

NETFLIX SOLL ZAHLEN

FORDERUNG NACH NETZNUTZUNGSABGABE

Hora ruit!

Ausgabe 50 • November 2017

Sehr geehrter Herr Banks,

hora ruit, die Stunde enteilt, sagt der Lateiner. Wie schnell doch die Zeit vergeht. Vor vier Jahren erschien die erste Ausgabe von MediaLABcom und jetzt feiern wir die 50. Auflage unseres Newsletters. An Themen mangelt es keineswegs, denn es sind bewegte Zeiten: Der Fachverband Rundfunk und BreitbandKommunikation (FRK) fordert die US-Streaming-Giganten heraus, die zudem ein Problem mit Schwarzsehern bekommen, Landesmedienanstalten wollen UKW-Radio im Kabel abschalten, während es jedoch terrestrisch noch bis mindestens 2023 verbreitet wird, und die Deutsche Telekom dehnt die Vorgaben zur Netzneutralität bis zur Schmerzgrenze, was die schmerzunempfindliche Bundesnetzagentur aber ziemlich kalt lässt.

Vielleicht fragen Sie sich, warum wir die Diskussion um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht beleuchten. Ist ja momentan in aller Munde. Mal wieder! Seien Sie versichert, sobald es da etwas Neues gibt, werden wir uns dem widmen. Nach 50 Ausgaben und weiteren Jahren der journalistischen Tätigkeit können wir aber mit Fug und Recht behaupten: An der Diskussion ist gar nichts neu, sie scheint eher ein festes Ritual des dualen Rundfunksystems zu sein. Die Öffentlich-Rechtlichen bekommen zu viel Geld, geben es verschwenderisch aus, sind zu aufgebläht, senden die falschen Inhalte, sind intransparent und müssen sich ändern. Wahrscheinlich feiert dieser Disput auch schon seine 50. Auflage.

Wir konzentrieren uns daher lieber auf die Themen, die wirklich brisant sind, weil sie die Zukunft der Medien und des Mittelstands beeinflussen. Und wir hoffen, dass wir damit auf Ihr Interesse stoßen – auch in den nächsten Ausgaben von MediaLABcom.

Neuigkeiten vom Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation, dem Bundesverband Lokal TV und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

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

Inhalt

[„Eher das Gegenteil einer Verwertungsgesellschaft“ – Martina Rutenbeck über die Schwierigkeiten der TV-Lizenzierung und das Angebot von content4tv](#)

[Kassenhäuschen für Netflix: neue Erlös- und Kooperationsmodelle für kleine und mittelständische Kabelnetzbetreiber](#)

[Oligopol-Förderung unter Heuschreckenregie zweiter Teil... oder Ende des politischen Totentanzes gegen den Medienmittelstand?](#)

[Vodafone läutet Analogabschaltung ein - auch Radio betroffen](#)

[Verstoß gegen Netzneutralität? Bundesnetzagentur prüft Vodafone Pass](#)

[Telekom-Tarif StreamOn verletzt teilweise die Netzneutralität](#)

[Gleicher als gleich geht nicht! Was die BNetzA bei StreamOn übersehen hat](#)

[Einfach und kostenlos: Wie Password Sharing zu einem Problem für Streaming-Anbieter wird](#)

[Urheber- und Kabelrecht im Mittelpunkt des FRK-Breitbandkongresses](#)

[Neues vom FRK](#)

[Neues vom BLTV](#)

[Kurzmeldungen](#)

das Angebot von content4tv

Der Erwerb von Rechten für die verschiedenen Formen der Weitersendung ist mühselig, wie MediaLABcom in den vergangenen Ausgaben dargestellt hat. Verhandlungen mit Rechteinhabern wie den TV-Sendern ziehen sich über Monate hin und selbst bei einem erfolgreichen Abschluss kann man sich nicht sicher sein, ob man nun die Rechte eingekauft hat, die man wirklich benötigt, um den Kunden zufriedenzustellen. Martina Rutenbeck kennt das Geschäft seit Jahren und will als Mit-Geschäftsführerin von content4tv auf beiden Seiten, bei Rechteinhabern und Rechterechnikern, für Erleichterung sorgen.

[Lesen Sie mehr](#)

Kassenhäuschen für Netflix: neue Erlös- und Kooperationsmodelle für kleine und mittelständische Kabelnetzbetreiber

Marc Hankmann

Das dem Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) nicht Bange ist vor großen Namen, ist allseits bekannt. Das hat er auf seinem 20. Breitbandkongress am 16. und 17. Oktober 2017 in Leipzig erneut bewiesen. Nicht nur der Mediengruppe RTL Deutschland bietet der FRK in Fragen zur Urheberrechtsabgabe und Weitersendungsrechte die Stirn. Nun wollen die Mitglieder Global Player wie Netflix und Amazone Prime Video zur Kasse bitten.

[Lesen Sie mehr](#)

Oligopol-Förderung unter Heuschreckenregie zweiter Teil... oder Ende des politischen Totentanzes gegen den Medienmittelstand?

Heinz-Peter Labonte

Der Wahlkampf ist vorbei. Jetzt ist Berliner Wahlkrampf angesagt. Es werden erst die Inhalte besprochen. Nicht verhandelt. Denn: Erst soll das Publikum mit (Sondierungs-)Gesprächen unterhalten werden. Dann kommen (Koalitions-)Verhandlungen. Jeder ist scharf auf Interviews und seine individuelle Jamaika-Metapher. Beeindruckend!

[Lesen Sie mehr](#)

Vodafone läutet Analogabschaltung ein - auch Radio betroffen

Dr. Jörn Krieger

Vodafone bereitet die TV-Analogabschaltung in seinem Kabelnetz vor. Am 9. Januar 2018 startet das erste [Pilotprojekt](#) in der bayerischen Region Landshut und Dingolfing. Das dortige Kabelnetz werde auf eine komplett digitale TV-Versorgung umgestellt, um praktische Erfahrungen mit dem Umstieg zu sammeln, sagte ein Vodafone-Sprecher gegenüber MediaLABcom. Neben dem Fernsehen schaltet Vodafone auch die analogen Radiosender ab - im Gegensatz zu Unitymedia, wo analoges UKW-Radio trotz TV-Analogabschaltung vorerst weiterhin im Kabel bleibt. Mit dem Schritt wird der Weg frei für die Einführung des neuen Kabelstandards DOCSIS 3.1, der eine effizientere Nutzung der vorhandenen Kapazität ermöglicht, unter anderem für einen Hochgeschwindigkeits-Internetzugang im Gigabit-Bereich. Ab 2019 will Vodafone in ganz Bayern nur noch digitale Programme verbreiten, ebenso wie in Sachsen. In beiden Bundesländern legt eine gesetzliche Regelung die Analogabschaltung im Kabelnetz für Ende 2018 fest. Unitymedia hat bereits im Juli 2017 die TV-Analogabschaltung [abgeschlossen](#). Zuvor gab es ein Pilotprojekt in Hanau.

[Lesen Sie mehr](#)

Verstoß gegen Netzneutralität? Bundesnetzagentur prüft Vodafone Pass

Dr. Jörn Krieger

Die Bundesnetzagentur (BNetzA) schaltet sich in das von Vodafone geplante Zero-Rating-Angebot Vodafone Pass ein, das es Mobilfunkkunden ermöglichen soll, ausgewählte Apps zu nutzen ohne das in den Tarifen enthaltene Highspeed-Datenvolumen zu verbrauchen. „Die Bundesnetzagentur wird die neuen Vodafone-Tarife auf der Grundlage der gesetzlichen Vorgaben zur Netzneutralität prüfen und nach Abschluss dieser Prüfung entscheiden, ob beziehungsweise inwieweit Anpassungen erforderlich sind“, sagte ein Sprecher der Wettbewerbsbehörde gegenüber MediaLABcom. Beim ähnlichen Zero-Rating-Angebot StreamOn der Deutschen Telekom hat die BNetzA bereits Verstöße gegen die Netzneutralität festgestellt und den Konzern zur Nachbesserung aufgefordert (s.u.).

[Lesen Sie mehr](#)

Telekom-Tarif StreamOn verletzt teilweise die Netzneutralität

Dr. Jörn Krieger

Die Bundesnetzagentur (BNetzA) hat nach mehrmonatiger Prüfung entschieden, dass die umstrittene

Tarifoption StreamOn der Deutschen Telekom in einigen Punkten gegen die Regeln zur Netzneutralität verstößt. Im Grundsatz sind so genannte Zero-Rating-Angebote, bei denen die Nutzung ausgewählter Video- und Audio-Streamingdienste nicht auf das in den Mobilfunktarifen enthaltene Highspeed-Datenvolumen angerechnet wird, nach Ansicht der Regulierungsbehörde jedoch zulässig. Die BNetzA bemängelt lediglich Details, etwa, dass die Telekom bei der Verringerung der Datenrate Video- und Audiodienste nicht gleichbehandle und dass StreamOn nicht auch im EU-Ausland gelte, was gegen die Roaming-Verordnung verstoße.

[Lesen Sie mehr](#)

Gleicher als gleich geht nicht! Was die BNetzA bei StreamOn übersehen hat

Marc Hankmann

Ob der Bundesnetzagentur (BNetzA) klar ist, was sie mit ihrem Urteil zu StreamOn angezettelt hat? Bislang konkurrierten Internet Service Provider (ISP), egal ob es sich um einen drahtlosen oder drahtgebundenen Zugang handelt, mit zwei wesentlichen Merkmalen: Preis und Bandbreite. Mit StreamOn kommt eine dritte Komponente hinzu: Content. Der kostet bei StreamOn nicht mehr als sonst auch, wird aber so lange nicht auf das monatliche Datenvolumen angerechnet, wie das nicht aufgebraucht wird. Das macht diese Inhalte besonders attraktiv – und stellt alle übrigen, die nicht bei StreamOn vorkommen, ins Abseits.

[Lesen Sie mehr](#)

Einfach und kostenlos: Wie Password Sharing zu einem Problem für Streaming-Anbieter wird

Marc Hankmann

Um illegal Zugang zu geschützten Inhalten zu bekommen, war schon immer etwas technisches Verständnis beziehungsweise etwas Google-Recherche vonnöten. Der chinesische Stream mit Live-Spielen der Fußball-Bundesliga fand sich nicht gerade an der nächsten Ecke im Internet. Eine DVD ließ sich nicht ohne diverse Software-Tools „ripen“, wie es im Fachjargon heißt, und auch eine P2P-Software war nicht unbedingt selbsterklärend. Auch für den Zugang zu Pay-TV-Angeboten musste man die entsprechenden Webseiten im Internet kennen, auf denen man die benötigten Daten, die Keys, erhielt, die dann noch auf eine Smartcard oder Set-Top-Box gespielt werden mussten.

[Lesen Sie mehr](#)

Urheber- und Kabelrecht im Mittelpunkt des FRK-Breitbandkongresses

RA Ramón Glaß

Auf dem diesjährigen Breitbandkongress des Fachverbands Rundfunk und BreitbandKommunikation (FRK) wurden aktuelle juristische Themen diskutiert. Insbesondere ging es um das Urheber- und Kabelrecht. Im Urheberrecht sind für Kabelnetzbetreiber insbesondere die folgenden, dem Urheber ausschließlich zustehenden Rechte von Bedeutung: das Senderecht nach § 20 UrhG, das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung nach § 19a UrhG und das so genannte Kabelweitersendungsrecht nach § 20b UrhG.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

FRK fordert angemessenen Beitrag von Netflix, Amazon, Google & Co. für künftigen Breitbandnetzausbau mittels Netznutzungsgebühr

Anbieter datenintensiver Audio- und Videodienste wie Netflix, Amazon, Apple Music, Google, Facebook und YouTube sollen sich in angemessener Form an den Ausbaukosten der künftigen Gigabit-Netze durch eine Netznutzungsgebühr beteiligen, die nicht zulasten der Verbraucher gehen dürfe. Dies hat jetzt der Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) auf seinem Breitbandkongress in Leipzig gefordert. Dem Interessenvertreter der mittelständischen Netzbetreiber schwebt dabei für Streaming-Dienste alternativ eine monatliche Abgabe bis zu einem Euro je Kunde oder eine volumenabhängige Gebühr vor. „Langfristig kann kein Geschäftsmodell funktionieren, das einseitig auf der Idee kostenloser Datenautobahnen basiert, wenn letztlich den privatwirtschaftlichen Betreibern dieser Infrastrukturen das nötige Geld für den Erhalt und weiteren Ausbau fehlt“, betonte Heinz-Peter Labonte, Vorsitzender des FRK.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom BLTV

Lokal-TV-Kongress: Und jetzt bitte handeln!

Mit dem Abschlussplenum „Wie geht's weiter?“ ging am 28. September 2017 der dritte Lokal-TV-

Kongress der fünf ostdeutschen Landesmedienanstalten in Potsdam zu Ende. René Falkner, Vorstandsvorsitzender des Bundesverbands Lokalfernsehen (BLTV), dankte den Landesmedienanstalten für einen gelungenen Kongress, fordert aber anschließende Maßnahmen, um präsentierte Vorschläge für ein vielfältiges und lebensfähiges Lokal und Regionalfernsehen auch umsetzen zu können.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

KEK: Neues Medienkonzentrationsrecht „dringend“ erforderlich

Wenn ein internationaler Konzern wie Amazon oder Netflix ein großes deutsches Medienunternehmen wie ProSiebenSat.1 oder RTL übernehmen würde, hätten die deutschen Medienwächter kaum eine Handhabe, gegen eine derartige Konzentration von Markt- und Meinungsmacht vorzugehen. Darauf macht Georgios Gounalakis, Vorsitzender der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), im neuen Jahresbericht der Kommission aufmerksam. Es sei eine „Gefahr“, dass Zusammenschlüsse dieser Art außerhalb einer vertieften Konzentrationskontrolle durch die KEK vollzogen werden könnten.

[Lesen Sie mehr](#)

„Eher das Gegenteil einer Verwertungsgesellschaft“ – Martina Rutenbeck über die Schwierigkeiten der TV-Lizenzierung und das Angebot von content4tv

Marc Hankmann

Der Erwerb von Rechten für die verschiedenen Formen der Weitersendung ist mühselig, wie MediaLABcom in den vergangenen Ausgaben dargestellt hat. Verhandlungen mit Rechteinhabern wie den TV-Sendern ziehen sich über Monate hin und selbst bei einem erfolgreichen Abschluss kann man sich nicht sicher sein, ob man nun die Rechte eingekauft hat, die man wirklich benötigt, um den Kunden zufriedenzustellen. Martina Rutenbeck kennt das Geschäft seit Jahren und will als Mit-Geschäftsführerin von content4tv auf beiden Seiten, bei Rechteinhabern und Rechteinhabern, für Erleichterung sorgen.

MediaLABcom: Frau Rutenbeck, Sie waren unter anderem zwölf Jahre für Eutelsat KabelKiosk und M7 tätig und kennen daher die Herausforderungen der TV-Lizenzierung und Weitersenderechte. Womit müssen sich Netzbetreiber hier auseinandersetzen?

