

ANALOGABSCHALTUNG IM KABEL

LEICHTER GESAGT ALS GETAN

2018 - ein Jahr mit Meilensteinen?

Ausgabe 53 • Februar 2018

Sehr geehrte Damen und Herren,

2018 kann ein Meilenstein in der Medien- und Breitbandpolitik werden. Kann! Bis Ende des Jahres sollen flächendeckend 50 Mbit/s zur Verfügung stehen. Das wird wohl nichts, wenn die Deutsche Telekom in ländlichen Regionen lieber bestehende FTTH-Netze mit Vectoring überbaut, anstatt die „weißen Flecken“ mit Glasfaser zu versorgen. Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) macht deshalb mobil. Über einen Aufruf sammelt er derartige Überbauungspläne der Telekom und offenbart damit die Verschwendung von Fördergeldern.

Mobil machen auch die Kabelnetzbetreiber. Sie starten den Großangriff aufs analoge Fernsehen, das zumindest in Bayern und Sachsen bis zum Jahresende aus den Netzen verschwunden sein muss. Damit aber bundesweit kein analoges TV-Signal mehr im Kabel unterwegs ist, wurde das Projektbüro „Digitales Kabel“ gegründet. Dessen Mitarbeiter werden alle Hände voll zu tun haben, denn die Analogabschaltung im Kabel ist alles andere als einfach.

Außerdem könnte auch die Medienpolitik einen großen Wurf hinlegen. Nach Meinung von Professor Dr. Hubertus Gersdorf, Medienrechtler an der Universität Leipzig, müsste dafür nur ein Wort im Rundfunkstaatsvertrag geändert werden und man ginge einem Verfassungsverstoß aus dem Weg: Es geht um die Rundfunklizenz und ob Angebote wie PietSmietTV eine solche Lizenz überhaupt benötigen.

Auch für den Video-on-Demand-Markt kann 2018 ein entscheidendes Jahr werden. Die Platzhirsche Netflix und Amazon Video müssen langsam ihre Investitionen wieder einspielen. Während sie den Rest der Branche an die Wand drücken, suchen einige bereits ihr Heil in der Spezialisierung.

Neuigkeiten vom FRK und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

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

Inhalt

„Noch viel an Entwicklung möglich“ – Beate Busch, Vorstandsvorsitzende von PROdigitalTV über das Potenzial von HbbTV

Organisiertes Chaos verzögert FTTH-Ausbau... oder Fristverlängerungen statt Rückgabe an Staatskasse(n)

Neues vom Eumann... oder „staatsferne Medienaufsicht“ als Parteienbeute

Werbepost für den Mülleimer? Wie die Kabelnetzbetreiber die letzten analogen Haushalte vom Digital-TV überzeugen wollen

„Digitales Kabel“ koordiniert Analogabschaltung

NetCologne plant Analogabschaltung für Januar 2019 - Radio nicht betroffen

Mega-Deal in Österreich: T-Mobile Austria kauft UPC Austria

Regulierer beanstandet Zero-Rating-Angebot der A1 Telekom Austria

1&1 startet Digital-TV-Plattform

VoD-Plattformen zwischen Preiserhöhung, Überlebenskampf und Spezialisierung

Gestern noch Privatmensch, heute TV-Sender – Wie geht man am besten mit YouTubern um?

ZAG-Neuregelungen: Wann sind Infrastrukturbetreiber betroffen und was kommt auf sie zu?

Aufruf des FRK

Kurzmeldungen

Wenn sich Branchengrößen wie die Mediengruppe RTL Deutschland oder ProSiebenSat.1 über die Vormachtstellung amerikanischer Medienunternehmen beschwerten, wie muss es dann erst um kleine, unabhängige Programmanbieter stehen? Gar nicht so schlecht, mein Beate Busch, Vorstandsvorsitzende von [PROdigitalTV](#) – wenn sie die Möglichkeiten der non-linearen TV-Welt zu nutzen wissen.

[Lesen Sie mehr](#)

Organisiertes Chaos verzögert FTTH-Ausbau... oder Fristverlängerungen statt Rückgabe an Staatskasse(n)

Heinz-Peter Labonte

Der fö(r)derale Staatsaufbau treibt seltsame Blüten. Beispiel gefällig? Gerne! 2015 wird aufgrund der „Planung“ der Gebietskörperschaften für ein Ausbauprojekt eine Wirtschaftlichkeitslücke von zwei Millionen Euro als förderwürdig errechnet. Das Projekt wird diskutiert und ausgeschrieben.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom Eumann... oder „staatsferne Medienaufsicht“ als Parteienbeute

Heinz-Peter Labonte

Nein, Malu Dreyer ist nicht zurückgetreten als Vorsitzende der Medienkommission der Ministerpräsidentenkonferenz. Und nochmals nein, ihre Medienstaatssekretärin Heike Raab ist auch noch im Amt.

[Lesen Sie mehr](#)

Werbepost für den Mülleimer? Wie die Kabelnetzbetreiber die letzten analogen Haushalte vom Digital-TV überzeugen wollen

Marc Hankmann

Nachdem in Deutschland zuerst die terrestrische TV-Verbreitung und dann das Satellitenfernsehen erfolgreich digitalisiert wurden, steht nun als letzter Übertragungsweg das Kabel an. Rund 1,8 Millionen Haushalte - das entspricht 11,4 Prozent der Kabelkunden - empfangen ihr Fernsehen noch analog. Sie gilt es, von den Vorzügen des digitalen Fernsehens zu überzeugen. Doch im Gegensatz zum Satelliten-Direktempfang, der an einem Abschaltdatum deutschlandweit digital wurde, müssen die Kabelnetzbetreiber tief hinein in unzählige kleine Regionen, um ihre Analog-Kunden zu erreichen. Das stellt besondere Herausforderungen an die Kommunikationen zwischen allen Beteiligten. Und das sind nicht nur der Netzbetreiber und sein Kunde, sondern auch der Handel, das Handwerk, die Medien, die Wohnungswirtschaft und nicht zuletzt die TV-Sender. Einfach mal einen Hebel umlegen und schon ist alles digital? So einfach wird es im Kabel nicht gehen!

[Lesen Sie mehr](#)

„Digitales Kabel“ koordiniert Analogabschaltung

Dr. Jörn Krieger

Die Medienanstalten haben gemeinsam mit Verbänden, Kabelnetzbetreibern und TV-Veranstaltern die Initiative „Digitales Kabel“ gegründet, die den Umstieg auf eine ausschließlich digitale TV-Verbreitung in den Kabelnetzen begleitet. Ein gemeinsam finanziertes Projektbüro, das nunmehr seine Arbeit aufgenommen hat, soll den Umstieg koordinieren und unterstützen. Das Projektbüro will Kabelkunden mit Informationen und Hilfestellung zur Seite stehen und sich für eine regional koordinierte Umstellung unter Einbeziehung von Wohnungswirtschaft, Fachhandel und Geräteherstellern einsetzen.

[Lesen Sie mehr](#)

NetCologne plant Analogabschaltung für Januar 2019 - Radio nicht betroffen

Dr. Jörn Krieger

Der Kabelnetzbetreiber NetCologne wird die analoge TV-Verbreitung im Januar 2019 einstellen. Das gilt auch für das Tochterunternehmen NetAachen. Die rund 255.000 versorgten TV-Haushalte im Raum Köln, Bonn, Leverkusen, Aachen, Düren, Düsseldorf und Neuss können dann nur noch digitale Fernsehprogramme empfangen. Die analogen Radiosender hingegen werden weiterhin im Kabelnetz angeboten.

