederzulegen. Das ist etwas früher als ursprünglich geplant, aber passt sehr gut in meine persönliche Lebensplanung und ist die beste Garantie für eine reibungslose Übergabe, ähnlich wie das vor vier Jahren bei René Obermann und Tim Höttges der Fall war", sagte van Damme in Bonn.

Höttges erklärte: "Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit Dirk Wössner und auf seine Rückkehr. Er kennt das Unternehmen wie kaum ein anderer. Er hat in den letzten Jahren, die er außerhalb des Telekom-Konzerns aktiv war, wichtige Erfahrungen sammeln können, die er ab nächstem Jahr in seine Arbeit bei der Telekom einbringen können. So hat er in den vergangenen Jahren beim kanadischen Marktführer Rogers Communications das Privatkundengeschäft verantwortet und dieses erfolgreich zurück auf einen Wachstumskurs geführt. Rogers hat eine lange Tradition als Innovationsführer in Nordamerika: Unter der Leitung von Dirk Wössner war Rogers das erste Unternehmen, das seinen Kunden 4K-Fernsehen und eine flächendeckende Breitbandversorgung mit 1 Gbit/s anbieten konnte. Niek Jan van Damme danke ich von ganzem Herzen für die rund 15-jährige Zusammenarbeit. Er hat in dieser Zeit viel für die Deutsche Telekom geleistet. Die Liste ist lang, besonders hervorzuheben ist die Zusammenführung von Festnetz- und Mobilfunkgeschäft in eine Einheit, den Ausbau und die Modernisierung der Netze und die deutliche Verbesserung des Service der Deutschen Telekom. Das Unternehmen und ich haben ihm viel zu verdanken."

#### **Wechsel an der Spitze von Tele Columbus**

Ronny Verhelst, CEO von Tele Columbus, verlässt den drittgrößten deutschen Kabelnetzbetreiber zum 1. Februar 2018 aus persönlichen Gründen. Sein Nachfolger wird Timm Degenhardt, der vom Schweizer Telekommunikationsanbieter Sunrise kommt. Er tritt bereits zum 14. August 2017 in die Tele-Columbus-Gruppe ein und wird zum 1. September 2017 für zunächst drei Jahre als weiteres Vorstandsmitglied bestellt, um einen fließenden Übergang sicherzustellen.

"Mit der im kommenden Herbst bevorstehenden Einführung eines neuen, einheitlichen Marktauftritts ist meine Mission, die Tele-Columbus-Gruppe zukunftsfähig aufzustellen, nun abgeschlossen", erklärte der gebürtige Belgier Verhelst, der das Unternehmen seit April 2011 leitete. "Ich danke allen Kolleginnen und Kollegen sehr herzlich für ihren phantastischen Einsatz sowie allen Partnern des Unternehmens für die

gute Zusammenarbeit in den vergangenen knapp sieben Jahren - und hoffe auf Verständnis für meine persönliche Entscheidung, meinen Lebensmittelpunkt nun wieder in meine Heimat zu verlagern."

Degenhardt war seit 2013 bei Sunrise zunächst als Chief Marketing Officer und Chief Commercial Officer tätig und verantwortete zuletzt als Chief Consumer Officer sowie Mitglied des Vorstands das Endkundengeschäft. "Ich freue mich auf meine neue Aufgabe bei der Tele-Columbus-Gruppe, weil ich fest davon überzeugt bin, dass die die neuen digitalen Anwendungen, die steigende Nachfrage nach Medieninhalten und zunehmende mobile Nutzung für einen leistungsstarken Breitband- und Entertainment-Anbieter große Chancen bieten", sagte der Deutsche. "Gerade im deutschen Markt gilt es viele international bereits selbstverständliche Medien- und Technologie-Entwicklungen aufzuholen - und ein national präsenster, aber gleichzeitig auch lokal flexibler Anbieter wie Tele Columbus bietet hierfür beste Voraussetzungen."

### **Wolfram Winter verlässt Sky Deutschland**

Nach zehnjähriger Tätigkeit verlässt Wolfram Winter Sky Deutschland. Der Executive Vice President Communications und Public Affairs sowie Unternehmenssprecher des Pay-TV-Veranstalters hatte 2007 als geschäftsführender Gesellschafter die Premiere Star GmbH mitgegründet, eine Tochtergesellschaft der damaligen Premiere AG, die dann 2010 von Sky komplett übernommen wurde. Im folgenden Jahr übernahm er schließlich die Verantwortung für die Kommunikation. Von 2015 bis 2016 war er außerdem für den Sky-Werbezeitenvermarkter Sky Media als Geschäftsführer verantwortlich.