Martina Rutenbeck: Zunächst müssen sich Netzbetreiber darüber im Klaren sein, welche Produkte sie tatsächlich brauchen – im Hinblick auf ihre Ausbaustrategie, ihre Kunden, das Markt- und Wettbewerbsumfeld und die Auswahl potenzieller Dienstleister. Die Weitersendung von linearen Programmen ist heute noch die wichtigste Basis, aber der Blick muss gleichzeitig auf die Leistungsfähigkeit von Netzen und Plattformen gehen, um neue Zusatzdienste wie Streaming auf mobile Endgeräte, non-lineare Features und Apps anbieten zu können.

MediaLABcom: Mal abgesehen vom organisatorischen Aufwand, verfügen mittelständische Netzbetreiber überhaupt über das notwendige juristische und technische Know-how, um diesen Herausforderungen gerecht zu werden? Gibt es Unterschiede zwischen den mittelständischen Kabelnetzbetreibern aus Handwerk, Stadtwerken und Wohnungswirtschaft?

Martina Rutenbeck: TV ist sicherlich ein neues Produkt für viele City Carrier. IPTV ist aber kein neues Thema mehr: Viele Stadtnetzbetreiber haben sich mit dem Thema in den vergangenen zwei bis drei Jahren beschäftigt und sich bereits für Triple Play entschieden. Die Auswahl einer technischen Plattform steht aber bei vielen Marktteilnehmern noch an, auch die Frage „make or buy“ oder Kooperation ist an vielen Stellen noch nicht beantwortet. Aber das Bewusstsein für die Regeln in diesem Markt, wie zum Beispiel die Rolle der Verwertungsgesellschaften, ist deutlich gewachsen. Die Funktionalitäten, die über lineares TV hinausgehen, sind hingegen vielfach noch Neuland sowohl im Kabel- als auch im IPTV-Sektor.

MediaLABcom: Ist der hohe Aufwand ein Hemmnis für die Entwicklung neuer IPTV-Angebote und damit auch für die Verbreitung von TV-Programmen?

Martina Rutenbeck: Wenn jeder Netzbetreiber mit jedem Content-Anbieter die erforderlichen Vertragsverhandlungen führen würde, wäre es sicherlich hoher Aufwand und sehr zeitintensiv für alle Beteiligten. Denn natürlich suchen die Sender eine breitere Basis für ihre Content-Angebote, und die Netzbetreiber haben Reichweite und großes Interesse an TV- beziehungsweise Videodiensten. Man kann aber sowohl die Nachfrage als auch das Angebot aggregieren, damit beide Seiten entlasten und auf die jeweiligen Anforderungen eingehen – genau da setzt unser Geschäftskonzept an: Wir bieten alle TV-Weitersenderechte, linear und non-linear, aus einer Hand.

MediaLABcom: Was bietet content4tv Netzbetreibern also an?

Martina Rutenbeck: Unsere Dienstleistung besteht darin, die Lizenzen von Free- und Pay-TV-Sendern zu beschaffen, die nicht über die Verwertungsgesellschaften abgedeckt sind, daraus vollständige Produktangebote zu formen und an eine breite Palette von Distributionspartnern wie Netz- und

Plattformbetreiber zu vergeben. Diese Rechtepakete befähigen unsere B2B-Partner, vollwertige TV- und Videodienste an ihre Endkunden zu vermarkten. Unser Fokus liegt im Gegensatz zu anderen Marktteilnehmern ausschließlich auf Geschäftskunden: content4tv wird kein eigenes Endkunden-Business betreiben.

Damit stellt content4tv die relevanten Lizenzen bereit, die für ein wettbewerbsfähiges lineares TV-Produkt unabdingbar sind; hinzu kommen weitere Rechte für "in home"-Streaming und non-lineare Features wie PVR, Catchup und Restart, soweit sie auf Senderseite verfügbar sind. Wir konzipieren alle diese Produkte als White-Label-Angebot, so dass Netzbetreiber sie nahtlos in ihren Markenauftritt und ihre Produktwelt integrieren können. Und das kurzfristig, da die Produkte bereits zur Verfügung stehen.

Sollten Netzbetreiber weitere Sender und Rechte über unser Angebot hinaus benötigen, beschaffen wir diese zusätzlich, zum Beispiel um eine deutlichere Differenzierung zu Wettbewerbern zu erreichen.

MediaLABcom: Sind Sie also quasi so etwas wie die VG Media für private und die Gema für öffentlich-rechtliche Fernsehsender in einem, also eine unternehmerisch geführte Verwertungsgesellschaft?

Martina Rutenbeck: Eher das Gegenteil einer Verwertungsgesellschaft: Oberhalb der Urheberrechts-Abteilung unterstützen wir unsere Kunden bei der Einführung und Distribution von TV-Produkten – als wesentlicher Bestandteil eines Triple-Play-Angebots, als innovativer Produktansatz... Die Abgaben an die Gema und VG Media fallen ja auf jeden Fall an, wir kümmern uns um die Produkte „on top“.

MediaLABcom: Wie viele Begriffe für IPTV verwenden Sie? Regeln Sie neben dem klassischen IPTV für Ihre Kunden auch die Fragen für IPTV 2.0, wie es Rechtsexperte Ramón Glaß in der [vergangenen MediaLABcom-Ausgabe](#) darlegte?

Martina Rutenbeck: Unser Fokus liegt in dieser Startphase auf Lizenzen für so genannte geschlossene Netze, also eine Stärkung der Netzbetreiber in Richtung ihrer Kundenbeziehungen; das inkludiert sowohl IPTV im Sinne der linearen Weitersendung als auch zeitversetzte Nutzung und bezieht sich auf die Nutzung zuhause im privaten WLAN, also „in-home“. Die erweiterte Nutzung von abonnierten TV-Paketen „out-of-home“, auf mobilen Endgeräten unterwegs, zum Beispiel in öffentlichen WLAN-Netzen, steht als nächster Schritt auf unserer Roadmap. Da die Nutzung zuhause jedoch im Zeitbudget eines Endkunden derzeit dominiert, konzentrieren wir uns anfangs hierauf.

MediaLABcom: Inwiefern unterscheidet sich content4tv von ähnlichen Dienstleistern im Kabel- und IPTV-Markt?

Martina Rutenbeck: Wir sind der einzige Dienstleister im deutschsprachigen Raum, der die notwendigen Lizenzen in diesem Umfang und dieser Vollständigkeit ohne Verknüpfung mit einer technischen Plattform anbietet. Wir lassen unseren Kunden freie Hand, wie sie die Signale beziehen und in welcher Form sie diese einspeisen. Die Unabhängigkeit von einer technischen Plattform eröffnet uns die Möglichkeit, unterschiedliche Zielgruppen und Kanäle zu bedienen – Netz- und Plattformbetreiber, Kabel und IPTV sowie mögliche neue Nutzer, die Content-Rechte benötigen.

MediaLABcom: Welchen Vorteil bringt die Plattformunabhängigkeit für den Netzbetreiber?

Martina Rutenbeck: Unsere Unabhängigkeit ist auch ein Vorteil für unsere Kunden. Durch die Entbündelung von Content und Plattform – übrigens eine seit langem existente juristische Forderung – erhält der Netzbetreiber höhere Flexibilität und bewahrt auch Unabhängigkeit, sowohl bei der Produkteinführung als auch bei Migrationsprojekten. Im Vorfeld seiner Plattformscheidung können wir ihm bereits die spezifischen technischen Anforderungen der Sender, der Empfangssituation, der non-linearen Dienste etc. mitgeben. Sobald der Netzbetreiber seine Plattformscheidung gefällt hat, erfolgt eine enge Koordination mit dem technischen Dienstleister, um die Anforderungen aus den Lizenzverträgen auf der Plattform zu reflektieren. Das gehört zu unserer Dienstleistung, hier können wir dem Netzbetreiber deutlich Zeit und Ressourcen sparen.

MediaLABcom: Für den Konsumenten ergibt sich aus der komplexen Rechtesituation eine unterschiedliche User Experience: Mal kann er Funktionen wie Replay oder Restart nutzen, mal nicht. Mal darf er in Aufnahmen vorspulen, mal nicht oder nur in doppelter Geschwindigkeit. Wird die Kollektivierung unterschiedlicher TV-Rechte durch content4tv dieses Wirrwarr für den Endverbraucher auflösen?

Martina Rutenbeck: Diese unterschiedliche Erfahrung entsteht durch die Vorgaben beim Einkauf des „Original-Contents“, also der einzelnen Programmbestandteile von Sendern, und durch Unterschiede in den Vermarktungsansätzen; diese Ausgangssituation ist für uns dieselbe wie bei anderen Anbietern. Hier kommt es darauf an, durch entsprechende Beratung den maximalen Nutzen für den Endkunden sicherzustellen und einen gemeinsamen Nenner zumindest innerhalb eines Paketes zu schaffen. Das sollte auch im Interesse der Sender liegen, um Wettbewerbsfähigkeit gegenüber den IP-basierten On-Demand-Diensten zu erreichen.

MediaLABcom: Im nächsten Schritt wollen Sie Ihr Portfolio um OTT-Rechte ergänzen. Doch gerade wenn es um Rechte für die Verbreitung in offenen Netzen geht, zeigen sich einige TV-Sender sehr zugeknöpft. Stellen Sie sich auf komplizierte Verhandlungen ein?

Martina Rutenbeck: Mit jeder neuen Nutzungsform wird die Komplexität steigen, auch weil auf allen Seiten noch nicht alle Geschäftsmodelle ausdefiniert sind. Wichtig wird sein, diese Komplexität nicht bis zum Endkunden „durchzureichen“, sondern durch die Integration von Diensten, intelligente und klare Benutzerführung etc. eine saubere Struktur zu schaffen, die den Zugriff auf neue Angebote erleichtert.

MediaLABcom: content4tv schlägt quasi Kapital aus der undurchsichtigen TV-Rechtesituation. Es sind jedoch Bestrebungen im Gange, etwa auf EU-Ebene, die diese Situation vereinfachen sollen. Gefährdet das Ihr Geschäftsmodell?

Martina Rutenbeck: Meine Erfahrung: Vereinfachungen von Vorgaben helfen allen Marktbeteiligten, insbesondere bei innovativen Projekten, und sollen Chancengleichheit schaffen. Gleichzeitig werden Nutzungsmöglichkeiten von Inhalten und das Nutzungsverhalten der Kunden differenzierter. Daher sehen wir uns mit unserer Dienstleistung in Verbindung mit Beratung unserer Kunden bestens aufgestellt.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Kassenhäuschen für Netflix: neue Erlös- und Kooperationsmodelle für kleine und mittelständische Kabelnetzbetreiber

Marc Hankmann

Das dem Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) nicht Bange ist vor großen Namen, ist allseits bekannt. Das hat er auf seinem 20. Breitbandkongress am 16. und 17. Oktober 2017 in Leipzig erneut bewiesen. Nicht nur der Mediengruppe RTL Deutschland bietet der FRK in Fragen zur Urheberrechtsabgabe und Weitersendungsrechte die Stirn. Nun wollen die Mitglieder Global Player wie Netflix und Amazone Prime Video zur Kasse bitten.

Der Breitbandkongress präsentierte sich mit einem neuen Konzept: zurück zu den Wurzeln, kleiner aber feiner – so könnte man die Veranstaltung im Leipziger H4 Hotel bezeichnen. Angesichts der Teilnehmer und der Zahl der ausstellenden Unternehmen ist die Neuausgabe des Kongresses positiv aufgenommen worden. Den Worten des FRK-Vorsitzenden Heinz-Peter Labonte zufolge fanden sich sogar mehr Aussteller als geplant. Allen Anwesenden standen interessante Vorträge über neue Erlös- und Kooperationsmodelle bevor, bei der auch die jüngste Zusammenarbeit mit dem Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM) im Fokus stand.

Unterstützung bei neuen Herausforderungen

Bereits FRK-Justiziar Ramón Glaßl, seines Zeichens Rechtsanwalt der Kanzlei Schalast, erklärte den FRK-Mitgliedern, dass durch den Gigabit-Ausbau neue Herausforderungen auf die Kabelnetzbetreiber zukämen. Eine davon ist das DigiNetz-Gesetz, dass laut Glaßl sogar einen Eingriff in das Eigentum des Netzbetreibers darstellen könnte.

Gerade bei juristischen Themen können die FRK-Mitglieder nun auf die Unterstützung des VATM zurückgreifen, wie Frederic Ufer, Leiter Recht & Regulierung beim VATM, in Leipzig erklärte. Sein Verband sei in Brüssel und Berlin exzellent verdrahtet, um dort die für den VATM und den FRK wichtigen Themen zu platzieren.

Geld von Netflix

Zu den neuen Herausforderungen gehört für kleine und mittelständische Kabelnetzbetreiber auch der Wandel in der Wertschöpfung. Einnahmen aus der Verbreitung von Fernsehprogramme sind zwar immer noch die tragende Säule des Kabelgeschäfts, aber sie allein reichen nicht aus, um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu sein. Daher ist der Netzausbau hin zu Gigabitnetzen unausweichlich, um dem Kunden die Bandbreiten anbieten zu können, die er künftig benötigt.

Die Breitbandnetze nutzt er hauptsächlich fürs Streaming. Anbieter wie Netflix oder Amazon Prime Video verursachen den Großteil des Datenverkehrs, der wiederum dafür verantwortlich ist, dass die Kabelgesellschaften ihre Netze ausbauen müssen. Deswegen verlangte Labonte auf dem Breitbandkongress eine Infrastrukturabgabe. „Wenn Netflix & Co. mit unseren Netzen Geld verdienen, warum sollen wir dafür kein Entgelt verlangen?“, stellte der FRK-Chef die Frage.

Lokaljournalismus fördern

Konkret will er von Netflix für jeden Kunden, die der US-Streaming-Anbieter über die Netze der FRK-Mitglieder erreicht, einen Euro haben. „Wir sind nicht gegen Netzneutralität“, betonte Labonte in Leipzig und ließ zunächst offen, wie er das Kassenhäuschen ohne Verletzung der EU-Vorgaben zur Netzneutralität aufstellen will.

Unterstützung erhielt Labonte von Mike Bielagk, Geschäftsführer der KabelJournal GmbH, der über die Voraussetzungen für lokale Medienangebote referierte. „Der Datentransport muss priorisierbar sein“, sagte Bielagk auf dem Breitbandkongress. Die Kabelnetzbetreiber bräuchten Geld für den Netzausbau, um zu verhindern, dass sie mit Glasfaser überbaut würden. Labonte ergänzte, dass Kabelnetzbetreiber nach Möglichkeit keine Einspeisegebühren von Lokalsendern verlangen sollten, um „die Entleerung

ländlicher Räume mit Lokalnachrichten zu verhindern“. Beide forderten dazu auf, dass Kabelnetzbetreiber und Lokalsender gemeinsam Produkte entwickeln sollen, mit denen sie sich vom Wettbewerb unterscheiden.