[Lesen Sie mehr](#)

Mega-Deal in Österreich: T-Mobile Austria kauft UPC Austria

Dr. Jörn Krieger

Der Mobilfunkanbieter T-Mobile Austria übernimmt für rund 1,9 Milliarden Euro UPC Austria, den größten Kabelnetzbetreiber Österreichs. Mit dem Zukauf verschafft sich die österreichische Tochter der Deutschen Telekom ein starkes Standbein im Festnetzmarkt und kann ihren Kunden künftig Quadruple-Play-Produkte anbieten: TV, Internet, Festnetz-Telefonie und Mobilfunk. Die zweitgrößte österreichische Mobilfunkgesellschaft verschärft damit den Wettbewerb mit Marktführer A1 Telekom Austria.

[Lesen Sie mehr](#)

Regulierer beanstandet Zero-Rating-Angebot der A1 Telekom Austria

Dr. Jörn Krieger

Der österreichische Telekommunikationskonzern A1 Telekom Austria muss bei seiner Zero-Rating-Tarifoption Free Stream Anpassungen vornehmen. Die Drosselung der Bandbreite beim Video-Streaming („Traffic Shaping“) verstöße gegen die EU-Verordnung zur Netzneutralität, entschied die Telekom-Control-Kommission (TKK) nach der Prüfung des Angebots. Die Verordnung verbiete solche nachteiligen Verkehrsmanagement-Maßnahmen in den Datenströmen der Endkunden. Das Produkt Free Stream selbst verstößt nach Einschätzung der Regulierer nicht gegen die Netzneutralitäts-Verordnung der EU. Den Datenverkehr bestimmter Dienste nicht vom Datenpaket der Kunden abzuziehen, werde darin nicht explizit verboten und sei innerhalb gewisser Grenzen zulässig.

[Lesen Sie mehr](#)

1&1 startet Digital-TV-Plattform

Dr. Jörn Krieger

Der DSL-Anbieter 1&1 hat eine eigene Digital-TV-Plattform für seine Kunden gestartet. 1&1 Digital-TV ist nach Angaben des Unternehmens das erste vollkommen Cloud-basierte TV-Angebot eines Festnetzanbieters im deutschen Markt. Es kann als Option für 9,99 Euro pro Monat zu den Tarifen DSL 50 und DSL 100 hinzugebucht werden; die Mindestvertragslaufzeit beträgt 24 Monate. Das Basispaket enthält rund 90 Free-TV-Sender, darunter die öffentlich-rechtlichen Programme in HD-Qualität. Bis zu drei TV-Streams lassen sich parallel nutzen. Zum Aufpreis von 6,99 Euro pro Monat können die privaten Free-TV-Sender in HD-Auflösung dazu gebucht werden. Ebenfalls angeboten werden Abo-Pakete mit Spartenkanälen (ab 6,99 Euro/Monat) und fremdsprachigen Sendern (ab 5,99 Euro/Monat). Der erste Monat ist jeweils kostenfrei.

[Lesen Sie mehr](#)

VoD-Plattformen zwischen Preiserhöhung, Überlebenskampf und Spezialisierung

Florian Kerkau

Aus Sicht der Anbieter von Video-on-Demand-Diensten (VoD) in Deutschland war 2017 ein sehr bewegtes Jahr. Während die Branchenführer Netflix und Amazon Video ihre Stellung ausbauen konnten, müssen kleinere Anbieter um jeden Kunden kämpfen. Neue Streaming-Dienste versuchen, dem Existenzkampf durch Spezialisierung zu entgehen. 2018 wird für viele Streaming-Anbieter ein Jahr mit Weichenstellung.

[Lesen Sie mehr](#)

Gestern noch Privatmensch, heute TV-Sender – Wie geht man am besten mit YouTubern um?

Marc Hankmann

„Es hat auch Vorteile, eine Rundfunklizenz zu besitzen“, sagt Nicolas Maekeler, Syndikusanwalt von Heise Medien. Der Verlag startete 2016 die [#heiseshow](#). Neben etlichen Videos zu technischen Themen gibt es unter anderem jeden Donnerstag um 12.00 Uhr einen Live-Talk. Heise Medien beantragte für das Online-Video-Angebot eine Rundfunklizenz bei der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM), die das Angebot als Telemedium einstufte und die Lizenz erteilte. Damit ist Heise Medien fortan von der Rundfunkgebühr befreit. „Wir sparen jährlich rund 3.000 Euro“, sagt Maekeler. So gesehen rechnen sich die einmaligen Kosten für das Lizenzverfahren von 1.200 Euro. Doch es gib ein großes Aber!

[Lesen Sie mehr](#)

ZAG-Neuregelungen: Wann sind Infrastrukturbetreiber betroffen und was kommt auf sie zu?

RA Dr. Ernst Georg Berger

Seit dem 13. Januar 2018 gelten Neuregelungen im Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz (ZAG), die auch die Anbieter von Billing-Lösungen betreffen können. Als Folge drohen Anbietern von Telekommunikationsdienstleistungen schärfere Regelungen des Aufsichtsrechts für Finanzdienstleistungen. Bisher konnten die betroffenen Unternehmen als Betreiber von elektronischen Netzen noch von einer weiterreichenden Privilegierung profitieren. Diese wird nun von einer Schwellwert-Regelung ersetzt. Welche Folgen hat dies für betroffene Unternehmen und was müssen diese zukünftig beachten?

[Lesen Sie mehr](#)

Aufruf des FRK

Helpen EU-Fördergelder bei Überbauung von Glasfaserstrukturen?
Liebe LeserInnen, der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) wendet sich heute mit einem Aufruf um Unterstützung gegen die Verschwendung von Steuer- und EU-Fördergeldern an Sie.

Vodafone startet Gigabit-Internet nach Analogabschaltung

Vodafone will nach der Analogabschaltung in der ersten Pilotregion Landshut und Dingolfing schon in wenigen Monaten Internetanschlüsse mit Gigabit-Geschwindigkeit auf Basis des Kabelstandards DOCSIS 3.1 einführen. Das sagte eine Vodafone-Sprecherin gegenüber MediaLABcom. Das Kabelglasfasernetz in der Region werde bereits auf Giga-Speed vorbereitet. Wann die Vermarktung der Highspeed-Zugänge beginnt, soll zu einem späteren Zeitpunkt bekannt gegeben werden.

[Lesen Sie mehr](#)

„Noch viel an Entwicklung möglich“ – Beate Busch,
Vorstandsvorsitzende von PROdigitalTV über das Potenzial von
HbbTV

Marc Hankmann

Wenn sich Branchengrößen wie die Mediengruppe RTL Deutschland oder ProSiebenSat.1 über die Vormachtstellung amerikanischer Medienunternehmen beschweren, wie muss es dann erst um kleine, unabhängige Programmanbieter stehen? Gar nicht so schlecht, mein Beate Busch, Vorstandsvorsitzende von [PROdigitalTV](#) – wenn sie die Möglichkeiten der non-linearen TV-Welt zu nutzen wissen.

MediaLABcom: Frau Busch, der Markt für Video-Inhalte im Internet wird von amerikanischen Konzernen wie YouTube, Amazon, Facebook oder Netflix dominiert. Welche Chance haben da noch Unternehmen wie unabhängige TV-Sender, kleine und mittelständische Kabelnetz- oder IPTV-Betreiber?

Beate Busch: Ohne Frage sind die amerikanischen Unternehmen Platzhirsche mit Ihren Medienangeboten im Internet, doch sehe ich gerade eine Chance für neue unabhängige Angebote, die sich ganz klar an eine neue, gut umrissene Zielgruppe richten. Und ich hoffe, dass die deutschen Medien ihren Heimvorteil geschickt nutzen.