"Wolfram Winter hat einen entscheidenden Beitrag zum Turnaround unseres Unternehmens geleistet. Die Kommunikation wurde unter seiner Regie zurecht mehrmals ausgezeichnet", sagte Carsten Schmidt, Vorsitzender der Geschäftsführung von Sky Deutschland. "Wenn man heute über Sky liest, ist die Tonalität eine völlig andere, als es noch vor nicht allzu langer Zeit der Fall war. Wir verlieren einen Kollegen, mit dem ich sehr gerne und partnerschaftlich zusammengearbeitet habe."

Winter erklärte: "Es war ein Privileg, für dieses Unternehmen zu arbeiten, und es war eine einzigartige Zeit. Ich habe viel gelernt und wünsche Carsten Schmidt sowie der gesamten Mannschaft alles Gute für die Zukunft!" Die Nachfolge wird interimweise Ralph Fürther antreten. Der bisherige Senior Vice President External Communications ist seit 1999 in verschiedenen Rollen für das Unternehmen tätig.

Winter erklärte: "Es war ein Privileg, für dieses Unternehmen zu arbeiten, und es war eine einzigartige Zeit. Ich habe viel gelernt und wünsche Carsten Schmidt sowie der gesamten Mannschaft alles Gute für die Zukunft!" Die Nachfolge wird interimweise Ralph Fürther antreten. Der bisherige Senior Vice President External Communications ist seit 1999 in verschiedenen Rollen für das Unternehmen tätig.

### **Sky öffnet wieder "Star Wars"-Kanal**

Sky Deutschland bietet den Fans von "Star Wars" zum dritten Mal einen eigenen Fernsehkanal. Nach 2014 und 2016, zeigt Sky Cinema [Star Wars HD](#) auch in diesem Jahr wieder alle "Star Wars"-Filme sowie Featurettes, Dokumentationen und Sky-Eigenproduktionen, die Einblicke hinter die Kulissen der Weltraum-Saga ermöglichen. Der Sender ersetzt vom 28. August bis 10. September 2017 Sky Cinema Hits. Höhepunkt ist am 3. September um 20.15 Uhr die exklusive TV-Premiere von "Rogue One: A Star Wars Story". Bei Sky On Demand und Sky Go ist das Programm zudem zeitunabhängig und mobil zu empfangen, Nichtabonnenten erhalten Zugang über Sky Ticket.

### **Sky sichert sich Constantin-Film-Paket**

Spielfilme wie "Fack Ju Göhte 3", "Das Pubertier - Der Film" und "Gorillas" werden als exklusive TV-Premieren bei Sky laufen - kurz, nachdem sie im Kino waren. Möglich macht dies ein umfangreicher mehrjähriger Lizenzvertrag zwischen Constantin Film und Sky Deutschland, der nun geschlossen wurde. Durch das Abkommen, mit dem beide Unternehmen ihre langjährige Partnerschaft fortsetzen, sichert sich der Pay-TV-Veranstalter in Deutschland und Österreich weitreichende lineare und On-Demand-Rechte für seine Sky-Cinema-Sender sowie die Services Sky On Demand, Sky Go, Sky Store, Sky Select und Sky Ticket, mit denen Filme und Serien zeitunabhängig und mobil abrufbar sind. Außerdem im Paket enthalten sind Titel wie "Nur Gott kann mich richten" mit Moritz Bleibtreu, "Verpiss Dich, Schneewittchen" mit Bülent Ceylan und Josefine Preuss und "Dieses Bescheuerte Herz" mit Elyas M'Barek unter der Regie von Marc Rothemund. Auch ältere Produktionen sind enthalten, darunter "TKKG", "Die wilden Hühner", "Mädchen, Mädchen", "Das Geisterhaus", "Michael Bay's Texas Chainsaw Massacre" und "Neues vom Wixxer" sowie die japanischen Horrorfilme "Der Fluch - The Grudge 1+2".