Beteiligung an Werbeeinnahmen

Wie ein solches Produkt aussehen kann, stellte Sebastian Labonte, geschäftsführender Gesellschafter der LABcom GmbH, auf dem Breitbandkongress vor. Die Lösung fußt auf dem HbbTV-Standard (Hybrid Broadcast Broadband TV), mit dessen Hilfe über die rote Farbtaste der Fernbedienung IP-basierte Inhalte wie zum Beispiel Bannerwerbung auf den Smart-TV ausgespielt werden können. Für den Einsatz einer solchen Red-Button-Lösung in seinem Netz wird der Kabelnetzbetreiber an den Werbeeinnahmen des TV-Senders beteiligt.

Zwischen zwölf und 14 Millionen Smart-TVs können auf diese Weise erreicht werden. Durch Geo-Targeting können Werbekampagnen ganz gezielt nach Regionen ausgespielt werden. „Wir sind die einzigen, die solche Reichweiten verlässlich erheben können“, erklärt Sebastian Labonte. Seine Lösung orientiert sich dabei an den Vorgaben des deutschen und bayerischen Datenschutzes.

Darüber hinaus präsentierte Labonte eine eigens zusammengestellte Mediathek, die zum Beispiel die erfolgreichsten YouTube-Kanäle oder von den Fußballclubs der Bundesliga selbst produzierten Content enthält. Auch diese Mediathek kann mittels HbbTV vom Kabelnetzbetreiber in seinem Netz ausgespielt werden. TV-Sender können ihre eigenen Inhalte ergänzen und zwischen den Clips der Mediathek Unterbrecherwerbung schalten. Auch hier greift das Revenue-Share-Modell mit dem Kabelnetzbetreiber.

Alter Bekannter in neuem Gewand

Derartige Lösungen untermauern den Trend zu All-IP-Netzen. Diesen Wandel müssen die Kabelnetzbetreiber bestreiten. Dabei bietet ihnen ein alter Bekannter in neuem Gewand seine Hilfe an: Tele Columbus. Der Kabelnetzbetreiber firmiert seit Kurzem unter der Marke PÿUR, die die insgesamt 25 verschiedenen Marken der Tele-Columbus-Gruppe zusammenfasst.

Mit der neuen Marke präsentierte Florian Pannemann, Direktor National Key Accounts bei PÿUR, die neue Strategie der Gruppe. Vom Netzbau über den Netzbetrieb bis hin zum Customer Management bietet sich PÿUR als Partner an. Die Zielgruppe sind neben Kabelnetzbetreibern auch Stadtwerke, Kommunen, Infrastrukturbetreiber und die Wohnungswirtschaft.

Auf dem Breitbandkongress betonte Pannemann die Vorteile der FRK-Mitglieder, wenn sie PÿUR als Dienstleister für Vorleistungsprodukte wählen. „Insbesondere unsere Skaleneffekte im Bereich Internet und Telefonie dürften interessant sein“, sagte Pannemann in Leipzig.

Individuell zugeschnittene Lösungen

Derartige Kooperationsangebote sind den Kabelnetzbetreibern nicht neu und werden sicherlich mit Vorsicht bedacht, zu schlecht sind die Erfahrungen vieler Netzbetreiber, die sich mit einer solchen Kooperation den Wettbewerber ins eigene Haus geholt haben. Nach Ablauf des Kooperationsvertrags sorgten nicht selten eben jene Skaleneffekte dafür, dass der einstige Partner dem Kunden ein günstigeres Angebot unterbreite und so der Kunde verloren ging.

PÿUR buht um das Vertrauen der kleinen und mittelständischen Kabelnetzbetreiber und ist seit Kurzem selbst FRK-Mitglied. Lösungen werden individuell auf die Bedürfnisse des Netzbetreibers zugeschnitten, auch als White-Label-Produkte. Der Netzbetrieb kann beispielsweise in Teilen oder komplett übernommen werden. „Darüber hinaus können wir uns nun auch an Ausschreibungen und Open-Access-Modellen beteiligen“, ergänzt PÿUR-Manager Pannemann.

Beschwerde gegen RTL

Die Mitgliedsunternehmen des FRK können sich also dank der Kooperation mit dem VATM beziehungsweise neuer Kooperationsangebote wie von PÿUR die Unterstützung kompetenter Partner sichern. Darüber hinaus vertritt der Verband auch weiterhin ihre Interessen bei so zentralen Themen wie etwa den Urheberrechtsabgaben.

Seit rund einem Jahr wartet FRK-Chef Labonte auf einen Vertrag zur Weitersendung der RTL-Programme via IPTV. Da die Weitersendung zeitgleich, unverändert und vollständig über Kabelsysteme erfolge, unterliegt sie nach Auffassung des FRK-Justizars Gläßl §20b UrhG. Daraus ergibt sich der so genannte Kontrahierungszwang, demzufolge die Mediengruppe RTL Deutschland jedem Interessierten die IPTV-Weitersendungsrechte einräumen müsse.

Mehrfach haben die Kölner Labonte vertröstet, dessen Geduld langsam am Ende ist. „Wir werden notfalls Beschwerde vor dem Schiedsgericht des Deutschen Patent- und Markenamts einlegen“, erklärte der FRK-Vorsitzende auf der Mitgliederversammlung. Eventuell sei die Verweigerungshaltung von RTL auch etwas für das Kartellamt.

Gespräche mit M7

Darüber hinaus kündigte Labonte Gespräche mit M7 an, denn bei der Technikgebühr für die Verbreitung der privaten HDTV-Programme sieht er eine mögliche Wettbewerbsverzerrung. M7 zahlt die Gebühr an die Programmanbieter und reicht sie an die Kabelnetzbetreiber weiter. Der wiederum schlägt auf die Gebühr seinen Anteil auf und verkauft die HD-Programme an den Endkunden.

Da aber die privaten TV-Sender über die Höhe der Technikgebühr entscheiden, nehmen sie indirekt Einfluss auf die Urheberrechtsabgaben, die der Kabelnetzbetreiber an die VG Media zahlen muss, denn die Verwertungsgesellschaft geht bei ihren Berechnungen für die Abgaben vom Endkundenpreis aus.

UKW-Abschaltung im Kabel

Das ist nicht das einzige Ärgernis der FRK-Mitglieder: In Sachsen und Bayern droht die Abschaltung des analogen UKW-Radios, das über Kabelnetze verbreitet wird, weil die Landesmediengesetze eine vollständige Digitalisierung bis Ende 2018 vorsehen. Die terrestrische Verbreitung von UKW-Radio läuft aber mindestens bis 2023 weiter. Der FRK setzt sich für die Synchronisierung der UKW-Abschaltung im Kabel und über Terrestrik ein.

„Der Pilotversuch 'Abschaltung von UKW-Frequenzen im Kabel' in Sachsen und Bayern ist eine Koalition der Mächtigen mit den großen Netzbetreibern Unitymedia und Vodafone, um die mittelständischen Netzbetreiber aus dem Markt zu verdrängen“, wettet Labonte. Zudem ließen sich die Landesmedienanstalten von den großen Kabelnetzbetreibern übers Ohr hauen.

Kein kostenloses Ersatzgerät

PYUR und Vodafone bieten den Kabelkunden, die UKW-Radio über ihren Kabelanschluss nutzen, ein Ersatzgerät für den Radioempfang an, wenn die UKW-Verbreitung eingestellt wird. Der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) sei laut Labonte aber nicht klar gewesen, dass PYUR und Vodafone für das Empfangsgerät ein Entgelt verlangen. „Das haben wir der SLM erst einmal klargemacht“, sagt Labonte.

Die FRK-Mitglieder können sich auch hier sicher sein, dass sich ihr Vorstand auch bei diesen und allen anderen Gesprächen nicht von großen Namen aus der Branche einschüchtern lassen wird. Über den Ausgang wird die Verbandsspitze dann ausführlich bei der nächsten Mitgliederversammlung am 20. April 2017 in Königswinter berichten.

Oligopol-Förderung unter Heuschreckenregie zweiter Teil... oder Ende des politischen Totentanzes gegen den Medienmittelstand?

Heinz-Peter Labonte

Der Wahlkampf ist vorbei. Jetzt ist Berliner Wahlkrampf angesagt. Es werden erst die Inhalte besprochen. Nicht verhandelt. Denn: Erst soll das Publikum mit (Sondierungs-)Gesprächen unterhalten werden. Dann kommen (Koalitions-)Verhandlungen. Jeder ist scharf auf Interviews und seine individuelle Jamaika-Metapher. Beeindruckend!

Aber nur für die schwindende Zahl der Parteimitglieder. Das Publikum wendet sich weiter ab. Die einen wollen die Gründe für Wahlenthaltung und Protest nicht sehen: Den Wunsch nach Einhaltung oder Wiederherstellung der Achtung vor den Gesetzen. Andere wollen nicht sehen, was man nach dieser Wahl anders machen sollte.

Wieder andere, vor allem jene, die angeblich die Wut der Wähler artikulieren und sich unser Land wieder zurückholen wollen, glänzen durch Mangel an sachlichen Vorschlägen. Aber: sie unterhalten ihre geneigte Wählerschaft durch großes Selbstentzauberungskino. Sezession, Aufspaltung! Linke wie Rechte. Wäre doch **d i e** Chance für die Parteien von Mitte links bis Mitte rechts.

Show statt Lösungen

Die potenziellen Unionskoalitionäre lösen zwar innerhalb von Stunden einen über zwei Jahre aus Ego-Gründen äußerst grenzwertigen, angeblich unlösbaren Konflikt. Sie verzögern wegen Wortklauberei und taktischer Fehleinschätzung schnelle Ergebnisse. Sie unterschätzen weiterhin die Klugheit des Elektorats. Diesem unterstellen die Parteitaktiker der einen Seite mangelndes Gespür für ihre eigene parteiinterne Schadenfreude darüber, durch einen „gelungenen“ Schachzug – den Parteiwechsel einer Abgeordneten der Grünen - vorgezogene Neuwahlen in Niedersachsen erreicht zu haben, wodurch die andere Seite wegen des „gesunden Volksempfindens für Dinge, die man einfach nicht macht“ erfolgreich auf eine Trennung der beiden Wahltermine spekulierte. Die einen haben sich verzockt, sehen aber weiterhin keinen Grund zur Verhaltensänderung. Die anderen genießen die Einflusslosigkeit im Bund und den „Aufschwung“ in Niedersachsen, während ihre Bundesminister so tun, als würde die GroKo fortgesetzt. Und einvernehmlich von ganz links wie ganz rechts glauben die beiden volksparteilichen Supertaktiker, die Wählerschaft sei blöd und wähle sie das nächste Mal wieder. Aber verlassen wir nun den durchschaubaren Wahlkrampf und schauen im Digitalen, in der Medienpraxis hinter die Wahlphrasen und gehen auf Entdeckungstour.

Die Mittelstands-Zünzler

Als Mittelständler kommt man sich inzwischen vor wie der Buchsbaumstrauch im Barockgarten des Ludwigsburger Schlosses. Die wunderschönen Schmetterlinge legen ihre Eier als mittelstandsfreundliche Wahlversprechen in die Parteiprogramme und nach der Wahl entpuppt sich entsprechend der letzten Wahlen die Raupe als Existenzvernichter.

Sie reden im Bund über die Gigabitgesellschaft. Heraus kommt im nächsten Jahr die 0,05 Gigabit-Gesellschaft. In den Ländern, zum Beispiel Rheinland-Pfalz, löst die Ampelkoalition das Problem durch Ankündigung der Schaffung der 0,3 Gigabit-Gesellschaft in den zwanziger Jahren dieses Jahrhunderts. Und was macht die Opposition? Sie wartet auf die Deutsche Telekom.

Beispiel Vectoring und Lex Telekom

Und so kann die Telekom, die auch in Zukunft rund eine Milliarde Euro an den Bundeshaushalt abführen wird, jetzt bis 2018 ihre Kabelverzweiger (KVz) mit Glas erschließen, um dann gemeinsam unter anderem mit den Regierenden in der Volksrepublik Brandenburg 2018 das Erreichen eines 0,05 Gigabit-Landes zu feiern.

Gleichzeitig fährt der ehemalige Popbeauftragte des neuen Vorsitzenden im Rosneft-Aufsichtsrat zur EU und hilft, im Europäischen Rat in Brüssel durchzusetzen, dass große Anbieter wie die Telekom für bis zu sieben Jahre von Regulierungen befreit werden. Bei einer EU-Kommission, die es schaffte, in der letzten Legislaturperiode trotz Beschwerden von Mittelständlern durch Inaktivität ihre europäischen Fördergelder im Programm „Glasfaser 2020“ der Brandenburger Landesregierung zugunsten der Telekom zu versenken. Mit dem Ergebnis, dass dieselbe Regierung jetzt ankündigt, erneut die Gigabit-Gesellschaft zu schaffen.

Wetten, dass aus den neuen Programmen von Bund und Ländern die Telekom wieder 90 bis 95 Prozent der Fördergelder abgreift? Und zwar mit dem Hinweis, sie hätte ihre Glasfaser bereits an den KVz liegen. Deshalb sei der Aufwand sehr gering, wenn man sie nur aus der Regulierung nähme. Übrigens neben dem Finanzminister mit knapp 33 Prozent sind die Heuschrecken bei der Telekom-Hauptversammlung gut vertreten. Aber diesen Zusammenhang erwähnte Herr Müntefering bevor der damalige Popbeauftragte seiner Partei Wirtschafts- bzw. Außenminister wurde.

Beispiel lokale TV-Sender

Wenden wir mal kurz den Blick auf ein anderes Feld heuschrecklicher Politik im Rundfunk. Im sächsischen Landesmediengesetz wurde 1998 geregelt, dass der analoge Rundfunk 2010 in Kabelnetzen abgeschaltet wird. Die Abschaltung wurde bekanntlich bis zum Jahr 2012 „beschleunigt“ durchgeführt. Die Mittelständler hielten sich für die TV-Programme ans Gesetz und schalteten Analog-TV ab. UKW-Radio ist zwar auch „Rundfunk“. Aber die terrestrischen Rundfunkfrequenzen werden selbst heute noch bis weit nach 2023 hinaus vergeben. Auf Intervention der großen Kabelnetzbetreiber wie zum Beispiel Kabel Deutschland, das heute zu Vodafone gehört, und anderer wurde aber rechtzeitig vor 2012 das sächsische Landesmediengesetz geändert und die Abschaltung der Analogverbreitung im Kabel auf 2018 verschoben.

Nun, da im Wettbewerb zur staatlich geförderten Telekom auch Vodafone und Unitymedia die UKW-Frequenzen im Kabel für die Bandbreite des Upstreams mit DOCSIS 3.1 benötigen, sollen auch die Verbraucher, mittelständischen Netzbetreiber und die privaten Radiosender nur noch digital im Netz verbreitet werden. Terrestrisch werden die Sender aber weiterhin analog verbreitet. Konsequenz, dein Name ist Sachsen!