MediaLABcom: Das Internet treibt den on-Demand-Konsum von Video-Inhalten an. Wie können Unternehmen aus der digitalen Medienwirtschaft davon profitieren?

Beate Busch: Ich freue mich über die vielfältigen neuen Möglichkeiten, Inhalte anzubieten. Eine Vielzahl von Anbietern im Bereich der Verbreitung erleichtert Newcomern und kleineren Anbietern, ihre Inhalte in den Markt zu bringen. Das Verständnis füreinander ist hier oft doch noch ausgeprägter. Für die Vielfalt der Angebote und Anbieter ist es eine gewinnbringende Situation. Ob für Produzenten oder Inhabere, es wird mehr denn je guter und neuer Content gesucht, es muss für eine schnelle Auffindbarkeit gesorgt werden. Es entstehen neue Erlösquellen im Werbebereich, ob in Mediatheken oder auf IPTV-Plattformen.

MediaLABcom: Welche Rolle spielt für die Mitglieder von PROdigitalTV die Einrichtung eigener Mediatheken und mit welchen Partnern wird zusammengearbeitet?

Beate Busch: Ein Gros unserer Mitglieder entwickelt und betreibt eigene Mediathek-Plattformen. Intensiv arbeiten die sendenden Unternehmen, wie zum Beispiel das Deutsche Musikfernsehen und Bibel TV, in diesem Bereich, Mitglieder wie Zattoo, Sony DADC, Moving Image und M.E.N. stellen Technologielösungen und Plattformen zur Verfügung.

MediaLABcom: Der Hybrid-Standard HbbTV hat sich für ARD und ZDF sowie für die Mediengruppe RTL Deutschland und ProSiebenSat.1 als Verbreitungsweg ihrer Mediatheken etabliert. Wie können unabhängige private TV-Sender den Red Button für die on-Demand-Nachfrage nutzen?

Beate Busch: Der Red Button bietet unseren Mitgliedern die Möglichkeit, neue Programmangebote im Markt zu platzieren, zusätzliche Special-Interest-Streams zu entwickeln und ein erweitertes Content-Angebot im VoD-Bereich. Alles kann unabhängig von Zeit und Ort genutzt werden. Der Nutzer wird in seiner bevorzugten Senderwelt gehalten.

MediaLABcom: Aber auch im Online-Bereich fließt der Großteil der TV-Mediabudgets an die dominierenden Sendergruppen. Wie können sich Regional- und Lokal-TV-Sender ihren Teil des Werbekuchens mit HbbTV sichern?

Beate Busch: HbbTV-Nutzungsdaten helfen den kleineren Sendern in der Vermarktung, der Streuverlust bei einer klar umrissenen Zielgruppe ist wesentlich geringer als bei den großen Sendern. Die HbbTV-Zahlen von unseren sendenden Unternehmen zeigen schon jetzt, dass es außerhalb der AGF eine weitere belastbare Bemessungsgrundlage für die Programmnutzung gibt - ob dies jedoch in der Werbewirtschaft zu einem Umdenken führt, ist noch offen. Inhabere und Infrastrukturbetreiber sind voneinander abhängig: Inhalte benötigen Netze, über die sie ausgespielt werden, und Netze sind nicht viel wert, wenn über sie keine Inhalte verbreitet werden.

MediaLABcom: Welche Möglichkeiten bietet HbbTV für Kooperationen zwischen beiden?

Beate Busch: Es ist wichtig, die Anbietervielfalt im deutschen Medienmarkt zu stärken. Neue

Infrastrukturen fördern neue Angebote. Auch ohne hohe Verbreitungskosten können Bewegtbildangebote auf den TV-Bildschirm gelangen. HbbTV bietet für beide, Anbieter und Betreiber, neue gemeinsame Erlösmodelle. Da ist noch viel an Entwicklung möglich.

MediaLABcom: Die Werbewirtschaft läuft Seit an Seit mit den großen Privatsendergruppen gegen die geplante E-Privacy-Verordnung der EU Sturm, weil sie für die Erhebung von Daten das Einverständnis des Nutzers voraussetzt, was die Einführung personalisierter Werbung erschweren dürfte. Ist das auch aus Ihrer Sicht ein Hemmnis, wenn die Mitglieder von PROdigitalTV ihren Kunden beziehungsweise Zuschauern ohnehin völlig neue Bewegtbild-Angebote machen? Dann kann man für deren Nutzung doch auch gleich das Einverständnis des Verbrauchers einholen.

Beate Busch: In diesem Punkt sind wir uns mit unseren Medienkollegen aus den großen Häusern einig: Die E-Privacy-Verordnung hindert den deutschen Medienmarkt, sich weiter zu entwickeln.

MediaLABcom: Voraussetzung für die Nutzung von HbbTV oder Cloud-basierte Lösungen ist jedoch das Vorhandensein von Highspeed-Internetanschlüssen. Doch gerade in ländlichen Regionen lahm der Breitbandausbau. Was fordern Sie von der Politik, damit Ihre Mitglieder die Möglichkeiten von IP-Lösungen nutzen können?

Beate Busch: Ich lebe im ländlichen Schleswig-Holstein und bin persönlich davon betroffen. Für knapp 10.000 Euro kann man sich hier selbst einen Breitbandanschluss legen lassen, wenn man 300 Meter hinter dem Ortsschild wohnt. Hier lahm der Ausbau nicht nur, er findet erst gar nicht statt. Schnelles Internet sehe ich als Grundversorgung an, vergleichbar mit dem Anschluss an die Elektrizität oder fließendes Wasser. Die Politik ist dringend gefordert, jedem Haushalt in Deutschland einen schnellen Internetzugang zu ermöglichen.

MediaLABcom: Wie unterstützt PROdigitalTV seine Mitglieder, wenn es darum geht, auf Basis von IP-Lösungen neue Geschäftsmodelle zu entwickeln?

Beate Busch: Regelmäßig berichten wir während unserer Veranstaltungen und Workshops über Trends der Medienwirtschaft. Auf unseren Medien-Events knüpfen unsere Mitglieder wichtige Kontakte zu neuen Geschäftspartnern und Dienstleistern oder lassen sich durch innovative Konzepte für ihre eigenen Geschäftsmodelle inspirieren. Im Mittelpunkt steht immer der Dialog zwischen digitalen TV-Sendern, Plattformbetreibern, Geräteherstellern, Händlern sowie Vertretern der Medienpolitik. Wir verbinden Menschen und ihre Unternehmen und stehen beratend, auch juristisch zur Seite. Die stetig wachsende Mitgliederanzahl zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Organisiertes Chaos verzögert FTTH-Ausbau... oder
Fristverlängerungen statt Rückgabe an Staatskasse(n)

Heinz-Peter Labonte

Der fö(r)derale Staatsaufbau treibt seltsame Blüten. Beispiel gefällig? Gerne! 2015 wird aufgrund der „Planung“ der Gebietskörperschaften für ein Ausbauprojekt eine Wirtschaftlichkeitslücke von zwei Millionen Euro als förderwürdig errechnet. Das Projekt wird diskutiert und ausgeschrieben.

Realität überholt Bürokraten

Die Ausschreibungsverantwortlichen fordern, offenbar zwei Jahre nach der Bewilligung, die Bewerber zur Abgabe verbindlicher Angebote auf; verlangen die verbindliche Zusage des Ausbaues bis Ende 2018. Wir erinnern uns: Das Förderprogramm des Bundes sollte bis Ende 2018 auch in breitbandig unterversorgten ländlichen Regionen eine Mindestversorgung mit 50 Mbit/s garantieren. Deshalb müssen die Gelder auch bis dahin abgerufen, das heißt: verbaut sein.