### **Sky startet Gratis-Videoportal für Sportfans**

Sky erweitert sein kostenfreies Angebot für Sportfans aus: Nach der Umwandlung des Sportnachrichtenkanals Sky Sport News HD in einen Free-TV-Sender, hat der Pay-TV-Veranstalter jetzt ein werbefinanziertes Gratis-Videoportal im Internet gestartet. Die Webseite [skysport.de](#) bietet rund um die Uhr aktuelle Nachrichten und Höhepunkte aus der Welt des Sports, darunter Fußball, Formel 1, Handball, Tennis und Golf. Der Schwerpunkt liegt bei Videobeiträgen, darunter Ausschnitte aus dem exklusiven Sportrechteportfolio von Sky wie der UEFA Champions League und der Handball-Bundesliga. Außerdem gibt es einen Livestream des TV-Senders Sky Sport News HD. Mit dem Vorstoß, der im September 2016 angekündigt wurde, tritt Sky in Konkurrenz zu Sportportalen wie Sport1.de des Sportkanals Sport1 sowie Spox.com und Sportal.de der britischen Perform Group, die auch den OTT-Dienst DAZN betreibt.

### **Planet startet bei TV Spielfilm live**

Der Dokumentationskanal Planet ist ab sofort auf der Internet-TV-Plattform TV Spielfilm live zu empfangen. Der Pay-TV-Sender ist Bestandteil des Premium-Pakets, das 9,99 Euro pro Monat kostet.

Die Planet-Muttergesellschaft High View verlängerte darüber hinaus den Verbreitungsvertrag für den Free-TV-Musikkanal Deluxe Music, der weiterhin im kostenfreien Angebot von TV Spielfilm live enthalten ist. Die HD-Variante des Senders kann über das Premium-Paket abonniert werden.

#### **N24 HD und N24 Doku starten bei waipu.tv**

Der Nachrichtensender N24 HD und der Dokumentationskanal N24 Doku werden künftig auf der IPTV-Plattform waipu.tv empfangbar sein. Einen entsprechenden Verbreitungsvertrag schloss die Betreibergesellschaft Exaring mit dem TV-Veranstalter WeltN24. Die beiden Sender sind nach einer technischen Umsetzungsphase bald auf waipu.tv verfügbar und können auch unterwegs mobil genutzt sowie aufgenommen werden. waipu.tv-Kunden, die eine HD- oder Mobil-Option gebucht haben oder über das "Perfect"-Paket verfügen, empfangen die Neuzugänge ohne zusätzliche Kosten.

#### **Smart TV treibt Abruffernsehen voran**

42 Prozent der Haushalte in Deutschland besitzen einen Smart-TV-Fernseher. Davon sind 88 Prozent ans Internet angeschlossen. Die Smart-TV-Funktionen werden von 56 Prozent auch genutzt, in der Altersgruppe der 16- bis 39-Jährigen sogar von 65 Prozent. Das führt dazu, dass die Zuschauer seltener zu den festgelegten Sendezeiten fernsehen. Dies ist bei 41 Prozent (Vorjahr: 38 Prozent) der Fall. Insgesamt bleibt die TV-Nutzung weiterhin attraktiv: 59 Prozent der 16- bis 39-Jährigen gaben an, nun mehr Zeit vor dem Fernseher zu verbringen als ohne Smart TV, da sie mit den vernetzten Geräten häufiger passende Sendungen finden. Ebenfalls 59 Prozent dieser Altersgruppe sind generell bereit, für Programminhalte zu bezahlen, die Altersgruppe der über 60-Jährigen nur zu 16 Prozent. Das sind die Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage, die Value A Marketing Intelligence im Mai 2017 unter 2.000 Haushalten in Deutschland für eine Studie des Branchenverbands gfu Consumer & Home Electronics durchgeführt hat.

Die Mediatheken liegen mit 60 Prozent auf Platz eins bei der Nutzung der Smart-TV-Funktionen, gefolgt von Video-on-Demand (VoD) mit 56 Prozent und Videoclips mit 54 Prozent. Auch hier zeigt sich ein großer Unterschied zwischen den Altersgruppen: VoD nutzen nur 35 Prozent der über 60-Jährigen, dagegen 74 Prozent der 16- bis 39-Jährigen. "Besonders interessant ist dabei, dass sich damit die Herkunft der Programminhalte deutlich in Richtung amerikanischer Anbieter verschiebt", sagte der gfu-Aufsichtsratsvorsitzende Hans-Joachim Kamp. "Während das lineare Fernsehen überwiegend lokalen Ursprungs ist, wird die Beliebtheit bei den Angeboten aus dem Internet von Amazon Prime mit 73 Prozent angeführt. Netflix folgt mit 41 Prozent auf Platz zwei und Google Play mit 28 Prozent auf Platz drei. Der deutsche Anbieter maxdome kommt mit 24 Prozent auf Platz vier."