Nur ausführender Verwaltungsbüttel

Also auch auf Landesebene sind die Mittelstands-Zünder erfolgreich am Werk. Wenn dann die Vertreter des Mittelstands bei der entsprechenden „Informationsveranstaltung“ der Landesmedienanstalt (LMA) die nicht anwesenden Landespolitiker für diese einseitige Bevorteilung der großen Wirtschaftsunternehmen mit ihren internationalen Besitzern kritisieren, müssen sie zur Kenntnis nehmen, dass die LMA lediglich ausführender Verwaltungsbüttel solch mittelstands- und verbraucherfeindlicher Politik ist.

Übrigens: Wie man an Herrn Tillichs Rücktritt erkennt, ist der Verwaltung, die in der Praxis wegen ihres unterstellten „Sachverständes“ die Gesetze für Regierungsfractionen häufig entwirft, völlig gleichgültig, wer unter ihr Minister oder Regierungschef ist. Diese Erkenntnis gilt wohl auf allen föderalen Ebenen des Staates, Europas und selbstverständlich auch der Kommission in Brüssel.

Beispiel Netzneutralität

Nehmen wir kurz noch das Beispiel Netzneutralität. Auch hier kann es nicht sein, dass internationale Finanz- und Digitalkonglomerate keinen Beitrag zu Erhaltung und Erweiterung der Netzstrukturen in Richtung Gigabitgesellschaft leisten. Vielmehr erwirtschaften sie durch Steuervermeidung in Europa unüberschaubare Gewinne auf Kosten von Mittelständlern und Kommunen, in diesem Falle sogar selbst auf Kosten der großen nationalen Netzbetreiber.

Deshalb fordert der Fachverband Rundfunk und Breitbandkommunikation (FRK) einen angemessenen Beitrag von Netflix, Amazon, Google & Co. für den künftigen Breitbandnetzausbau mittels Netznutzungsgebühr. Geschäftsmodelle dürfen danach nicht länger auf der Idee kostenloser Nutzung von

Datenautobahnen basieren. Natürlich müssen sie sich an den Ausbaukosten der künftigen Gigabit-Netze durch eine Netznutzungsgebühr beteiligen, die nicht zulasten der Verbraucher gehen darf. Wenn die Politik auch zukünftig nicht die Kraft zu Durchsetzung von Transportentgelten und damit der Eigentumsrechte aufbringt, ist dies lediglich ein weiteres Indiz kollusiven Zusammenwirkens der „Internationale der Mittelstands- und Wettbewerbszünzler“ aus Politik, Verwaltung und Digital-Oligopolisten.

Beispiel Digital-Gipfel

Wie Politik und Verwaltung beim Digitalgipfel solcherart kollusiv zusammenwirken, ist in MediaLABcom oft genug am Beispiel der Sonntagsreden über den politischen Willen zur Durchsetzung des Subsidiaritätsprinzips in Wirtschaft und kommunaler Selbstverwaltung im Widerspruch zum Ergebnis des IT-Gipfels 2014 und dem Ergebnis von dessen Arbeitsgruppe „Finanzierung von Breitbandnetzen“ dargelegt worden. Lediglich der Landesvorsitzende und Bundestagsspitzenkandidat in Baden-Württemberg, das Mitglied des Präsidiums der Bundes-FDP, Michael Theurer, hat dies aus der APO aufgegriffen. Immerhin ein Hoffnungsschimmer für den Mittelstand und eine Alternative zur Draghi'schen Zinspolitik der EZB, denn Theurer gehört zu Sondierungsgruppe der FDP.

Beispiel Bürgerfernsehen

Wie die Politik in den Bundesländern mittelständisch finanzierten Journalismus auch im Kleinen verhindert, zeigt das Beispiel Bürgerfernsehen. Hier wird von den LMA viel Gebührengeld in die subjektive Wichtigkeit der Macher investiert, das bei der Unterstützung journalistischer Qualitätsarbeit im kommerziellen lokalen und regionalen Rundfunk als Alternative zu Fake News sinnvoller eingesetzt werden könnte. Aber die Politik argumentiert wie vor 30 Jahren: „Bürgerfernsehen wird aus Gründen der Pluralität gebraucht!“ Und das im Zeitalter internetbedingter Informationsübersättigung. Landespolitiker, Ministerpräsidenten wann kommen Sie endlich in der Realität Ihres Elektorats an?

Kein Mittelstand im Westen

Wenn Medienpolitik als pars pro toto steht, dann muss man nicht die Verfassungswidrigkeit des DigiNetzG bemühen, das die Länderhoheit für Medienpolitik missachtet. Dann muss man lediglich die geschilderten Ergebnisse der letzten vier Jahre der GroKo und diverser Landesregierungen betrachten, um zumindest kaum noch Argumente gegen ein kollusives Zusammenwirken der „Internationale der Mittelstands- und Wettbewerbszünzler“ aus Politik, Verwaltung und (inter-)nationalen Digitaloligopolisten zu entdecken.

Insgesamt kann ebenso am Beispiel Bayerns oder Nordrhein-Westfalens, aber auch für die gesamten westlichen Bundesländer, darauf hingewiesen werden, dass kaum noch mittelständische Firmen weder als Akteure in Lokal-TV noch als Kabelnetzbetreiber aus dem Handwerk im Westen existieren. Selbst in Sachsen gründet sich gerade eine „Initiative der ehemaligen Lokal-TV-Anbieter“ als Ergebnis sächsischer Medienpolitik.

Dies reicht aber offensichtlich noch nicht aus, ist doch die Veranstaltung bei der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und Medien (SLM) zur Abschaltung von UKW Ende 2018 ein ebensolches, weiteres Indiz für das Kartell zwischen Staat und Großunternehmen wie die Vectoring-Breitbandförderung durch Telekom-Förderungsminister Dobrindt. Dies zu durchbrechen bleibt die Herkulesaufgabe der Jamaika-Koalitionäre, wenn sie denn zustande kommen sollte.

Fazit

Wenn sie es schaffen, sich in allen Politikfeldern auf die Kraft des Mittelstandes, der Kommunen und der Eigeninitiative der Menschen zu verlassen, könnte eine Mentalität des Initiativdenkens das heute übliche Versorgungsdenken, wonach der Staat alles besser regelt, ersetzen. Da aber Herr Dobrindt der Politik weiterhin erhalten bleibt und die größte Koalitionspartei nicht weiß, was man ändern sollte, bleibt die Erwartungshaltung des Elektorats vorerst wahrscheinlich auf Abwarten und Hoffen beschränkt.

Vielleicht bedarf es doch zunächst der totalen digitalen Kontrolle durch die nicht demokratisch legitimierten Digital-Oligopole in der vernetzten Gesellschaft, bis auch im Rahmen des Digitalgipfels die alte Weisheit von den politisch Verantwortlichen wiederentdeckt wird, wonach „nur die dümmsten Kälber ihre Metzger selber“ wählen. Dann allerdings wird das nächste Wahlergebnis erst recht lauten: „Wer nicht hören will, wird fühlen“. Wenn die Bürger nochmals aufzeigen, dass Zuhören besser ist als Belehren und Vor-denken besser ist als Nach-denken.

Vodafone läutet Analogabschaltung ein - auch Radio betroffen

Dr. Jörn Krieger

Vodafone bereitet die TV-Analogabschaltung in seinem Kabelnetz vor. Am 9. Januar 2018 startet das erste [Pilotprojekt](#) in der bayerischen Region Landshut und Dingolfing. Das dortige Kabelnetz werde auf eine komplett digitale TV-Versorgung umgestellt, um praktische Erfahrungen mit dem Umstieg zu sammeln, sagte ein Vodafone-Sprecher gegenüber MediaLABcom. Neben dem Fernsehen schaltet Vodafone auch die analogen Radiosender ab - im Gegensatz zu Unitymedia, wo analoges UKW-Radio trotz TV-Analogabschaltung vorerst weiterhin im Kabel bleibt. Mit dem Schritt wird der Weg frei für die Einführung des neuen Kabelstandards DOCSIS 3.1, der eine effizientere Nutzung der vorhandenen

Kapazität ermöglicht, unter anderem für einen Hochgeschwindigkeits-Internetzugang im Gigabit-Bereich. Ab 2019 will Vodafone in ganz Bayern nur noch digitale Programme verbreiten, ebenso wie in Sachsen. In beiden Bundesländern legt eine gesetzliche Regelung die Analogabschaltung im Kabelnetz für Ende 2018 fest. Unitymedia hat bereits im Juli 2017 die TV-Analogabschaltung [abgeschlossen](#). Zuvor gab es ein Pilotprojekt in Hanau.

Verstoß gegen Netzneutralität? Bundesnetzagentur prüft Vodafone Pass

Dr. Jörn Krieger

Die Bundesnetzagentur (BNetzA) schaltet sich in das von Vodafone geplante Zero-Rating-Angebot Vodafone Pass ein, das es Mobilfunkkunden ermöglichen soll, ausgewählte Apps zu nutzen ohne das in den Tarifen enthaltene Highspeed-Datenvolumen zu verbrauchen. „Die Bundesnetzagentur wird die neuen Vodafone-Tarife auf der Grundlage der gesetzlichen Vorgaben zur Netzneutralität prüfen und nach Abschluss dieser Prüfung entscheiden, ob beziehungsweise inwieweit Anpassungen erforderlich sind“, sagte ein Sprecher der Wettbewerbsbehörde gegenüber MediaLABcom. Beim ähnlichen Zero-Rating-Angebot StreamOn der Deutschen Telekom hat die BNetzA bereits Verstöße gegen die Netzneutralität festgestellt und den Konzern zur Nachbesserung aufgefordert (s.u.).

Vodafone will am 26. Oktober 2017 in den neuen Red- und Young-Tarifen vier [Zero-Rating-Pässe](#) einführen, die den Kunden die unlimitierte Nutzung von Video-, Musik-, Social-Media- und Chat-Apps ermöglicht - aber nur von Partnern, die mit Vodafone kooperieren. Der Video-Pass enthält zum Start Amazon Prime Video, Netflix, Sky Go, Sky Ticket, Vevo und Vodafone GigaTV, beim Music-Pass sind Amazon Music Unlimited/Prime Music, Deezer, I Love Radio, Napster, Soundcloud und Tidal dabei. Der Social-Pass umfasst Facebook, Instagram, Pinterest und Twitter, während der Chat-Pass Facebook Messenger, Telegram, Threema, Viber, Vodafone Message+ und WhatsApp abdeckt. Die Pässe gelten nur im Inland, nicht im Ausland. Sowohl Vodafone als auch die Telekom betonen, dass sie jeden interessierten Anbieter in ihre Zero-Rating-Pakete aufnehmen.

Telekom-Tarif StreamOn verletzt teilweise die Netzneutralität

Dr. Jörn Krieger

Die Bundesnetzagentur (BNetzA) hat nach mehrmonatiger Prüfung entschieden, dass die umstrittene Tarifoption StreamOn der Deutschen Telekom in einigen Punkten gegen die Regeln zur Netzneutralität verstößt. Im Grundsatz sind so genannte Zero-Rating-Angebote, bei denen die Nutzung ausgewählter Video- und Audio-Streamingdienste nicht auf das in den Mobilfunktarifen enthaltene Highspeed-Datenvolumen angerechnet wird, nach Ansicht der Regulierungsbehörde jedoch zulässig. Die BNetzA bemängelt lediglich Details, etwa, dass die Telekom bei der Verringerung der Datenrate Video- und Audiodienste nicht gleichbehandle und dass StreamOn nicht auch im EU-Ausland gelte, was gegen die Roaming-Verordnung verstoße.

Die Telekom muss nun innerhalb von zwei Wochen reagieren und die von der BNetzA identifizierten Mängel beseitigen. „Das Schreiben der Behörde haben wir erhalten. Wir teilen jedoch die Rechtsauffassung der Behörde nicht. Sie wendet hier nur ihre eigene, sehr enge Interpretation des EU-Rechts an“, sagte ein Telekom-Sprecher gegenüber MediaLABcom. „Erfreulich ist, dass die Bundesnetzagentur unsere Position bestätigt, wonach Zero-Rating grundsätzlich möglich ist.“ Die Telekom stehe für das offene und freie Internet, betonte der Sprecher. „Bei StreamOn ist entscheidend: Jeder Anbieter von Musik- oder Videostreaming kann bei uns unproblematisch Partner werden und die Partner müssen uns auch nicht bezahlen. Es gibt keine Diskriminierung.“ StreamOn sei attraktiv für Verbraucher und für die Anbieter von Streaming-Diensten.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV) ist unzufrieden mit der Entscheidung der BNetzA. Die Verbraucherschützer hatten sich für ein komplettes Verbot der Tarifoption der Telekom ausgesprochen. „Die Entscheidung der Bundesnetzagentur, StreamOn und andere Zero-Rating-Angebote nicht grundsätzlich zu verbieten, geht zu Lasten des freien Internets. Dadurch wird nicht nur die Wahlfreiheit der Verbraucher, sondern auch der Wettbewerb zwischen Diensteanbietern verringert“, kritisierte VZBV-Vorstand Klaus Müller in Berlin. Durch Zero-Rating-Angebote würden Realitäten am Markt geschaffen, die den Weg ins Zwei-Klassen-Internet ebneten und die Tarifpreise hoch hielten. „Ziel sollte es sein - wie in vielen anderen EU-Ländern längst Standard -, grundsätzlich mehr Inklusiv-Datenvolumen für den monatlichen Grundpreis zu bekommen.“

Gleicher als gleich geht nicht! Was die BNetzA bei StreamOn übersehen hat

Marc Hankmann

Ob der Bundesnetzagentur (BNetzA) klar ist, was sie mit ihrem Urteil zu StreamOn angezettelt hat? Bisher konkurrierten Internet Service Provider (ISP), egal ob es sich um einen drahtlosen oder drahtgebundenen Zugang handelt, mit zwei wesentlichen Merkmalen: Preis und Bandbreite. Mit StreamOn kommt eine dritte Komponente hinzu: Content. Der kostet bei StreamOn nicht mehr als sonst auch, wird aber so lange nicht auf das monatliche Datenvolumen angerechnet, wie das nicht aufgebraucht wird. Das macht diese Inhalte besonders attraktiv – und stellt alle übrigen, die nicht bei StreamOn vorkommen, ins Abseits.

Falsch verstandene Gleichbehandlung

Allerdings unterscheidet die Telekom zwischen ihren Mobilfunktarifen MagentaMobil S, M, L und L+: Bei MagentaMobil S und M (ausgenommen M Young für Kunden unter 27 Jahren) gibt es nur kostenloses Musik-, aber kein Video-Streaming. Beides steht erst ab MagentaMobil L beziehungsweise M Young zur Verfügung. Und Videos in HD-Qualität bekommen die Kunden nur im MagentaEins-Tarif, einer Kombination aus Festnetz- und Mobilfunkvertrag. Aber auch hier reicht ein S-Tarif nicht aus, um Videos ohne Volumenrechnung zu streamen.