Schilda lässt grüßen

Die Bewerber aus dem Interessensbekundungsverfahren jedoch kalkulieren nach. Dabei ergibt sich eine Wirtschaftlichkeitslücke von acht Millionen Euro. Die zusätzlichen sechs Millionen Euro finden sich aber weder im Haushalt des Landes, Kreises noch der beteiligten Kommunen. Außerdem: Die verlangte Beendigung der Baumaßnahme (Endplanung, Ausschreibung, Bau und Vermarktung) ist bei Entscheidung der Vergabe bis März 2018 unrealistisch.

Rückzahlung oder Fristverlängerung

Die für das Privatunternehmen logische Konsequenz: Verzicht auf die Bewerbung. All die Vorbereitungen, die Beteiligung am Interessensbekundungsverfahren, verlorene Zeit, verlorene Arbeitskraft, vertane Liebesmühe. Konsequenz für das Projekt? Entweder Rückgabe des Förderbescheides oder realistische Neuberechnung der Wirtschaftlichkeitslücke bei gleichzeitiger Vervierfachung der Fördermittel. Und die Parteien der ehemaligen GroKo und zukünftigen MiGroKo (Minimierten Großen Koalition) fragen sich immer noch, warum sie Wähler verloren haben. Als pars pro toto wäre diese Erfahrung doch mal ein Hinweis.

Übrigens

Glaube keiner, dies sei nur in Niedersachsen mit seiner komplexen Förderorganisation in Bürokratenhand möglich. In Bayern geht es ähnlich. Nur, dort geht es nicht um ein Beispiel mit einem Finanzierungsvolumen von 14 Millionen Euro. Nein, dort versucht man sich gleich an einem Projekt in der Größenordnung von 80 Millionen Euro. Im bayerischen Fall soll die Wirtschaftlichkeitslücke gleich 24

Millionen Euro betragen, die das interessierte Unternehmen nicht zusätzlich tragen will.

Fazit

Wenn nun in von 1.288 Zeilen Sondierungspapier der MiGroKo die Zeilen 247 bis 254 versprechen: „Wir wollen den flächendeckenden Ausbau mit Gigabit-Netzen bis zum Jahr 2025 erreichen. Hierfür werden wir die Erlöse aus der Vergabe der UMTS- und 5G-Lizenzen zweckgebunden bereitstellen. Dabei sollen zukünftig nur die Ausbauschnitte förderfähig sein, die mit Glasfasertechnologie ausgebaut werden. (...) Wir gehen von einem öffentlichen Finanzierungsbedarf von zehn bis zwölf Milliarden Euro in dieser Legislaturperiode aus. Dabei wollen wir Synergien mit den Ländern sicherstellen.“ Dann können wir im Interesse von investitionswilligen Unternehmen, Alternativen zur Draghi'schen Zinspolitik suchenden Privatfinanziers der MiGroKo nur raten: Verzichtet auf Schildbürgerpraktiken, schafft einfache, übersichtliche, praxisnahe Förderstrukturen und vermeidet Kostenerhöhungen durch organisierte Verantwortungslosigkeit der unteren Verwaltungsebenen.

Neues vom Eumann... oder „staatsferne Medienaufsicht“ als Parteienbeute

Heinz-Peter Labonte

Nein, Malu Dreyer ist nicht zurückgetreten als Vorsitzende der Medienkommission der Ministerpräsidentenkonferenz. Und nochmals nein, ihre Medienstaatssekretärin Heike Raab ist auch noch im Amt.

Bedauernswerte CDU

Und ein drittes Mal nein, auch die oppositionelle CDU-Landtagsfraktion mit der gelernten Journalistin Julia Klöckner hat das Thema auch nur durch lauwarme Aktionen öffentlich und im Landtag verborgen „besetzt“. Warum wohl? Weil ihre Vertreterin in der Eumann-Findungskommission offenbar das Verfahren mitgetragen hat.

Es gibt für Frau Klöckner auch Wichtigeres. Sie muss, statt handfeste Opposition im Landtag und die Landesregierung zu Anstand und Polithygiene zu treiben, in Berlin seit Monaten sondieren und Frau Dreyer in der MiGroKo (Minimierten GroKo) einfangen, damit sie endlich wieder nach Berlin ins Merkel-Kabinett wechseln und sich der lästigen, ihren Fähigkeiten nicht adäquaten Oppositionsrolle entledigen darf.

Keine Konsequenzen

Also werden, wohl im Einvernehmen mit „Her Majesty's loyal opposition“, scheinbar Konsequenzen gezogen. Man wartet die Gerichtsverfahren ab. Überlegt, die Kriterien für Direktorenberufungen auf Volljuristen zu modifizieren, zieht diese Diskussion in die Länge, kritisiert die AfD für deren Verfahrenskritik, die im Bund so aufbruchswillige Landes-FDP bleibt in die Kabinettsolidarität eingebunden, hält im endlich wiedergewonnenen Dienstwagen sitzend still.

Politische Hygiene

Ja, der Fall Eumann ging durch die Presse. Der Fall Raab nicht. Auch nicht die Rolle von Frau Dreyer. Es gäbe wohl einen #Aufschrei, wenn man Frau Dreyer an Anstandsregeln erinnerte. Auch wegen ihrer eigenen Rolle in der Personalpolitik bei sonstigen Anstalten.

Nicht nur in der Presse, schon gar nicht in öffentlich-rechtlichen Medien, wurde die Politik der Landesregierung nicht in Zweifel gezogen, die sich doch sogar vor dem Bundesverfassungsgericht gegen den Parteieneinfluss im öffentlich-rechtlichen Rundfunksystem stark gemacht hatte. Ein „Wutbürger“, der in diesem Zusammenhang an Heuchelei und Kumpanei denkt.

Und Herr Eumann?

Hatte wohl weder eine Oma, die ihm sagte: „An sowas beteiligt man sich doch nicht“. Noch eine Kinderstube, in der ihm beigebracht wurde, was Anstand ist. Er weiß ja, dass er nur Sitzfleisch braucht, denn seine zukünftige Anstalt in Ludwigshafen hat ja die Unterzeichnung seines Vertrages nur bis zur Entscheidung der Gerichte zurückgestellt. Ob er auch für dieses Verhalten beim nächsten Interview, dann sicherheitshalber im Landessender SWR statt im DLF, noch gelobt beziehungsweise beglückwünscht werden will?

Fazit

Heike Raab (SPD), Staatssekretärin für Medien in Rheinland-Pfalz, wird auch in Zukunft keine öffentliche Diskussion fürchten müssen und sich im weiteren Verfahren bestätigt sehen in der Erwartung: „Wenn ausgeschrieben worden wäre, wäre die Stelle nicht anders besetzt worden.“ Und Ministerpräsidentin Malu Dreyer wird trotz aller Pirouetten in der MiGroKo weiterhin in hohem Ansehen verweilen und Vorsitzende der Medienkommission der Ministerpräsidenten der 16 Bundesländer bleiben. Sie wird auch weiterhin dort die Medienhoheit der Länder verteidigen, die Medienvielfalt in Deutschland sichern und in dieser Funktion federführend beim Zustandekommen der Medienstaatsverträge der Länder und der Haushaltsabgabe segensreich für ihre Partei wirken.