Der Durchschnittspreis aller verkauften TV-Geräte liegt derzeit bei rund 600 Euro. Die für die Studie befragten Bürger sind aber bereit, zwischen 800 und 900 Euro für den nächsten Fernseher auszugeben. 43 Prozent (Vorjahr: 30 Prozent) sind sogar bereit, mehr als 1.000 Euro auszugeben und 11 Prozent wollen über 1.400 Euro investieren. Erstmals gaben die Studienteilnehmer als häufigsten Kaufgrund mit 47 Prozent Ultra HD an (Vorjahr: 36 Prozent). Der größere Bildschirm als Kaufmotiv wurde mit 41 Prozent (Vorjahr: 47 Prozent) auf Platz zwei verdrängt. Der drittwichtigste Grund für die Neuanschaffung bleibt, wie bei der Befragung 2016, Smart TV mit 31 Prozent (Vorjahr: 29 Prozent).

#### **Aus Wige Media wird Sporttotal**

Das Medien- und Technologieunternehmen Wige Media wird sich in Sporttotal umbenennen. Mit dem Namenswechsel, der auf der Hauptversammlung beschlossen wurde, nimmt Wige die Bezeichnung seines im Januar 2017 gestarteten Sportportals an. "Wir sind überzeugt, dass Sporttotal weit stärker für das zukünftige Geschäftsmodell des Unternehmens steht als die bisherige Firmierung. So sehen wir etwa in unserer neuen digitalen Plattform sporttotal.tv einen wesentlichen Wachstumstreiber für das Unternehmen", sagte Peter Lauterbach, CEO von Wige Media. Nach Abschluss der Pilotphase hat sporttotal.tv einen über zehn Jahre laufenden Rahmenvertrag mit dem Deutschen Fußball Bund (DFB) abgeschlossen. Ziel ist es, Fußballvereine von der vierthöchsten Spielklasse abwärts mit einer speziellen Videotechnik auszustatten, die es erlaubt, Fußballspiele in hoher Qualität und vollautomatisch live auf dem Webportal zu übertragen. Sporttotal.tv soll nun deutschlandweit als Bewegtbildplattform für den Amateurfußball etabliert werden.

#### **Vodafone erhöht Kabel-Internet auf 500 Mbit/s**

Vodafone bietet in seinem Kabelnetz (ehemals Kabel Deutschland) ab sofort einen Internetzugang mit einer Geschwindigkeit von bis zu 500 Mbit/s im Download an; Uploads sind mit bis zu 50 Mbit/s möglich. In den nächsten zwei Wochen soll das halbe Gigabit für rund 20 Prozent aller Haushalte im Vodafone-Versorgungsgebiet in Deutschland verfügbar werden - das entspricht 2,5 Millionen Haushalten. Der Ausbau beginnt in 124 Städten, darunter Metropolen und kleinere Städte. Den Anfang macht München. Der 500-Mbit/s-Zugang ist in Kombination mit anderen Tarifen sowie alleinstehend im ersten Jahr für 19,99 Euro pro Monat erhältlich. Die bisherige Höchstgeschwindigkeit im Vodafone-Netz betrug 400 Mbit/s.

#### **Deutsche Glasfaser bietet 1-Gigabit-Internetzugang**

Der Netzbetreiber Deutsche Glasfaser verdoppelt das Tempo seines schnellsten Internetzugangs für Privathaushalte von 500 Mbit/s auf 1 Gbit/s. Die Upload-Datenrate beträgt 500 Mbit/s. Die Erweiterung gilt in allen Netzgebieten des bundesweit agierenden Unternehmens. Geschäftskunden erhalten auf Wunsch sogar bis zu 10 Gbit/s. Der neue Privatkundentarif "DG giga 1000" kostet 104,99 Euro pro Monat im ersten Jahr, danach 159,99 Euro pro Monat. Auch der regionale Glasfasernetzbetreiber EWE führte kürzlich einen [1-Gbit/s-Internetzugang](#) für Privatkunden ein.