Warum diese Unterscheidung? Wenn alle Daten gleich behandelt werden sollen, wie es das Gebot der Gleichbehandlung des Datenverkehrs in der Netzneutralitäts-Verordnung der EU vorsieht, dann müsste das doch auch über Tarifgrenzen hinweg gelten. Doch die BNetzA bemängelt lediglich, dass die Telekom Video- und Audio-Streaming unterschiedlich behandle. Wenn die Videoqualität in den L-Tarifen gegenüber MagentaEins reduziert werde, müsse das auch bei den Audiodiensten geschehen, fordert die BNetzA. Als wäre Spotify der hartnäckigste Konkurrent von Netflix.

Diese Ungleichbehandlung ebnet den Weg in ein Zwei-Klassen-Internet. Je mehr Datenvolumen der Kunde zur Verfügung hat, desto größer seine Freiheit, im Internet zu surfen. Und wenn er dann noch datenintensive Dienste nutzen kann, die nicht auf sein Volumen angerechnet werden, umso besser. Doch diese Freiheit bietet die Telekom nur abgestuft für bestimmte Tarife an.

AGB schrecken ab

Mit offenen Armen empfängt die Telekom ihre StreamOn-Partner. Mitmachen kann jeder, sagt sie. Das reicht ihr und der BNetzA zur Einhaltung der Netzneutralitäts-Verordnung. Doch die StreamOn-AGB sind nicht jedermanns Sache. Sie wirken sich auf den Wettbewerb unter den Diensten aus. Wer nicht an StreamOn teilnimmt, sei es, weil er das Bußgeld von bis zu 50.000 Euro bei einem Verstoß gegen die AGB fürchtet, das juristische Know-how für diese AGB nicht besitzt oder schlicht kein Deutsch versteht, findet im Mobilfunknetz der Telekom über kurz oder lang nicht mehr statt, denn jeder Nutzer wird den Dienst bevorzugen, der nicht auf sein Datenvolumen angerechnet wird.

Die Hürde, die die Telekom mit StreamOn im Internet aufbaut, interessiert die Netzagentur nicht. Ein Internet Service Provider stellt normalerweise sicher, dass seine Kunden alle Daten bekommen, die sie anfordern. Die Telekom müsste verpflichtet sein, jedem Streaming-Anbieter den Zugang zu StreamOn zu ermöglichen, statt interessierte Anbieter an AGB zu binden. Dass die BNetzA in ihrem Urteil über StreamOn zum Gebot der Gleichbehandlung des Datenverkehrs sagt, dass dieses Gebot Innovation im Internet sicherstellen soll, ist in diesem Zusammenhang ein Affront. 50.000 Euro Bußgeld sind für ein Startup kein Pappenstiel, Netzgiganten wie Netflix zahlen das aus der Portokasse. Auf wessen Innovationen dürfen wir also in den nächsten Jahren „freuen“?

Nerv getroffen

Natürlich ziehen die anderen Mobilfunkbetreiber nach. Vodafone Pass liegt der BNetzA bereits zur Prüfung vor. Neben Audio- und Videostreaming umfasst das Zero Rating von Vodafone auch Social-Media- und Chat-Programme wie Facebook und WhatsApp. Sicherlich wird die Telekom StreamOn ebenfalls entsprechend erweitern. Das Ende vom Lied: Die Volumenbegrenzung bei Mobilfunktarifen fällt, wenn immer mehr Datenverkehr nicht auf dieses Volumen angerechnet wird. Oder Zero Rating wird doch irgendwann kostenpflichtig. Was wäre aus Sicht der Mobilfunkanbieter erstrebenswerter?

Allerdings scheint die Netzagentur mit ihrer Forderung, dass StreamOn auch im EU-Ausland ohne Anrechnung auf das monatliche Datenvolumen angeboten werden muss, einen Nerv bei den Bonnern getroffen zu haben. Die Telekom bat um Verlängerung der Zwei-Wochen-Frist, die die BNetzA dem TK-Riesen eingeräumt hatte, um StreamOn anzupassen. Jetzt hat die Telekom bis zum 10. November 2017 Zeit. Würde die Telekom StreamOn auch im Ausland nicht aufs Datenvolumen anrechnen, kämen erhebliche Unkosten auf sie zu, denn außerhalb Deutschlands ist sie bei der Datenübertragung auf Dienstleister angewiesen, die sie bezahlen muss.

Bevor die Telekom mit StreamOn an den Start ging, wurden die Daten im Internet nach dem Best-Effort-Prinzip gleich behandelt. Zero Rating führt hingegen eine Ungleichbehandlung ein. Wie sollte ein Produkt wie StreamOn die Gleichbehandlung der Daten verbessern? Gleicher als gleich geht nicht!

Einfach und kostenlos: Wie Password Sharing zu einem Problem für Streaming-Anbieter wird

Marc Hankmann

Um illegal Zugang zu geschützten Inhalten zu bekommen, war schon immer etwas technisches Verständnis beziehungsweise etwas Google-Recherche vonnöten. Der chinesische Stream mit Live-Spielen der Fußball-Bundesliga fand sich nicht gerade an der nächsten Ecke im Internet. Eine DVD ließ sich nicht ohne diverse Software-Tools „ripen“, wie es im Fachjargon heißt, und auch eine P2P-Software war nicht unbedingt selbsterklärend. Auch für den Zugang zu Pay-TV-Angeboten musste man die entsprechenden Webseiten im Internet kennen, auf denen man die benötigten Daten, die Keys, erhielt, die dann noch auf eine Smartcard oder Set-Top-Box gespielt werden mussten.

Doch gerade die Speerspitze des digitalen Medienkonsums bekommt ein erhebliches Problem mit Schwarzsehern, denn nie war der kostenlose Zugang zu Streaming-Anbietern wie Netflix, maxdome oder

Amazon Prime Video so einfach wie heute: Man muss nur jemanden finden, der bereit ist, seine Zugangsdaten zu teilen und schon ist man drin – dank Password Sharing.

DFL kooperiert mit Nagra

Streaming-Dienste werden von jeher durch Videopiraterie bedroht. Die Deutsche Fußball-Liga (DFL) arbeitet deshalb seit Kurzem mit dem Verschlüsselungsexperten Nagra zusammen, der für die DFL im Internet illegale Streams der Bundesliga aufspürt und abschaltet. Diese Streams werden beispielsweise über eine Software namens Kodi verbreitet. Kodi ist ein Open Source Media Center, das der Nutzer mit Add-ons ausrüsten kann, die ihm Zugang zu illegalen Streams verschaffen.

Nagra fokussiert seine Anti-Piraterie-Maßnahmen insbesondere auf die Kodi-Plattform. Mit Hilfe von Wasserzeichen kann der illegal gestreamte Content bis zur Quelle zurückverfolgt werden. Auch für beliebte Streaming-Apps über Googles Betriebssystem Android, wie etwa Showbox, Mobdro oder MovieHD, erfasst Nagra illegale Streams.

Machtlos gegen Password Sharing

Für Kodi oder illegale Streaming-Apps gilt allerdings, dass trotz der zunehmenden Benutzerfreundlichkeit dieser Anwendungen immer noch ein wenig technisches Know-how vonnöten ist. So sind die Apps zum Beispiel nicht im App-Store Google Play erhältlich, so dass der Nutzer schon wissen muss, wie er unter Android eine App installiert.

Aus Sicht der Anti-Piraterie-Unternehmen wie Nagra stellen Anwendungen wie Kodi die größte Gefahr für Inhalteanbieter und Rechteinhaber dar. Kein Wunder, denn diese Wege des illegalen Streamings können sie bekämpfen. Gegen das einfache Password Sharing sind jedoch auch die Experten von Nagra machtlos. Und da zudem weder für die Weitergabe von Login-Daten noch für deren Verwendung spezielles Technikwissen vonnöten ist, entsteht hier für die legalen Streaming-Anbieter eine erhebliche Gefahr.

Größtes Problem der nächsten Jahre

Eine aktuelle Studie der britischen Medienaufsicht Ofcom geht davon aus, dass Password Sharing in den nächsten drei Jahren das vorwiegende Problem in Sachen Urheberrechtsverstößen werden wird. Selbst die bislang gefürchteten illegalen Streaming-Dienste à la Megavideo oder Kinobox stuft Ofcom also nicht so schwerwiegend ein, da an vielen Fronten rechtlich gegen sie erfolgreich vorgegangen wird. Aufgrund des Password Sharings prognostiziert die Behörde für die nächsten drei Jahre eine gleichbleibend hohe Zahl an illegal gesehene Videos in Großbritannien.

Laut einer Untersuchung von Reuters und Ipsos haben zwölf Prozent der Streaming-Nutzer in den USA schon einmal die Zugangsdaten von Personen außerhalb ihres Haushalts genutzt. Unter den 18- bis 24-jährigen steigt der Anteil auf über ein Fünftel (21 Prozent). Reuters befragte hierzu 4.400 US-Haushalte. In einer neueren Erhebung von Morning Consult ist gar die Rede von 37 Prozent der US-Haushalte und 56 Prozent unter den 18- bis 29-jährigen. Den Streaming-Anbietern entgeht durch Password Sharing ein riesiges Umsatzpotenzial. Laut Morning Consult würden sechs von zehn befragten Haushalten ein reguläres Abonnement abschließen, wenn sie den Streaming-Dienst nicht mehr kostenlos sehen könnten. Parks Associates geht davon aus, dass die Kosten für Password Sharing 2015 rund 500 Millionen US-Dollar für die Industrie betragen.

Über Freunde und Bekannte hinaus

Inzwischen hat sich das Teilen von Zugangsdaten weiter verbreitet. Waren es am Anfang nur Familienmitglieder und Freunde, denen Streaming-Abonnenten ihre Login-Daten anvertrauten, tauchen solche Daten nun auch auf Webseiten und in Foren auf. Man muss lediglich eine Datei mit Zugangsdaten zu unterschiedlichen Abonnements herunterladen und einen Zugang auswählen, der funktioniert.

Das Problem des Password Sharings dürfte für die Streaming-Anbieter umso größer werden je erfolgreicher sie werden. Laut der Online-Studie von ARD und ZDF ist die Nutzung von YouTube und der TV-Mediatheken leicht rückläufig, wohingegen Streaming-Dienste wie Netflix oder maxdome stetig zulegen. Ganze 23 Prozent der Befragten gaben an, derartige Angebote zu nutzen. Im Jahr zuvor waren es nur zwölf Prozent.

Insbesondere für das börsennotierte Netflix könnte sich der Druck erhöhen, wenn das Wachstum abflacht. Bislang schreibt das Unternehmen eine 30-Prozent-Wachstums-Story: Der Umsatz legte stetig von Quartal zu Quartal um knapp ein Drittel zu. Doch Analysten gehen davon aus, dass diese Zeiten langsam gezählt sind. Daher könnten die Netflix-Shareholder angesichts sinkender Umsätze den Druck erhöhen, gegen Password Sharing vorzugehen, um Schwarzseher in zahlende Abonnenten zu verwandeln.

Gegenmaßnahmen bleiben ungenutzt

Möglichkeiten, das Password Sharing zu unterbinden, sind vorhanden. Es existieren zum Beispiel Softwarelösungen, die ein ungewöhnliches Streaming-Verhalten erkennen. Dem Nutzer könnte in so einem Fall eine Warnung geschickt oder sein Zugang geschlossen werden. Ebenso lässt sich

unterbinden, dass ein Inhalt gleichzeitig auf zwei unterschiedlichen Endgeräten läuft. Da man aber zum Beispiel bei einem Netflix-Abo bis zu fünf unterschiedliche Profile anlegen kann, würde diese Methode auch ausschließen, dass legale Nutzer gleichzeitig einen Stream auf unterschiedlichen Geräten verfolgen können.

Noch reagieren die Streaming-Anbieter sehr verhalten auf das Password Sharing, denn einer ihrer großen Pluspunkte ist die einfache Bedienbarkeit. Einbußen bei der User Experience wollen sie nicht akzeptieren. So könnten sie den Login gegen Password Sharing absichern, indem beispielsweise über die Eingabe eines Zahlencodes der Abonnent identifiziert wird. Der erhält den Code nach der Eingabe des Passworts auf sein Smartphone und gibt ihn ebenso wie das Passwort ein, bevor er Zugriff auf den Streaming-Dienst erhält.

Schmerzgrenze noch nicht erreicht

Aber auch hier setzen die Anbieter lieber auf Bedienfreundlichkeit anstatt auf Sicherheit. Noch! Denn gerade die Verbreitung von Zugangsdaten im Internet auf Webseiten, die den Traffic mit Werbung in klingende Münze umwandeln, gepaart mit der steigenden Nutzung von Streaming-Diensten wird dafür sorgen, dass Password Sharing schnell zu einem Massenphänomen wird.

Sobald sich das Teilen der Zugangsdaten in den Bilanzen der Streaming-Anbieter widerspiegelt beziehungsweise aus dem derzeitigen Wachstums- ein Verdrängungsmarkt wird – bei der Verkündung der jüngsten Quartalszahlen sprach Netflix bereits von einem erhöhten Konkurrenzdruck durch Amazon oder Apple –, wenn es also um jeden einzelnen Abonnenten geht, dürften die Zeiten des einfachen Streaming-Schwarzsehens vorbei sein.

Urheber- und Kabelrecht im Mittelpunkt des FRK-Breitbandkongresses

RA Ramón Glaßl

Auf dem diesjährigen Breitbandkongress des Fachverbands Rundfunk und BreitbandKommunikation (FRK) wurden aktuelle juristische Themen diskutiert. Insbesondere ging es um das Urheber- und Kabelrecht. Im Urheberrecht sind für Kabelnetzbetreiber insbesondere die folgenden, dem Urheber ausschließlich zustehenden Rechte von Bedeutung: das Senderecht nach § 20 UrhG, das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung nach § 19a UrhG und das so genannte Kabelweitersendungsrecht nach § 20b UrhG.

Senderecht und öffentliche Zugänglichmachung

Das Senderecht des § 20 UrhG ist das Recht, ein Werk durch Funk der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Hierunter ist zu verstehen, dass das Werk einer Vielzahl an Empfängern zur Verfügung gestellt wird. Zur Abgrenzung zum Recht der öffentlichen Zugänglichmachung nach § 19a UrhG ist zudem erforderlich, dass die zeitliche Kontrolle beim Werkvermittler und nicht beim Empfänger liegt.

Unter dem Recht der öffentlichen Zugänglichmachung nach § 19a UrhG ist das Recht zu verstehen, ein Werk der Öffentlichkeit in einer Weise zugänglich zu machen, dass es Mitglieder der Öffentlichkeit von Orten und zu Zeiten ihrer Wahl zugänglich ist. Gegenstand ist hier also die Bereithaltung eines Werkes zum Abruf durch die Öffentlichkeit, wobei der Abruf zeitlich und örtlich ungebunden ist.

Kabelweitersendungsrecht

Das Kabelweitersendungsrecht nach § 20b UrhG ist letztlich eine Unterregelung des Senderechts und sieht vor, dass das Recht, ein gesendetes Werk im Rahmen eines zeitgleich, unverändert und vollständig übertragenen Programms durch Kabel- oder Mikrowellensysteme weiterzusenden, nur durch eine Verwertungsgesellschaft geltend gemacht werden kann.