Und die Koalitionsparteien in Rheinland-Pfalz nebst der stellvertretenden CDU-Bundesvorsitzenden Klöckner werden fragen, warum Ansehen und Akzeptanz ihrer Parteien bei WählerInnen immer weniger verfängt. Schon Theodor Eschenburg warnte vor einem halben Jahrhundert vor Ämterpatronage. Erfolglos. Der Staat und staatsferne Institutionen sind inzwischen Beute der Parteien. Quod erat demonstrandum!

Nachdem in Deutschland zuerst die terrestrische TV-Verbreitung und dann das Satellitenfernsehen erfolgreich digitalisiert wurden, steht nun als letzter Übertragungsweg das Kabel an. Rund 1,8 Millionen Haushalte - das entspricht 11,4 Prozent der Kabelkunden - empfangen ihr Fernsehen noch analog. Sie gilt es, von den Vorzügen des digitalen Fernsehens zu überzeugen. Doch im Gegensatz zum Satelliten-Direktempfang, der an einem Abschaltdatum deutschlandweit digital wurde, müssen die Kabelnetzbetreiber tief hinein in unzählige kleine Regionen, um ihre Analog-Kunden zu erreichen. Das stellt besondere Herausforderungen an die Kommunikationen zwischen allen Beteiligten. Und das sind nicht nur der Netzbetreiber und sein Kunde, sondern auch der Handel, das Handwerk, die Medien, die Wohnungswirtschaft und nicht zuletzt die TV-Sender. Einfach mal einen Hebel umlegen und schon ist alles digital? So einfach wird es im Kabel nicht gehen!

UHD steht vor der Tür

„Angesichts der rasanten technologischen Entwicklung im Bewegtbildmarkt ist es höchste Zeit, in den Netzen mehr Platz zu schaffen, um den Zuschauern den Zugang zu attraktiven digitalen Angeboten in HD oder künftig Ultra HD und HDR zu ermöglichen“, sagt André Prahl, Vorsitzender der Deutschen TV-Plattform und Bereichsleiter Programmverbreitung der Mediengruppe RTL Deutschland. Ein Beleg dafür sind die Verkaufszahlen UHD-fähiger Fernseher, die laut Gesellschaft für Konsumforschung (gfk) von 2016 auf 2017 um 34 Prozent von knapp zwei auf 2,7 Millionen Geräte zulegten. Jeder dritte Fernseher kann ultrahochauflösende Bewegtbilder wiedergeben.

Erste UHD-Sender strahlen ihr Programm bereits aus – über Satellit; wie auch das HD-Angebot über Satellit größer ist als in vielen Kabelnetzen. Hier wollen die Netzbetreiber nicht mehr hintenanstehen. Außerdem verbreiten Streaming-Dienste wie Amazon Video oder Netflix ultrahochauflösende Inhalte. Dafür wird Bandbreite benötigt – Bandbreite, die im Kabel bislang von analog ausgestrahlten TV-Sendern besetzt wird. Rund ein Drittel der Kapazitäten eines auf 862 MHz ausgebauten Kabelnetzes wird für die Verbreitung analoger Fernsehsender genutzt. Dieses Drittel soll auf null schrumpfen, damit dank DOCSIS 3.1 das Gigabit-Zeitalter im Kabel anbrechen kann.

Wenn der Enkel der Oma Bescheid gibt

Aber: Wer jetzt noch analoges Kabelfernsehen schaut, den interessieren Highspeed-Internet, Ultra HD oder Video-on-Demand kein bisschen. Der bekommt es eher mit der Angst zu tun, wenn es heißt, wir schalten dein Fernsehen ab. Daher sind sich alle Beteiligten einig: Es muss eine umfassende Kommunikationsstrategie her. „Das wirksamste Mittel sind Laufbänder, die in die analogen Programmsignale geschaltet werden“, sagte Wolf Osthaus, Senior Vice President Regulatory & Public Policy bei Unitymedia, auf einer Veranstaltung des Kabelnetzbetreiberverbands ANGA und der Deutschen TV-Plattform Mitte Januar 2018 in Berlin. Osthaus muss es wissen, denn der Kölner Kabelnetzbetreiber hat die Analogabschaltung bereits hinter sich. „Besonders schwierig waren Hotels und Krankenhäuser“, berichtet er. „Hier war viel proaktive Kommunikation unsererseits notwendig.“

Auf der Veranstaltung unterstrich Osthaus die Wichtigkeit einer gelungenen Kommunikation. Selbst Social Media bezog Unitymedia in seine Strategie mit ein, obwohl die Analog-TV-Nutzer kaum zur Facebook- und Twitter-Zielgruppe gehören dürften. „Dadurch haben wir aber den Enkel erreicht, der seiner Oma erklärte, was ihr bevorsteht“, sagt Osthaus, der neben einer umfassenden Kommunikation Kooperationen mit dem Handel als weitere wichtige Säule für eine erfolgreiche Analogabschaltung nennt. „Attraktive Angebote wie kostenlose Probezeiträume für HD-Programme oder subventionierte Receiver bringen die Kunden eher dazu, sich für Digital-TV zu interessieren“, erklärt Osthaus.

DVB-C nicht mit DVB-T verwechseln

Das klingt natürlich in den Ohren der Kabelnetzbetreiber erst einmal verlockend: Mit der Analogabschaltung entsteht quasi ein neues Kundenpotenzial, dem man kostenpflichtige Angebote unterbreiten kann. Wer so denkt, macht jedoch die Rechnung ohne die Wohnungswirtschaft. „Die analoge Abschaltung ist ohne Zusatzkosten und ohne Programm-Einschränkungen zu gestalten und geplante Termine frühzeitig anzukündigen“, fordert Claus Wedemeier, Referatsleiter Demografie und Digitalisierung im GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen. Er wünscht sich eine Kommunikation, die sich rein auf die Informationen beschränkt, was wann auf den Mieter zukommt und was er gegebenenfalls unternehmen muss. „Es darf keine Werbepost geben, die direkt im Mülleimer landet“, sagte Wedemeier auf der Veranstaltung in Berlin.

Wedemeier plädierte auch dafür, die Kapazitäten an den Hotlines zu erhöhen und die Mitarbeiter entsprechend zu schulen. „Es kam im Rahmen der Abschaltung bei Unitymedia vor, dass der Hotline-Mitarbeiter schon einmal DVB-C mit DVB-T verwechselte“, erklärte Wedemeier in Berlin.

Unsicherheit beim Kunden vermeiden

Dass es zu einer großen Verunsicherung bei den Kabelkunden kommen kann, weiß auch Bernd Thielk, Geschäftsführer des Netzbetreibers willy.tel aus Hamburg. „Während der Umstellung auf DVB-T2 wollte die Hälfte der Anrufer an unserer Hotline wissen, was sie nun tun sollen, obwohl unsere Kabelkunden gar nicht betroffen waren“, erinnert sich Thielk. Der Grund: Die Werbung in den Medien habe anderes suggeriert. Eine solche Unsicherheit müsse laut Thielk bei den Kabelkunden unbedingt vermieden werden.

Isabel Aigner-Lorenz, Leiterin des Projekts „Umschalten auf Zukunft“ bei Vodafone, plädiert für eine neutrale Kommunikationskampagne, um vor allem die Kabelkunden zu erreichen, die gegenüber

Informationen ihres Kabelnetzbetreiber eventuell mit Unsicherheit oder gar Misstrauen reagieren. „Es muss klar werden, dass die Analogabschaltung nicht eine Sache ist, die sich ein Einzelner ausgedacht hat“, erklärte Aigner-Lorenz in Berlin. Hier sieht sie vor allem das neu gegründete Projektbüro der Initiative „[Digitales Kabel](#)“ in der Pflicht.