### **UPC schnappt Teleclub die Bundesliga weg**

Der Kabelnetzbetreiber UPC wird ab der neuen Spielzeit im August 2017 die von Sky Deutschland übertragenen Live-Spiele der Fußball-Bundesliga in der Schweiz ausstrahlen. Alle Partien, für die Sky die Rechte besitzt, werden über Kabel und IPTV exklusiv beim neuen UPC-Sportkanal MySports zu sehen sein - insgesamt 572 Spiele der Bundesliga und 2. Bundesliga pro Jahr. Seit Jahren war der vom Konkurrenten Swisscom betriebene Pay-TV-Veranstalter Teleclub der Bundesliga-Partner von Sky in der Schweiz und zeigte dort die Spiele. "Dass wir als neuer Sportsender unseren Kunden nun auch noch dieses Filet-Stück des internationalen Fußballs anbieten können, freut mich sehr! Damit heben wir unseren Sender aufs nächste Level und lassen die Konkurrenz im heimischen Sport-TV-Markt hinter uns", sagte Steffi Buchli, Programmleiterin von MySports. Dem Teleclub bleiben damit nur die 45 Spiele pro Saison, die Eurosport überträgt, an denen man kürzlich die Rechte erworben hatte.

### **Teleclub erwirbt Champions-League-Rechte**

Der Schweizer Pay-TV-Veranstalter Teleclub wird ab der Saison 2018/19 alle Spiele der Champions League und der Europa League live übertragen. Eine entsprechende Einigung erzielte die Betreiber-Gesellschaft CT Cinetrade mit der Agentur Team Marketing, die die TV-Rechte im Auftrag des europäischen Fußballverbands UEFA vermarktet. Über finanzielle Details wurde Stillschweigen vereinbart. Das Rechtspaket erstreckt sich auf die drei Spielzeiten zwischen 2018/19 und 2020/21. Im Gegensatz zu Deutschland und Österreich, wo die Champions League ab der Saison 2018/19 nur noch im Bezahlfernsehen bei Sky und DAZN zu sehen sein wird, will der Teleclub einzelne Partien auf seinem neuen Free-TV-Sender Teleclub Zoom live übertragen. Zudem wurden an einigen Spielen co-exklusive Rechte erworben, so dass eine Übernahme und Ausstrahlung durch die SRG möglich ist. Die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt hat sich inzwischen mit der Agentur Team geeinigt und wird von der Champions League und Europa League jede Woche eine Partie im Free-TV ausstrahlen.

### **Discovery-Sender bleiben bei Swisscom**

Die Free-TV- und Pay-TV-Sender von Discovery Networks Deutschland werden weiterhin auf der IPTV-Plattform Swisscom TV der Swisscom zu empfangen sein. Der TV-Veranstalter verlängerte seine langjährige Partnerschaft mit dem Schweizer Telekommunikationskonzern. Gleichzeitig wurde vereinbart, dass die Swisscom exklusiver Vermarktungspartner für den Eurosport Player in der Schweiz und Liechtenstein wird. Die Kunden von Swisscom und deren Pay-TV-Tochter Teleclub erhalten rabattierten Zugang zu dem kostenpflichtigen OTT-Angebot - und damit unter anderem zu Live-Spielen der Fußball-Bundesliga ab der neuen Saison 2017/18. Auf herkömmlichen Verbreitungswegen sind die Bundesliga-Spiele, die die Discovery-Tochter Eurosport überträgt, in der Schweiz und Liechtenstein beim Teleclub zu sehen, mit dem kürzlich eine entsprechende Kooperation vereinbart wurde.

### **Eurosport 1 HD ab 1. August bei HD Austria**

Der Sportkanal Eurosport 1 HD startet am 1. August 2017 auf der österreichischen Satellitenplattform HD Austria über Astra (19,2° Ost). Der Sender ist für alle Abonnenten der Pakete "HD Austria" und "HD Austria Kombi" empfangbar; eingesetzt wird die Frequenz 11,112 GHz H (SR 22.000, FEC 2/3). Die Aufnahme von Eurosport 1 HD ist Bestandteil des neuen Verbreitungsvertrags, den die HD-Austria-Betreiber-Gesellschaft M7 Group im Juni 2017 mit der Eurosport-Muttergesellschaft Discovery Networks abgeschlossen hat. Auch die Discovery-Sender DMAX HD, TLC HD und Eurosport 2 SD sind bei HD Austria zu empfangen.

### **LABcom GmbH**

Steinritsch 2  
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

E-Mail: [newsletter@medialabcom.de](mailto:newsletter@medialabcom.de)

### **Partner:**

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

Herausgeber: Heinz-Peter Labonte (V.i.S.d.P.)  
Redaktion: Marc Hankmann (Leitung), Dr. Jörn Krieger

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)