Die Unterscheidung zwischen diesen Rechten ist insbesondere beim Thema IPTV ([MediaLABcom berichtete](#)) von Interesse, da bei einer Kabelweiterung für die Verwertungsgesellschaft nach § 20b UrhG und für den Fernsehsender nach § 87 Abs. 5 UrhG ein Kontrahierungszwang besteht.

Aktuelles im Kabelrecht

Des Weiteren befassten sich die Anwesenden mit fünf Urteilen, die die Kabelbranche in diesem Jahr in Aufruhr versetzten. Zunächst wurden zwei Urteile des Europäischen Gerichtshofs (Az.: C-641/15 und C-138/16) besprochen, die beide in Österreich spielten. Der EuGH hatte hier zum einen entschieden, dass ein Hotelzimmer kein Ort ist, der dem Publikum gegen Zahlung eines Eintrittsgeldes zugänglich ist.

Zum anderen hatte der EuGH entschieden, dass eine nationale Regelung, nach der die gleichzeitige, unveränderte und vollständige Übermittlung von Rundfunksendungen der nationalen Rundfunkanstalt mit Hilfe von Leitungen im Inland nicht als neue Wiedergabe anzusehen ist, mit Europäischem Recht vereinbar ist.

Einspeiseverträge und Entgelte

Das Oberlandesgericht Düsseldorf urteilte in einem Verfahren (Az.: VI-U (Kart) 16/13), dass die

Kündigungen von Einspeiseverträgen, die von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nach einem gemeinsamen Beschluss ausgesprochen wurden, gegen das Kartellverbot des § 1 GWB verstoßen. Das OLG Düsseldorf stellte zudem klar, dass es kein missbräuchliches Verhalten sei, von eingespeisten Fernsehsendern ein Einspeiseentgelt zu verlangen, und dass auch die Regelung des § 52d Rundfunkstaatsvertrag nicht entgegenstünde.

Ebenfalls wurde ein Urteil des Bundesgerichtshofs (Az.: KZR 2/15) diskutiert, das einen Rechtsstreit zwischen zwei großen Telekommunikationsunternehmen über die Frage entschied, ob für die Nutzung von Kabelkanalanlagen Entgelte zu zahlen sind und ob die verlangten Entgelte zu hoch seien. Der BGH kam zu dem Ergebnis, dass das Unternehmen, das die Kabelkanäle zur Verfügung stellte, marktbeherrschend und daher verpflichtet sei, dem anderen Unternehmen zu angemessenen Bedingungen Zugang zu seiner Infrastruktur zu gewähren.

Schließlich wurde das bislang nicht rechtskräftige Urteil des Landgerichts Hamburg (315 O 201/16) erörtert. Das LG Hamburg hatte entschieden, dass das klagende Wohnungsbauunternehmen keinen Anspruch auf Zahlung eines Entgelts für die Nutzung der innerhalb der Gebäude verlegten Inhouse-Verkabelung habe. Diese Inhouse-Verkabelung stehe im Eigentum des Telekommunikationsdiensteanbieters, der insofern nicht die Nutzung der Inhouse-Verkabelung, sondern allenfalls die Nutzung der Gebäudeinfrastruktur zum Zwecke der Installation der Inhouse-Verkabelung erlangt habe. Hierfür fehle es jedoch an ausreichendem Vortrag bezüglich eines entsprechenden Gegenwertes.

Ramón Glaß 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.

Neues vom FRK

FRK fordert angemessenen Beitrag von Netflix, Amazon, Google & Co. für künftigen Breitbandnetzausbau mittels Netznutzungsgebühr

Anbieter datenintensiver Audio- und Videodienste wie Netflix, Amazon, Apple Music, Google, Facebook und YouTube sollen sich in angemessener Form an den Ausbaukosten der künftigen Gigabit-Netze durch eine Netznutzungsgebühr beteiligen, die nicht zulasten der Verbraucher gehen dürfe. Dies hat jetzt der Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) auf seinem Breitbandkongress in Leipzig gefordert. Dem Interessenvertreter der mittelständischen Netzbetreiber schwebt dabei für Streaming-Dienste alternativ eine monatliche Abgabe bis zu einem Euro je Kunde oder eine volumenabhängige Gebühr vor. „Langfristig kann kein Geschäftsmodell funktionieren, das einseitig auf der Idee kostenloser Datenautobahnen basiert, wenn letztlich den privatwirtschaftlichen Betreibern dieser Infrastrukturen das nötige Geld für den Erhalt und weiteren Ausbau fehlt“, betonte Heinz-Peter Labonte, Vorsitzender des FRK.

Der FRK arbeitet hierzu an einem konkreten Vorschlag, der in die öffentliche Diskussion um den richtigen Weg für den Netzausbau Richtung Gigabit-Gesellschaft einfließen soll. „Amazon, Netflix, Apple, Google und Facebook entwickeln sich über die Breitbandnetze zu globalen TV-Giganten, die sich nicht nur in Deutschland jeder Verantwortung und Regulierung entziehen. Zugleich bedrohen diese Anbieter langfristig die Existenz funktionierender nationaler Strukturen der TV-Märkte, TV-Sender und Betreiber von Netzinfrastrukturen. Mit dem Beitrag für den Infrastrukturausbau wollen wir nicht den Verbraucher, sondern die Anbieter belasten, die aus ihren Geschäftsmodellen Milliardenumsätze zulasten der Netzbetreiber und letztlich der Allgemeinheit generieren“, sagte er weiter.

Damit reagiert der Fachverband als erster Interessenvertreter der Netzbetreiber in Deutschland auf das nur durch raschen weiteren Ausbau der Netze zu bewältigende gewaltige Volumenwachstum für den Download und das Streamen von Videos und Musik. Dieses legt jährlich zwischen 30 und 40 Prozent zu und steht bei steigender Tendenz für über 80 Prozent des gesamten Datenverkehrs in den Netzen. „Nüchtern gesehen wird heute von diesen Anbietern und anderen Interessengruppen das private Eigentum von Netzbetreibern als Allgemeingut gesehen, dass allen Nutzern zu gleichen Teilen und am besten mit minimaler Flatrate zusteht“, sagte Labonte weiter. „Die für den Betreiber und letztlich den Nutzer wirklich wichtigen Fragen werden dabei völlig ausgeblendet. Wie kann ich meine erforderlichen Investitionen für den Ausbau refinanzieren? Wie lassen sich Datenströme intelligent managen? Wie stelle ich langfristig die Qualität und Sicherheit der Datentransporte in meinem Netz sicher?“

Der vom FRK geforderte Beitrag der Streaming-Anbieter komme letztlich Verbrauchern und Unternehmen gleichermaßen zu, da hervorragend ausgebaute Netzinfrastrukturen eine wichtige Voraussetzung für die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft und Gesellschaft seien und somit natürlich auch der Sicherung der Zukunftsfähigkeit des Landes dienten. „Um dies zu erreichen, ist ein Schulterschluss aller Marktakteure nötig“, sagte Labonte abschließend.

Neues vom BLTV

Lokal-TV-Kongress: Und jetzt bitte handeln!

Mit dem Abschlussplenum „Wie geht's weiter?“ ging am 28. September 2017 der dritte Lokal-TV-Kongress der fünf ostdeutschen Landesmedienanstalten in Potsdam zu Ende. René Falkner, Vorstandsvorsitzender des Bundesverbands Lokalfernsehen (BLTV), dankte den Landesmedienanstalten für einen gelungenen Kongress, fordert aber anschließende Maßnahmen, um präsentierte Vorschläge für ein vielfältiges und lebensfähiges Lokal und Regionalfernsehen auch umsetzen zu können.

„Viele Ideen zur Programmgestaltung und innovativem Lokalfernsehen wurden in diesem und den zurückliegenden LokalTVKongressen präsentiert. Das grundsätzliche Problem, die Sender - die inzwischen in vielen Nischen öffentlich-rechtliche Aufträge erfüllen mit den dazugehörigen finanziellen Mitteln auszustatten, wurde aber nie gelöst. Das ist aber Voraussetzung, um die Bildschirme und Smartphones mit den gewünschten, qualitativ hochwertigen Inhalten füllen zu können“, erklärte Falkner. Beispiele, wie dies funktionieren könnte, gäbe es mit den Modellen in Bayern, der Schweiz, Österreich oder Großbritannien zur Genüge.

Die bisherige Festlegung auf ausschließlich technische Unterstützung reiche zur Herstellung von Inhalten in keiner Weise aus. Eine passive bis ignorante Haltung der Medienpolitik der Bundesländer habe auch im letzten Jahr zu einem anhaltenden Sendersterben beigetragen. Immer mehr Regionen würden in Folge nicht mehr ausreichend mit lokalen und glaubwürdigen Informationen versorgt werden können, betonte Falkner. Zudem müssten gleiche Rahmenbedingungen für alle geschaffen werden, die auch für die Global Player am Markt gelten, um Lokaljournalismus künftig noch finanzieren zu können. „Regionale Werbegelder fließen derzeit aus den Regionen ab, die deutsche Mediengesetzgebung ist hier in keiner Weise mehr zeitgemäß.“

Forderungen nach einer materiellen Unterstützung der Sender seitens der Landesmedienanstalten reichten nicht mehr aus, mahnt der BLTV-Vorstandsvorsitzende. Dringendes Handeln seitens der politischen Akteure sei nun gefragt, soll das stets betonte Interesse an einer vielfältigen lokalen Medienlandschaft und Demokratiebildung im Lokalen keine leere Floskel bleiben.

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

KEK: Neues Medienkonzentrationsrecht „dringend“ erforderlich

Wenn ein internationaler Konzern wie Amazon oder Netflix ein großes deutsches Medienunternehmen wie ProSiebenSat.1 oder RTL übernehmen würde, hätten die deutschen Medienwächter kaum eine Handhabe, gegen eine derartige Konzentration von Markt- und Meinungsmacht vorzugehen. Darauf macht Georgios Gounalakis, Vorsitzender der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), im neuen Jahresbericht der Kommission aufmerksam. Es sei eine „Gefahr“, dass Zusammenschlüsse dieser Art außerhalb einer vertieften Konzentrationskontrolle durch die KEK vollzogen werden könnten.

„Das derzeitige Rundfunkkonzentrationsrecht macht der KEK eine Beurteilung crossmedialer Sachverhalte nahezu unmöglich“, warnt Gounalakis. „Nach Abzug der vom Gesetzgeber großzügig bemessenen Bonuspunkte erreicht – seit den Vorgaben des Bundesverwaltungsgerichts aus dem Jahre 2014 – keines der großen deutschen Fernsehunternehmen die geforderte Aufgreifschwelle, um Medienaktivitäten jenseits des bundesweiten Fernsehens in die konzentrationsrechtliche Prüfung aufzunehmen.“ Gounalakis unterstreicht daher die Forderung der KEK nach einem „zeitgemäßen Medienkonzentrationsrecht“, das der Konvergenz der Medien und dem veränderten Nutzungsverhalten Rechnung trage.

Die KEK tritt nach wie vor für den von ihr entwickelten Ansatz eines „Gesamtmarktmodells“ unter Einbeziehung aller publizistischen Medien ein. Der [Medienkonvergenzmonitor](#) der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten könnte hierfür als Grundlage herangezogen und weiterentwickelt werden.

GoldStar TV bleibt auf Sendung / Verbreitung via waipu.tv

Das drohende Aus von GoldStar TV ist abgewendet: Der Pay-TV-Kanal für Schlagerfans ist ab 1. November 2017 auf der IPTV-Plattform waipu.tv zu empfangen. Der Verbreitungsvertrag mit Sky Deutschland, wo GoldStar TV bislang exklusiv sendete, war nicht verlängert worden. Die Betreibergesellschaft Mainstream Media suchte daher nach alternativen Verbreitungswegen. Nach dem Aus bei Sky am 31. Oktober 2017 geht es nahtlos bei waipu.tv weiter. Die Plattform, die über 70 TV-Sender bietet, konnte ein Jahr nach der Markteinführung bereits über 500.000 Nutzer gewinnen. Anlässlich des GoldStar-TV-Starts können waipu.tv-Neukunden im Rahmen einer [Sonderaktion](#) das Comfort-Paket, das normalerweise 4,99 Euro pro Monat kostet, drei Monate lang gratis ausprobieren. Zusätzlich ist GoldStar TV bis 31. Januar 2018 kostenlos freigeschaltet. Auch Bestandskunden des Comfort- oder Perfect-Pakets erhalten GoldStar TV automatisch und kostenfrei bis 31. Januar 2018 freigeschaltet. Nach Ablauf des Einführungsangebots kann GoldStar TV für 2,99 Euro im Monat zum bestehenden Abonnement hinzugebucht werden; der Zugang ist monatlich kündbar.

Mit der Trennung von GoldStar TV geht Sky seinen Weg weiter, mehr auf eigene Sender und Inhalte zu setzen. In den vergangenen Monaten hatte der Pay-TV-Veranstalter bereits zahlreiche Drittsender von seiner Plattform entfernt, darunter Sport1 US HD, AXN, die Pay-TV-Kanäle von ProSiebenSat.1 und den MGM Channel. Die wie GoldStar TV von Mainstream Media veranstalteten Sender Romance TV und Heimatkanal bleiben hingegen Teil des Sky-Angebots. Ab 7. November 2017 wird Romance TV bei Sky zudem nicht mehr nur via Satellit, sondern auch per Kabel und IPTV empfangbar sein und seine

Reichweite damit ausbauen. Gleichzeitig fällt die Exklusivität des Heimatkanals weg, so dass der Sender neben Sky künftig auch auf anderen Verbreitungswegen ausgestrahlt werden kann.

Sky Deutschland bleibt auf Astra

Sky Deutschland wird seine Programme weiterhin über das Satellitensystem Astra (19,2° Ost) verbreiten. Der Pay-TV-Veranstalter sicherte sich vom Satellitenbetreiber SES langfristig Kapazität auf 19,2° Ost. Das Abkommen umfasst sieben Transponder. „Die Vereinbarung ist ein wichtiges Signal in den Markt, dass lineares Fernsehen gerade im Hinblick auf Pay-TV weiterhin attraktiv bleibt. Der Vertrag sichert Sky-Kunden mit Satellitenempfang langfristig eine Übertragung des Programmangebots in SD-, HD- und Ultra HD-Qualität“, sagte Christoph Mühleib, Geschäftsführer von Astra Deutschland. Darüber hinaus erweitert Sky Deutschland seine Partnerschaft mit der Astra-Tochter MX1 um Dienstleistungen im Bereich Sport und Events. „Live-Übertragungen aus der ganzen Welt spiegeln den unmittelbaren Mehrwert von linearem Fernsehen wider: Sie begeistern zeitgleich ein Millionenpublikum. Satellit stellt dafür den sichersten und schnellsten Übertragungsweg zur Verfügung und MX1 bietet den optimalen Service, um die Übertragung vom Veranstaltungsort direkt in die Haushalte der Zuschauer zu ermöglichen.“

Constantin Medien bläst Verkauf von Sport1 ab

Constantin Medien trennt sich nun doch nicht von seinem Sportsender Sport1 und dem Werbeverkäufer Sport1 Media. Der Vorstand habe beschlossen, das strukturierte, kompetitive Bieterverfahren hinsichtlich eines möglichen Verkaufs von Sport1 und Sport1 Media mit sofortiger Wirkung zu beenden, teilte das Medienunternehmen mit. Im Rahmen der Fokussierung von Constantin Medien auf das Segment Sport liege der Fokus insbesondere auf der strategischen und operativen Weiterentwicklung der 360°-Sportplattform Sport1 und des Produktionsunternehmens Plazamedia.