Das von der Beratungsgesellschaft Goldmedia organisierte Projektbüro soll aber nicht nur für die Dachkommunikation zuständig sein und sich etwa um die Inhalte der geplanten Laufbänder kümmern. Hier sollen alle Beteiligten auch vertrauliche Informationen wie zum Beispiel einzelne Abschalttermine untereinander kommunizieren. „Wir verstehen uns auch als eine Art Clearingstelle“, sagt André Wiegand, Leiter des Projektbüros.

Schrittweiser und harter Umstieg

Während das Projektbüro seine Arbeit aufnimmt, gehen die Planungen bei den Kabelnetzbetreibern voran. Ähnlich wie Unitymedia will willy.tel schrittweise das analoge Kabelfernsehen im eigenen Netz abschalten. Thielk rechnet damit, dass sie für die 20 sogenannten PoPs (Point of Presence), die einer nach dem anderen umgestellt werden, rund 20 Wochen brauchen werden. Die freien Kapazitäten wollen die Hamburger aber nicht für die Einführung von DOCSIS 3.1 verwenden. „Wir verstehen uns mehr als Bibliothek“, sagte Thielk auf der Veranstaltung in Berlin. Unter dem Namen TV 4.0 sollen 30 neue Programme in HD-Auflösung sowie im ersten Halbjahr 2018 die ersten UHD-Sender ins willy.tel-Netz eingespeist werden. UKW-Radio bleibt zunächst bestehen. Auch Unitymedia-Manager Osthaus betonte, dass es keine konkreten Pläne für die Abschaltung des UKW-Radios gäbe.

Einen anderen Weg geht Vodafone. Der Kabelnetzbetreiber schaltet sowohl analoges Radio als auch Fernsehen an einem konkreten Termin ab – spätestens am 31. Dezember 2018, denn ab dem 1. Januar 2019 müssen laut sächsischem und bayerischem Landesmediengesetz die Kabelnetze voll digitalisiert sein. „Der Kunde muss sich nur einmal mit der Abschaltung befassen“, sieht Aigner-Lorenz den Vorteil darin, die Abschaltung und Umsortierung der Programme in einer Nacht vorzunehmen. Das betrifft auch die UKW-Verbreitung im Vodafone-Kabelnetz. Die Nutzung ist mit weniger als drei Prozent zwar gering, aber über die vergangenen Jahre stabil. Die betroffenen Radiosender äußerten bereits ihre Bedenken, durch die Abschaltung an wertvoller Reichweite zu verlieren ([MediaLABcom berichtete](#)). Deshalb bindet die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) auch die Radiosender mit ein, damit sie ihren Hörern im Programm erläutern, was auf sie zukommt. „Relativ viele Kunden setzen sich mit der Abschaltung auseinander“, zieht Aigner-Lorenz ein erstes positives Fazit aus dem Pilotprojekt in Landshut mit 56.000 Kabelhaushalten ([MediaLABcom berichtete](#)).

Offene Fragen

Vor allen Beteiligten liegt noch viel Arbeit. Das betrifft nicht nur die Kabelnetzbetreiber selbst. GdW-Manager Wedemeier weiß aus Erfahrung, dass sich die Mieter auch bei der Hausverwaltung melden werden, wenn die ersten Informationen über die Analogabschaltung ins Haus flattern. Er hofft auf das Projektbüro, das alle wichtigen Informationen an die Wohnungswirtschaft weiterleiten müsse. Dabei bedarf es einer genauen regionalen Abstimmung. „Gerade wegen der regionalen Besonderheiten wird die Kommunikation nicht einfach“, sagte der Vorsitzende der TV-Plattform, André Prah, auf der Berliner Veranstaltung. „Das Projektbüro braucht daher rechtzeitig detaillierte Informationen von allen Akteuren.“

Damit ist auch der Kabelnetzbetreiber PÿUR, ehemals Tele Columbus, gemeint, der in Berlin keinen Vertreter auf dem Podium hatte. Dabei dürfte die Analogabschaltung gerade für PÿUR eine besondere Herausforderung sein, denn das über die Jahre gewachsene Netz-Konglomerat besteht aus hunderten Kopfstellen und unzähligen PoPs. Hinzu kommen die Haushalte, die zwar an ihrem Erstgerät im Wohnzimmer digitales Fernsehen empfangen, aber nicht am Zweit- oder Drittgerät. Auch diese Haushalte müssen die Kabelnetzbetreiber, nicht nur PÿUR, adressieren.

Nächstes Thema: Grundverschlüsselung

Und ist die Abschaltung erst einmal vollzogen, steht das nächste Thema auf dem Plan: Im Jahr 2022 endet die vom Bundeskartellamt vorgeschriebene unverschlüsselte Verbreitung der Programme von ProSiebenSat.1 und der Mediengruppe RTL Deutschland im Kabel. GdW-Mann Wedemeier setzte sich in Berlin bereits dafür ein, dass auch nach 2022 die werbefinanzierten Programme, in welcher Qualität dann auch immer, unverschlüsselt im Kabel übertragen werden. Auch Unitymedia-Manager Osthaus will nicht „ohne Not“ zurück zur Grundverschlüsselung. Das liegt aber letztendlich an den Programmanbietern selbst. Bis dahin haben alle Beteiligten aber zunächst mit der Analogabschaltung genug zu tun.

„Digitales Kabel“ koordiniert Analogabschaltung

Dr. Jörn Krieger

Die Medienanstalten haben gemeinsam mit Verbänden, Kabelnetzbetreibern und TV-Veranstaltern die Initiative „Digitales Kabel“ gegründet, die den Umstieg auf eine ausschließlich digitale TV-Verbreitung in den Kabelnetzen begleitet. Ein gemeinsam finanziertes Projektbüro, das nunmehr seine Arbeit aufgenommen hat, soll den Umstieg koordinieren und unterstützen. Das Projektbüro will Kabelkunden mit Informationen und Hilfestellung zur Seite stehen und sich für eine regional koordinierte Umstellung unter Einbeziehung von Wohnungswirtschaft, Fachhandel und Geräteherstellern einsetzen.

Der Initiative „[Digitales Kabel](#)“ gehören die Landesmedienanstalten, der Kabelverband ANGA, die Netzbetreiber Vodafone, Telekom Deutschland und PÿUR, der Privatsenderverband VPRT und die Programmanbieter ARD, Mediengruppe RTL Deutschland und ProSiebenSat.1 an. Mit dem Betrieb des Projektbüros wurde die Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia beauftragt. Die Beteiligten haben sich mit der Gründung eines gemeinsamen Projektbüros für ein Vorgehen entschieden, das sich bei technischen Umstellungen in der Vergangenheit bewährt hat, zuletzt beim [Umstieg](#) im terrestrischen Fernsehen von DVB-T auf DVB-T2 und bei der [Abschaltung](#) des analogen Satellitenfernsehens auf Astra

ZDF nicht beteiligt

Auffallend ist, dass das ZDF nicht an der Initiative „Digitales Kabel“ teilnimmt, zumal der Mainzer Sender an den vorherigen Projektbüros beteiligt war. „Das ZDF befürwortet grundsätzlich die Analogabschaltung auch im Kabel, die es auf seinen eigenen Übertragungswegen längst vorgenommen hat“, erklärte eine ZDF-Sprecherin gegenüber MediaLABcom. „Hier handelt es sich aber primär um geschäftspolitische Entscheidungen der Kabelunternehmen, so dass wir für eine direkte Beteiligung an einem auch gemeinsam finanzierten Projektbüro keine Veranlassung gesehen haben.“

Mehr HDTV und Gigabit-Internet

Die Abschaltung der analogen Fernsehprogramme schafft in den Kabelnetzen Platz für mehr digitale und HD-Sender sowie einen Hochgeschwindigkeits-Internetzugang im Gigabit-Bereich. Als erster Kabelnetzbetreiber hat Unitymedia im Juli 2017 in seinem Kabelnetz die [Analogabschaltung](#) vollzogen. Vodafone führte zunächst am 9. Januar 2018 ein [Pilotprojekt](#) in Landshut und Dingolfing durch, am 15. Mai 2018 folgt ein zweites in Nürnberg und Umgebung, bevor im [Sommer 2018](#) die Analogabschaltung in allen versorgten Bundesländern beginnt. Auch die regionalen Netzbetreiber [wilhelm.tel](#) und [NetCologne](#) haben die Analogabschaltung angekündigt.