Im Juni 2017 wurde bekannt, dass Constantin Medien den Verkauf von Sport1 und Sport1 Media erwägt, um sich finanziellen Spielraum zu verschaffen. Der Fokus wäre dann auf der Filmsparte Constantin Film gelegen. Als Interessenten galten Axel Springer, Sky Deutschland und Freenet. Nach der Beilegung des Streits unter den Hauptgesellschaftern von Constantin Medien um die strategische Ausrichtung des Unternehmens sowie der Berufung eines neuen CEOs und Aufsichtsrats erwarteten Branchenbeobachter bereits, dass die Verkaufspläne des Sportgeschäfts ad acta gelegt werden.

ProSiebenSat.1 plant Übernahmen

ProSiebenSat.1 will mit weiteren Zukäufen seine Abhängigkeit vom TV-Werbemarkt verringern. Der Medienkonzern beschäftigt sich momentan mit zehn möglichen Übernahmezielen, sagte der Vorstandsvorsitzende Thomas Ebeling auf einer nicht-öffentlichen Investorenveranstaltung der Berenberg-Bank. Dazu zählten vier Firmen im Online-Handel, vier im TV-Produktionsbereich und zwei Online-Unterhaltungsanbieter. Eine ProSiebenSat.1-Sprecherin bestätigte die Angaben gegenüber der Nachrichtenagentur [Reuters](#).

Maxdome schreibt weiter rote Zahlen

Die Online-Videothek maxdome wird entgegen den ursprünglichen Erwartungen des Mutterkonzerns ProSiebenSat.1 auch in diesem Jahr rote Zahlen schreiben. „Auf Gesamtjahressicht wird maxdome noch nicht profitabel sein. Für 2018 streben wir das allerdings an“, sagte der Vorstandsvorsitzende Thomas Ebeling der Wirtschaftszeitung [„Euro am Sonntag“](#). „Wir haben inzwischen eine Million maxdome-Abonnenten. Die Nutzungszahlen könnten höher sein, sind aber okay. Das liegt daran, dass sich Video on Demand in Deutschland noch nicht richtig durchgesetzt hat“, sagte Ebeling. Maxdome müsse daran arbeiten, sich deutlich von Netflix zu unterscheiden, „ohne die Kostenbasis zu erhöhen“. Im Mai 2017 hatte Ebeling noch erklärt, maxdome werde bis Jahresende schwarze Zahlen schreiben.

ProSiebenSat.1 und Discovery machen 7TV kostenfrei

ProSiebenSat.1 und Discovery Communications haben ihr gemeinsames Streaming-Angebot unter der Marke 7TV gestartet. In die neue, kostenfreie Plattform, die offen ist für weitere Partner und Inhalte, wird die 7TV-App von ProSiebenSat.1 integriert, die bislang 2,99 Euro pro Monat kostete. „Im Zuge der Öffnung von 7TV für andere Sender und Formate wie DMAX und TLC wurde die Bezahlschranke zugunsten der Reichweite aufgehoben, somit sind alle Inhalte kostenfrei“, sagte ein Discovery-Sprecher gegenüber MediaLABcom.

Die werbefinanzierte Multiscreen-Plattform, die im Mai 2017 angekündigt wurde, umfasst zum Start die Livestreams und Abrufinhalte von Sat.1, ProSieben, kabel eins, sixx, ProSieben Maxx, Sat.1 Gold und kabel eins Doku. Discovery steuert DMAX und TLC bei. ProSiebenSat.1 und Discovery wollen ihre Zusammenarbeit bei 7TV weiter ausbauen. Geplant ist unter anderem eine „Eurosport Zone“ mit ausgewählten Sport-Höhepunkten und Clips.

„Diese Bekanntgabe ist nur der Anfang. In den kommenden Monaten sollen weitere Sender und Partner folgen, außerdem arbeiten wir an einer noch besseren Funktionalität, verbesserten technologischen Möglichkeiten und weiteren Geschäftsmöglichkeiten“, sagte Susanne Aigner-Drews, Geschäftsführerin von Discovery Networks Deutschland. Derzeit läuft die Suche nach einem CEO für das Joint Venture, ein konkreter Name soll in naher Zukunft bekannt gegeben werden.

ProSiebenSat.1 stellt MyVideo ein

Der Medienkonzern ProSiebenSat.1 stellt sein Videoportal MyVideo ein, um sich auf die Online-Videothek maxdome zu fokussieren. Zuletzt boten beide Plattformen die Möglichkeit, Filme und Serien gegen Einzelbezahlung abzurufen. „Schon seit Anfang September 2017 wird der maxdome Store ausschließlich auf der Video-on-Demand-Plattform (VoD) maxdome angeboten“, erklärte ein ProSiebenSat.1-Sprecher

gegenüber MediaLABcom. Bislang war der Store parallel auch auf der Empfehlungsplattform MyVideo eingebunden, die seit rund einem Jahr ebenfalls zu maxdome gehört. „Mit einer klaren Fokussierung auf ein Portal möchte das maxdome-Management die VoD-Plattform stärken und zugleich bisherige MyVideo-Nutzer an maxdome heranführen“, sagte der Sprecher. MyVideo werde ohne Store-Geschäft nicht mehr weitergeführt, die Marke bleibe für künftige digitale Aktivitäten reserviert. Nutzer, die die Webseite von MyVideo aufrufen, landen nun direkt im [maxdome Store](#).

ProSiebenSat.1 wollte MyVideo ursprünglich in ein neues Portal mit den Schwerpunkten Video und Entertainment umgestalten, das die digitalen TV-Angebote und maxdome ergänzt. Von Nutzern erstellte Inhalte wurden bereits im Herbst 2015 zugunsten professioneller Produktionen entfernt. Bis Start des neuen Portals fungierte die Webseite als so genannte Premium Content Discovery Platform: In Trailern wurden neue Kinofilme, Serien, Games und DVDs präsentiert.

Komplettlösung für Netzbetreiber: purtel.com startet IPTV-Angebot in Kooperation mit content4tv

Content4tv, der neue TV-Lizenz-Dienstleister für Netz- und Plattformbetreiber, versorgt purtel.com mit Verbreitungsrechten für Fernsehsender. Der Vorleistungslieferant kann damit sein neues IPTV-Angebot mit attraktiven deutschsprachigen Free-TV- und Pay-TV-Sendern sowie diversen Fremdsprachenprogrammen in SD- und HD-Qualität bestücken. „Die White-Label-Lösung mit dem Produktnamen purTV, die wir auf der ANGA COM 2017 vorstellten, ergänzt den Internet- und den Telefoniedienst, so dass purtel.com nun der erste Triple-Play-Anbieter auf Basis reiner IP-Services für regionale Netzbetreiber in Deutschland ist. Somit können nun die regionalen Netzbetreiber endlich die notwendigen IP-Services aus einer Hand bekommen“, sagte Markus von Voss, Geschäftsführer von purtel.com.

Purtel.com liefert den B2B-Kunden die technische Plattform und definiert die Endkundenprozesse über diese Infrastruktur als White-Label-Lösung für die Netzbetreiber mit deren Endkundenprodukten und Endkundenbeziehung, während content4tv die erforderlichen Lizenzen zur Einspeisung und Weiterverbreitung der TV-Sender bereitstellt. Neben dem Live-Signal und der Multiscreen-Verteilung zählen dazu umfangreiche non-lineare Rechte wie Catch-up, Restart und Timeshift als Funktionen.

„Das Kooperationsmodell zwischen purtel.com und content4tv versetzt regionale Netzbetreiber in die Lage, nicht nur auf Augenhöhe mit den großen Kabelgesellschaften im Wettbewerb zu bestehen, sondern die umfangreichen zusätzlichen Möglichkeiten von IPTV in echte Kundenvorteile umzusetzen“, sagte Martina Rutenbeck, geschäftsführende Gesellschafterin von content4tv. „Damit geht auch das Konzept von content4tv auf, sowohl Netz- als auch Plattformbetreibern höhere Flexibilität bei der Gestaltung ihrer IPTV-Lösungen zu bieten.“ Lesen Sie hierzu auch unser Interview in dieser Ausgabe mit Martina Rutenbeck.

vitroconnect baut TV-Angebot aus

Vitroconnect, die Betreiberin einer netzunabhängigen Brokerage-Plattform für TK-Bündelprodukte in Deutschland, bietet ihren Kunden künftig eine weitere Option für TV-Pakete an. Die dafür notwendigen Ausstrahlungsrechte stellt der TV-Lizenz-Dienstleister content4tv zur Verfügung, mit dem eine langfristige Zusammenarbeit vereinbart wurde. Die vitroconnect CAP (Carrier Aggregation Platform) wird so um ein weiteres IPTV-Angebot erweitert, dass die CAP-Kunden unter eigenem Namen vermarkten können. Neben dem linearen Fernsehen sind auch die Multiscreen-Rechte für Smartphones und Tablets abgedeckt, ebenso wie umfangreiche non-lineare Rechte wie Catch-up, Restart und Timeshift.

„Im zunehmenden Wettbewerb um TV-, Internet- und Telefonkunden sind nicht nur leistungsstarke Breitbandnetze, sondern auch attraktive Produkte gefragt“, sagte Martina Rutenbeck, geschäftsführende Gesellschafterin von content4tv (lesen Sie hierzu auch unser Interview in dieser Ausgabe mit Martina Rutenbeck). „Mit der White-Label-Lösung, die unsere Partnerschaft mit vitroconnect ermöglicht, können Anbieter von Endabnehmerprodukten ihren Kunden die größten privaten Free-TV-Sender in bester HD-Qualität anbieten.“ Daniel Redanz, Geschäftsführer und Vertriebsleiter von vitroconnect, erklärte: „Mit den TV-Paketen von content4tv erschließen wir insbesondere unseren Stadtwerke-Kunden eine weitere Möglichkeit, attraktive Bündel-Produkte zu schnüren und ohne erhöhte Komplexität über die vitroconnect CAP zu bestellen.“

Startschuss für Ultra HD bei Entertain TV

Die Deutsche Telekom bietet ab sofort Ultra-HD-Inhalte auf ihrer IPTV-Plattform Entertain TV an. Für den Empfang benötigen die Kunden den neuen Media-Receiver MR 401, der zudem direkten Zugriff auf Netflix ermöglicht. Das Ultra-HD-Angebot bei Entertain TV umfasst Abrufinhalte von Videoload, Netflix, YouTube und Sky. Außerdem ist Insight TV, ein Sender rund um Technik, Abenteuer, Reisen und Extremsport, als linearer Ultra-HD-Kanal empfangbar. An jedem Spieltag überträgt die Telekom ein Spiel der Deutschen Eishockey Liga ohne Zusatzkosten im neuen Bildformat.

Der Receiver MR 401 ist für monatlich 4,95 Euro erhältlich; dank der Wechselfestplatte können die eigenen Aufnahmen vom Vorgängermodell MR 400 übernommen werden. Das Modell MR 201 für Zweitfernseher kostet 3,95 Euro pro Monat. Ultra-HD-Inhalte auf Abruf stehen laut Telekom dank effizienter Kompressions- und Streaming-Verfahren für alle Entertain-TV-Kunden zur Verfügung. Für ultrahochoflösendes Live-Fernsehen ist ein „Magenta Zuhause L“-Tarif mit bis zu 100 Mbit/s im Download nötig. Die Telekom hatte das Ultra-HD-Angebot, den Netflix-Zugang und die neue Receiver-Generation auf der IFA 2017 in Berlin angekündigt.

Stingray startet Ultra-HD-Musiksender

Das kanadische Medienunternehmen Stingray hat den Musikkanal Stingray Now 4K in Europa gestartet, der rund um die Uhr ausschließlich in Ultra HD produzierte Videoclips ausstrahlt. Das Spektrum reicht von Pop, Dance und Hiphop über Indie und Latinpop bis zu Adult Rock und Alternative Rock. Nach Stingray Festival 4K und Stingray Ambiance 4K ist Stingray Now 4K der dritte Ultra-HD-Sender von Stingray. Das neue Programm richtet sich unter anderem an die Betreiber von Kabel- und IP-Netzen in Deutschland, Österreich und in der Schweiz, die ihren Kunden hochauflösende TV-Sender anbieten wollen.

Aus für center.tv Düsseldorf

Wieder ein Lokalsender weniger: Die Mediengruppe Rheinische Post stellt center.tv Düsseldorf am 31. Dezember 2017 ein. Neben der Kabelverbreitung des Programms ist auch der Livestream im Internet unter www.centertv.de betroffen, wie ein Sprecher gegenüber MediaLABcom bestätigte. Im Gegenzug sollen die sich positiv entwickelnden Bewegtbildaktivitäten im Nachrichtenportal [RP Online](http://RP-Online) und in anderen Angeboten weiter ausgebaut werden, erklärte der Sprecher. Mit dem Düsseldorfer Programm wird der letzte verbliebene Sender der einstigen center.tv-Kette eingestellt.

MABB stellt Förderung für Lokal-TV-Inhalte in Aussicht

Der Medienrat der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) hat ein „Berlin-Brandenburgisches Modell“ zur Förderung professioneller lokaler Medieninhalte erarbeitet. „Damit qualitativ hochwertige journalistische Inhalte im Lokalen auch in Zukunft finanziert werden können, empfehlen wir ein plattformunabhängiges, crossmediales Fördermodell“, sagte Hansjürgen Rosenbauer, Vorsitzender des Medienrats. „Die Sicherung von Vielfalt, Qualität, Reichweite und Stabilität lokaler Medienversorgung ist unser Ziel.“ Das [Modell](#) beruht auf zwei Säulen: Bestehende Fördermaßnahmen sollten zum einen weiterentwickelt und an technische und journalistische Qualitätsstandards gekoppelt werden. Zum anderen sollte eine gesetzliche Grundlage für die Förderung professioneller lokaljournalistischer Inhalte geschaffen und die dafür notwendige Finanzausstattung zur Verfügung gestellt werden. So würden Impulse für Innovationen im Lokaljournalismus gegeben, Anreize für die Gestaltung qualitativ hochwertiger Medieninhalte geschaffen und die regionale und lokale Nachrichtenversorgung flächendeckend gewährleistet werden.

Aus N24 wird im Januar 2018 WELT

Der Nachrichtenkanal N24 nennt sich ab 18. Januar 2018 WELT. Mit dem Schritt, der im Juli 2015 angekündigt wurde, übernimmt der Sender die Marke der gleichnamigen Tageszeitung des Medienunternehmens Axel Springer, das N24 am 9. Dezember 2013 gekauft hatte. Ab Mitte Januar 2018 gibt es die Marke WELT damit in TV, Print und Internet. „Mit einer gemeinsamen starken Marke können wir unserem Publikum maximale Orientierung und Verlässlichkeit bieten, ganz egal wann und wo es sich informieren möchte. WELT ist damit die wohl konsequenteste Antwort auf das sich permanent verändernde Informationsverhalten“, sagte Senderchef Torsten Rossmann. Der Dokumentationskanal N24 Doku hingegen behält seinen Namen.

DAZN zeigt UEFA Europa League

Das Sportportal DAZN hat sich für die drei kommenden Spielzeiten sämtliche Spiele der UEFA Europa League für Deutschland und Österreich gesichert. Das Rechtspaket, dessen finanzielle Details nicht genannt wurden, startet mit der Saison 2018/19. Der kostenpflichtige Streaming-Dienst wird alle 205 Spiele der Europa League übertragen, davon 190 exklusiv. Weitere 15 Spiele laufen parallel bei einem Free-TV Partner. Zuletzt zeigte Sky Deutschland die Europa League im Pay-TV, ein Spiel pro Woche lief bei Sport1 im Free-TV. DAZN überträgt ab der Saison 2018/19 auch Spiele der UEFA Champions League. Die Rechte hat die Muttergesellschaft Perform Group im Juni 2017 gemeinsam mit Sky erworben.

M7 baut HD-Pakete aus

Der Plattformbetreiber M7 hat die Dokumentationskanäle Discovery Channel HD und Animal Planet HD in sein Pay-TV-Paket „Premium HD“ aufgenommen. Die Abonnenten können das Bouquet, das damit insgesamt 14 Sender umfasst, ohne Aufpreis empfangen. Die Abo-Sender ProSieben Fun HD und Sport1 US HD sind bei „Family HD“ dazu gekommen, Anfang November 2017 folgt der Heimatkanal. Das Bouquet umfasst dann insgesamt 35 Sender. Die Aufschaltung der neuen Programme erfolgt für Abonnenten kostenfrei. M7 empfiehlt einen Suchlauf, damit die Neuzugänge auf den Bildschirm kommen. Seit Anfang 2016 hat M7 insgesamt 17 neue Programme auf seine Plattform geholt, die Netzbetreiber ihren Kunden anbieten können. Die meisten Neuzugänge sind in HD-Qualität empfangbar.

Silverline Movie Channel startet bei Amazon Channels

Der Spielfilmkanal Silverline Movie Channel ist ab sofort auf der OTT-Plattform Amazon Channels verfügbar. Der Pay-TV-Sender für Fans von Horror-, Action- und asiatischen Filmen bietet neben dem Livestream seines laufenden Programms bei Amazon Channels auch Abrufinhalte in HD-Qualität an. Aktuell gibt es die Möglichkeit, Silverline TV 14 Tage kostenlos zu testen, danach kostet der Sender 1,99 Euro pro Monat ohne Paketbindung bei monatlicher Kündigungsmöglichkeit.

Der Münchner Medienunternehmer Ralph Piller - seit Anfang 2015 Inhaber und Vorstand der Betreibergesellschaft Silverline Television AG - sieht den Sender mit der Verbreitung bei Amazon Channels auf dem richtigen Weg. „Der Reichweitenausbau im deutschsprachigen Europa geht weiter voran und mit Amazon konnten wir einen sehr starken und strategisch wichtigen Partner gewinnen“, sagte Piller in München. Die hohe Anzahl an Premieren - aktuell jede Woche vier deutsche Erstaussstrahlungen - und die guten Bewertungen der Filme in TV-Programmzeitschriften seien mit ausschlaggebend für die Partnerschaft mit Amazon gewesen.

Der Silverline Movie Channel ist in HD-Qualität neben Amazon Channels auch bei Entertain TV der Deutschen Telekom sowie bei Magine TV zu empfangen. Außerdem wird in Deutschland in den Kabelnetzen von Vodafone (ehemals Kabel Deutschland), Unitymedia, Tele Columbus und Primacom sowie auf der M7-Plattform gesendet. In der Schweiz ist das Programm in den Kabelnetzen der Mitglieder des Kabelverbands Suissedigital empfangbar.

Tiberius Film startet Filmkanal bei Amazon Channels

Der Münchner Independent-Film-Anbieter Tiberius Film hat ein Video-on-Demand-Angebot auf der OTT-Plattform Amazon Channels gestartet. Das bestätigte Geschäftsführer Wolfgang Carl gegenüber MediaLABcom. [Bloody Movies](#) richtet sich an Horror- und Special-Interest-Fans und kostet 3,99 Euro pro Monat bei monatlicher Kündigungsfrist. Zum Start sind über 100 Titel aus dem Katalog von Tiberius Film abrufbar, darunter sowohl aktuelle als auch ältere Produktionen. Das Angebot soll laufend ausgebaut werden.

Sport1 US verlässt Amazon Channels

Sport1 US, der Pay-TV-Kanal für Fans amerikanischer Sportarten, ist nicht mehr auf der OTT-Plattform Amazon Channels empfangbar. Der Rückzug erfolge aus lizenzrechtlichen Gründen, sagte ein Sport1-Sprecher gegenüber MediaLABcom. „Die entsprechende lizenzrechtliche Thematik hat sich leider kurzfristig ergeben und war in dieser Form vorher nicht absehbar“, ergänzte der Sprecher. Kunden, die Sport1 US über Amazon Channels kostenpflichtig gebucht haben, bekommen in den nächsten Tagen die bereits entrichtete monatliche Gebühr anteilig erstattet. Auf allen anderen Verbreitungswegen bleibt Sport1 US weiterhin empfangbar. Der Sender war Anfang September 2017 bei Amazon Channels aufgeschaltet worden.

Filmtastic startet bei Rakuten TV

Die Tele München Gruppe bietet Filmtastic, ihren Abrufdienst für Cineasten, ab sofort auch auf der OTT-Plattform Rakuten TV (ehemals wuaki.tv) an. Das Programm kann für 3,99 Euro im Monat [bezogen werden](#). Zum gleichen Preis ist Filmtastic bei Amazon Channels erhältlich, wo das Programm im Mai 2017 startete. „Wir sind uns bewusst, dass alle Wegweiser in die digitale Richtung zeigen. Mit der Tele München Gruppe wollen wir nicht nur dabei sein, sondern die Zukunft aktiv mitgestalten“, sagt Herbert L. Kloiber, Geschäftsführer der Tele München Gruppe. „Deshalb freuen wir uns umso mehr, dass [Filmtastic](#) bei den digitalen Zuschauern so gut ankommt und wir in Rakuten TV einen erfahrenen Partner gefunden haben, der die Reichweite von Filmtastic weiter ausbaut.“ Rakuten TV ist derzeit in zwölf Ländern verfügbar; Betreiber ist der japanische Internet- und E-Commerce-Konzern Rakuten.

M-net bietet 1-Gbit/s-Internetzugang

Der regionale Telekommunikationsanbieter M-net hat in seinem Glasfasernetz einen Hochgeschwindigkeits-Internetzugang mit einer Datenrate von bis zu 1 Gbit/s für Privatleute eingeführt. Das Angebot ist ab sofort in München, Augsburg und Erlangen in Gebäuden mit FTTH-Verkabelung verfügbar, bei der die Glasfaserleitung bis in die Wohnräume des Kunden reicht. Die Upload-Geschwindigkeit beträgt bis zu 50 Mbit/s. Der neue Tarif „Surf&Fon-Flat 1000“ kostet 149 Euro pro Monat und umfasst außerdem einen Telefonanschluss mit zwei Leitungen und zehn Rufnummern. Als Router kommt die FRITZ!Box 7582 von AVM zum Einsatz, die den Kunden auf Wunsch kostenlos zur Verfügung gestellt wird.

BR übernimmt 2018 den ARD-Vorsitz

2018 übernimmt der Bayerische Rundfunk (BR) die ARD-Geschäftsführung. Das wurde in der jüngsten Sitzung der ARD-Hauptversammlung in Köln auf Vorschlag der Intendanten einstimmig beschlossen. Damit wird BR-Intendant Ulrich Wilhelm der nächste ARD-Vorsitzende. Seine Stellvertreterin wird ab 2018 turnusgemäß die vorherige ARD-Vorsitzende Karola Wille. Der BR hatte zuletzt 2005/2006 den ARD-Vorsitz inne. Der ARD-Vorsitzende führt die Geschäfte der Arbeitsgemeinschaft, lädt zu Mitgliederversammlung ein und leitet sie. An den Vorsitz der ARD gebunden sind einzelne Federführungen sowie die Leitung der Ständigen Fachkommissionen, die jeweils beim zuständigen Direktor der geschäftsführenden Anstalt liegt. Unterstützt wird der ARD-Vorsitz vom ARD-Generalsekretariat mit Sitz in Berlin. Bis Ende 2017 führt der MDR die Geschäfte der ARD. Die Landesrundfunkanstalten der ARD wechseln sich regelmäßig im Vorsitz der Arbeitsgemeinschaft ab. Hierfür betraut die Mitgliederversammlung der ARD jeweils eine Rundfunkanstalt für ein Jahr mit der Geschäftsführung. Das geschäftsführende ARD-Mitglied verantwortet in dieser Zeit rechtsverbindlich die Gemeinschaft. Eine Verlängerung um ein weiteres Jahr ist üblich. Die ARD-Intendanten beschlossen auf ihrer Kölner Sitzung außerdem, dass Volker Herres, Programmdirektor des Ersten, und Florian Hager, Programmgeschäftsführer des ARD/ZDF-Jugendangebots funk, jeweils drei weitere Jahre im Amt bleiben.

Sport1 HD startet bei waipu.tv

Der Sportkanal Sport1 ist ab sofort auch in hoher Bildauflösung auf der Internet-TV-Plattform waipu.tv empfangbar. Eine entsprechende Verbreitungskooperation schloss der Sender mit Exaring, der Betreibergesellschaft von waipu.tv. Sport1 HD ist im Abo-Paket „Perfect“ enthalten, wie ein Sprecher auf Nachfrage von MediaLABcom sagte. Das Bouquet, das 14,99 Euro pro Monat kostet, umfasst 72 Sender, darunter 33 in HD-Qualität, und 100 Stunden Aufnahmekapazität im Online-Speicher. Bisher war Sport1 nur in herkömmlicher Bildauflösung (SD) bei waipu.tv empfangbar. Sport1 SD bleibt weiterhin Teil des Angebots, betonte der Sprecher.

Sport1 überträgt weiterhin ADAC GT Masters

Sport1 wird auch in den nächsten drei Jahren die Rennsportserie ADAC GT Masters übertragen. Der Sportkanal verlängerte dazu seine Zusammenarbeit mit dem ADAC und erwarb die exklusiven TV-Rechte für Deutschland und die co-exklusiven TV-Rechte für Österreich und die Schweiz. Finanzielle Details wurden nicht genannt. Alle Rennen der GT-Serie werden von 2018 bis einschließlich 2020 in der Regel auf dem etablierten Sendeplatz am Samstag und Sonntag live ab 13 Uhr bei Sport1 im Free-TV zu sehen sein. Zudem überträgt der Sender zukünftig auch das Qualifying des ADAC GT Masters live auf seinen Plattformen. Neben dem ADAC GT Masters werden auch die beiden Rahmenserien ADAC Formel 4 und ADAC TCR Germany im Free-TV und auf den weiteren Sport1-Plattformen gezeigt. Weiterer Bestandteil der Vereinbarung ist ein wöchentliches Highlight-Magazin im Anschluss an die Rennwochenenden sowie die Berichterstattung über die jährliche ADAC-Sportgala im Free-TV.

Alexander Coridaß verlässt ZDF Enterprises

Alexander Coridaß legt zum Jahresende 2017 seine Tätigkeit als Geschäftsführer Strategie und Unternehmensentwicklung von ZDF Enterprises nieder. Seine Funktion als Sprecher der Geschäftsführung übernimmt Fred Burcksen, der das Unternehmen künftig zusammen mit Co-Geschäftsführer Stephan Adrian leiten wird. Coridaß gehörte 1992 zu den Gründern von ZDF Enterprises, der kommerziellen Tochter des ZDF. Zu seiner zukünftigen beruflichen Tätigkeit wurden keine Angaben gemacht.

Bianca Brown neuer Director Affiliate Distribution bei Fox Germany

Bianca Brown übernimmt bei der Fox Networks Group Germany ab sofort die Position des Director Affiliate Distribution in Deutschland, Österreich und der Schweiz. In ihren Tätigkeitsbereich fallen die strategische Entwicklung der TV-Marken FOX, National Geographic, Nat Geo Wild und Baby TV. Ihr Fokus wird auf dem Ausbau der TV-Sender auf allen relevanten deutschsprachigen Plattformen liegen. Brown berichtet direkt an Marco de Ruiter, Geschäftsführer Fox Networks Group Germany. Zuletzt war die 31-Jährige als Team Leader Brand Partnership & Entertainment bei El Cartel Media in München tätig. Zu ihren weiteren Stationen gehörten unter anderem die Bauer Media Group und ZDF Enterprises.

Boris Becker bleibt Eurosport-Experte

Boris Becker wird auch im nächsten Jahr als Tennis-Experte bei Eurosport im Einsatz sein. Der sechsfache Tennis-Grand-Slam-Sieger und der Sportkanal einigten sich auf eine Vertragsverlängerung und den Ausbau ihrer Zusammenarbeit, die im Januar 2017 startete. Becker wird bei den Australian Open, French Open und US Open exklusiv für die deutschsprachigen Zuschauer die Live-Übertragungen der Tennis-Grand-Slams mit seinen Analysen begleiten. Gemeinsam mit Kommentator Matthias Stach ist Becker während der Grand Slams täglich live auf Sendung, stimmt die Zuschauer auf die Partien ein und führt als Co-Kommentator live durch die wichtigsten Spiele. Direkt nach Spielende analysieren beide in „Matchball Becker“ die Auftritte der deutschen Akteure und treffen die Tennisspieler zum Interview. In „Beckers Beste“ blickt Eurosport zudem täglich auf die spannendsten Sportszenen des Tages zurück.

RTVi Archive erhält Lizenz

Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) hat dem Programmveranstalter RTVi Germany grünes Licht für das russischsprachige Unterhaltungsprogramm RTVi Archive erteilt. Die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) kann damit die bei ihr beantragte Rundfunklizenz erteilen. Der Sender soll als Pay-TV-Angebot via Satellit, Kabel, terrestrisch sowie online über [Kartina TV](#), eine Plattform für russischsprachige Programme in Deutschland, verbreitet werden. RTVi Germany veranstaltet bereits seit April 2003 das Fernsehvollprogramm RTVi in russischer Sprache. Über eine Reihe von 100-prozentigen Tochtergesellschaften hält Ruslan Sokolov sämtliche Anteile der Veranstalterin.

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

E-Mail: 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](#)