Volldigitalisierung Anfang 2019 erreicht

In Bayern und Sachsen ist die Analogabschaltung in den Kabelnetzen zum 31. Dezember 2018 gesetzlich vorgeschrieben, in den anderen Bundesländern gibt es keine entsprechenden Vorgaben. Das Projektbüro rechnet damit, dass die vollständige Digitalisierung der Kabelnetze Anfang 2019 erreicht sein wird.

NetCologne plant Analogabschaltung für Januar 2019 - Radio nicht betroffen

Dr. Jörn Krieger

Der Kabelnetzbetreiber NetCologne wird die analoge TV-Verbreitung im Januar 2019 einstellen. Das gilt auch für das Tochterunternehmen NetAachen. Die rund 255.000 versorgten TV-Haushalte im Raum Köln, Bonn, Leverkusen, Aachen, Düren, Düsseldorf und Neuss können dann nur noch digitale Fernsehprogramme empfangen. Die analogen Radiosender hingegen werden weiterhin im Kabelnetz angeboten. Die durch die TV-Analogabschaltung frei gewordenen Kapazitäten sollen für neue Dienste und Angebote wie Ultra HD sowie für schnellere Internetzugänge mit einer Datenrate von bis 1 Gbit/s genutzt werden. Die höchste Geschwindigkeit beträgt derzeit 400 Mbit/s. Schon jetzt stehen den digitalen Kabelzuschauern über 300 digitale TV-Sender zur Verfügung, von denen mehr als 80 in HD-Qualität eingespeist werden. Hinzu kommen eigene Pay-TV-Pakete, mehr als 65 Sender von Sky Deutschland, ein ausländisches TV-Angebot in über 15 Fremdsprachen und mehr als 70 Radiostationen. Über die Umstellung auf eine rein digitale TV-Versorgung wollen NetCologne und NetAachen ihre Kunden in enger Abstimmung mit der nordrhein-westfälischen Landesanstalt für Medien informieren. Im Internet wurde zudem eine eigene [Informationsseite](#) eingerichtet.

Mega-Deal in Österreich: T-Mobile Austria kauft UPC Austria

Dr. Jörn Krieger

Der Mobilfunkanbieter T-Mobile Austria übernimmt für rund 1,9 Milliarden Euro UPC Austria, den größten Kabelnetzbetreiber Österreichs. Mit dem Zukauf verschafft sich die österreichische Tochter der Deutschen Telekom ein starkes Standbein im Festnetzmarkt und kann ihren Kunden künftig Quadruple-Play-Produkte anbieten: TV, Internet, Festnetz-Telefonie und Mobilfunk. Die zweitgrößte österreichische Mobilfunkgesellschaft verschärft damit den Wettbewerb mit Marktführer A1 Telekom Austria.

Konvergente Produkte und neue Dynamik

„Mit dieser Übernahme kommt die Deutsche Telekom ein wichtiges Stück voran bei ihrer Strategie, in ihren europäischen Beteiligungsgesellschaften konvergente Produkt-Bündel anbieten zu können. Das hinzugekaufte Kabelnetzwerk ergänzt sich perfekt mit unserem modernen Mobilfunk-Netz. Die Kunden werden von Festnetz- und Mobilfunk-Services aus einer Hand in einer neuen Dimension profitieren. Die neuen Angebote bieten zugleich für uns erhebliches Potenzial, unser Wachstum in Österreich zu beschleunigen“, sagt Srini Gopalan, im Vorstand der Deutschen Telekom verantwortlich für das operative Segment Europa.

Eric Tveter, CEO Central Europe des UPC-Mutterkonzerns Liberty Global, erklärte: „Der Zusammenschluss von UPC Austria und T-Mobile ist einer der größten Deals der vergangenen zehn Jahre in Österreich. Der von T-Mobile gebotene Kaufpreis unterstreicht die hohe Kompetenz der UPC Austria am österreichischen Markt deutlich. T-Mobile kann durch die Vereinbarung künftig auf die leistungsfähigste Daten-Infrastruktur im Land von UPC Austria zählen. Es entsteht ein neuer Mega-Player für Festnetz und Mobilfunk und dies ermöglicht eine neue Dynamik im Markt.“

Unternehmen mit Milliarden-Umsatz

Das fusionierte Unternehmen wird rund 6,7 Millionen Kundenbeziehungen (RGUs) haben (Stand 3. Quartal 2017), rund 5,2 Millionen davon Mobilfunkkunden von T-Mobile Austria. UPC Austria deckt rund 36 Prozent der österreichischen Haushalte ab, vorwiegend in Städten und Ballungsgebieten. Zum 30. September 2017 hatte der Kabelnetzbetreiber 654.000 Kunden, davon 513.000 Internet-, 468.000 Premium-TV- und 450.000 Telefonkunden. Der Gesamtumsatz beider Unternehmen wird für 2017, auf der Grundlage von Pro-Forma-Berechnungen, mit rund 1,2 Milliarden Euro erwartet.

Der Barwert der Synergien wird nach Integrationskosten auf rund 0,8 Milliarden Euro veranschlagt. Einsparungen bei den operativen Kosten sowie Effizienzsteigerungen bei Investitionen stehen für rund 80 Prozent der geplanten Synergien, insbesondere in den Bereichen IT und Netzbetrieb.

Die Deutsche Telekom erwartet, dass sich der Erwerb von UPC Austria bereits vom ersten vollständigen Jahr der Umsetzung an positiv auf den Free-Cashflow und das Ergebnis je Aktie des Konzerns auswirkt. T-Mobile wird alle Geschäftsbeziehungen und -Verpflichtungen von UPC Austria übernehmen. Darüber hinaus übernimmt T-Mobile das Recht zur Nutzung der aktuellen und künftigen Produkte von Liberty Global sowie die Verwendung der Marke UPC für einen Übergangszeitraum von drei Jahren.

„Unverzichtbare Lebensader“

„Breitband ist die unverzichtbare Lebensader für ein digitales Österreich. Unser Ziel ist, all unseren Kunden, wo immer sie auch sind, die bestmögliche nahtlose Breitbandanbindung über LTE, Kabel und Glasfaser sowie perspektivisch Zukunftstechnologien wie 5G zu bieten“, sagte Andreas Bierwirth, CEO von T-Mobile Austria. Die Übernahme unterliegt dem Vorbehalt der Genehmigung der Wettbewerbsbehörden. Die Beteiligten erwarten, dass die Verfahren in der zweiten Jahreshälfte 2018 abgeschlossen werden kann.

Liberty Global/Vodafone: Kommt die Großfusion?

In der Branche wird spekuliert, dass der Verkauf von UPC Austria im Zusammenhang mit dem immer wieder ins Spiel gebrachten Zusammenschluss von Liberty Global und Vodafone stehen könnte: Über einen Asset Swap oder Share Swap könnten die beiden Großkonzerne ihre Festnetz- und Mobilfunknetze zusammenlegen, um für die steigenden Herausforderungen an stationäre und mobile Breitbandnetze im Gigabit-Bereich gewappnet zu sein. Allerdings scheint es Insider-Informationen zufolge noch unterschiedliche Ansichten über die finanzielle Bewertung der jeweiligen Gegenseite zu geben, die einen Deal bislang verhindert haben.

Regulierer beanstandet Zero-Rating-Angebot der A1 Telekom Austria

Dr. Jörn Krieger

Der österreichische Telekommunikationskonzern A1 Telekom Austria muss bei seiner Zero-Rating-Tarifoption Free Stream Anpassungen vornehmen. Die Drosselung der Bandbreite beim Video-Streaming („Traffic Shaping“) verstoße gegen die EU-Verordnung zur Netzneutralität, entschied die Telekom-Control-Kommission (TKK) nach der Prüfung des Angebots. Die Verordnung verbiete solche nachteiligen Verkehrsmanagement-Maßnahmen in den Datenströmen der Endkunden. Das Produkt Free Stream selbst verstößt nach Einschätzung der Regulierer nicht gegen die Netzneutralitäts-Verordnung der EU. Den Datenverkehr bestimmter Dienste nicht vom Datenpaket der Kunden abzuziehen, werde darin nicht explizit verboten und sei innerhalb gewisser Grenzen zulässig.

„Die Überprüfung, ob die Regeln der Netzneutralitäts-Verordnung der EU eingehalten werden, ist eine wichtige Aufgabe der nationalen Regulierungsbehörden“, sagte Telekom-Regulator Johannes Gungl. „Mit der vorliegenden Entscheidung befindet sich die TKK in einer Linie mit Regulierungsbehörden anderer Mitgliedstaaten.“ Bei der Mitte November 2017 gestarteten Tarifoption [Free Stream](#) können A1-Mobilfunkkunden ausgewählte Video- und Musik-Streaming-Dienste ohne Verbrauch des in ihrem Tarif enthaltenen Datenvolumens nutzen. Dem Partnerprogramm kann sich nach Angaben des Telekommunikationskonzerns jeder interessierte legale Streaming-Anbieter anschließen.

Die A1 Telekom Austria hat die beanstandete Bandbreiten-Drosselung innerhalb einer Frist von acht Wochen ab Zustellung des Bescheids zu unterlassen. Der Konzern behält sich rechtliche Schritte gegen die Entscheidung der Regulierer vor, da man deren rechtliche Auffassung nicht teile. Auch in Deutschland ist Zero Rating umstritten: Die Bundesnetzagentur [untersagte](#) der Deutschen Telekom kürzlich Teile ihrer Tarifoption StreamOn. Das Gegenstück Vodafone Pass von Vodafone [prüft](#) die Regulierungsbehörde noch.

1&1 startet Digital-TV-Plattform

Dr. Jörn Krieger

Der DSL-Anbieter 1&1 hat eine eigene Digital-TV-Plattform für seine Kunden gestartet. 1&1 Digital-TV ist nach Angaben des Unternehmens das erste vollkommen Cloud-basierte TV-Angebot eines Festnetzanbieters im deutschen Markt. Es kann als Option für 9,99 Euro pro Monat zu den Tarifen DSL 50 und DSL 100 hinzugebucht werden; die Mindestvertragslaufzeit beträgt 24 Monate. Das Basispaket enthält rund 90 Free-TV-Sender, darunter die öffentlich-rechtlichen Programme in HD-Qualität. Bis zu drei TV-Streams lassen sich parallel nutzen. Zum Aufpreis von 6,99 Euro pro Monat können die privaten Free-TV-Sender in HD-Auflösung dazu gebucht werden. Ebenfalls angeboten werden Abo-Pakete mit Spartenkanälen (ab 6,99 Euro/Monat) und fremdsprachigen Sendern (ab 5,99 Euro/Monat). Der erste Monat ist jeweils kostenfrei.

Den Kunden stehen neben einem elektronischen Programmführer (EPG) interaktive Funktionen wie Aufnahme, Pause, Instant Restart und Catch-up zur Verfügung. Mit Instant Restart können über den EPG Sendungen, die gerade laufen, von vorne angeschaut werden, etwa wenn man den Anfang verpasst hat. Im EPG befindet sich auch die Catch-up-Funktion, über die sich ausgewählte Sendungen bis zu sieben Tage rückwirkend abrufen lassen. Die interaktiven Funktionen sind aus lizenzrechtlichen Gründen nicht bei allen Sendern und Sendungen verfügbar. Aufzeichnungen können zuhause oder unterwegs am Smartphone programmiert werden und werden in einer persönlichen Cloud gespeichert, die im Basispaket Platz für zehn Stunden TV-Aufnahmen bietet. 100 weitere Stunden (250 GB) lassen für 2,99 Euro pro Monat dazu buchen. 200 weitere Stunden (500 GB) kosten 4,99 Euro pro Monat. Der erste

Monat ist jeweils kostenfrei.

1&1 Digital-TV lässt sich auf dem Fernseher über die 1&1-TV-Box nutzen, die im Grundpreis bereits enthalten ist. Das Gerät stammt vom Karlsruher Set-Top-Box-Hersteller ABOX42, wie ein Sprecher des Unternehmens gegenüber MediaLABcom bestätigte. Zum Einsatz kommt das Modell ABOX42 M30. Außerdem kann das TV-Angebot per WLAN auf dem Tablet oder Smartphone (Android/iOS) genutzt werden. Auch Apps für Amazon Fire TV und Apple TV sind verfügbar. Mit PC und Laptop ist der Zugriff über den Browser möglich. Technischer Vorlieferant von 1&1 Digital-TV ist der Streaming-Dienstleister Zattoo mit seiner White-Label-Lösung für Netzbetreiber, wie ein Zattoo-Sprecher gegenüber MediaLABcom bestätigte.

1&1 Digital-TV ist nicht der erste Vorstoß von 1&1 in den TV-Bereich. Schon seit Februar 2015 bot die United-Internet-Tochter ihren DSL-Kunden die Option „[Digital TV - provided by Telekom](#)“ an. Als Reseller vertrieb 1&1 dabei das IPTV-Angebot Entertain TV der Deutschen Telekom an seine Kunden. „Die Vermarktung von ‚Digital TV - provided by Telekom‘ wird zeitgleich mit der Einführung von 1&1 Digital-TV eingestellt“, wie eine 1&1-Sprecherin gegenüber MediaLABcom erklärte. „Die Verträge von Bestandskunden sind in einer Übergangszeit bis voraussichtlich Ende 2018 weiterhin wie gewohnt verfügbar. Bestandskunden, die das neue TV-Angebot nutzen möchten, können aus ihrem bisherigen Tarif in einen Breitbandtarif von 1&1 wechseln und in diesem Zuge 1&1 Digital-TV hinzubuchen.“

Informationen zu 1&1 Digital-TV, den verfügbaren Sendern, Abo-Paketen und interaktiven Funktionen sind auf der Webseite www.dsl.1und1.de/fernsehen sowie als [PDF-Dokument](#) abrufbar. Im Detail informiert zudem ein elektronisches [Handbuch](#) (172 Seiten) von 1&1.

VoD-Plattformen zwischen Preiserhöhung, Überlebenskampf und Spezialisierung

Florian Kerkau

Aus Sicht der Anbieter von Video-on-Demand-Diensten (VoD) in Deutschland war 2017 ein sehr bewegtes Jahr. Während die Branchenführer Netflix und Amazon Video ihre Stellung ausbauen konnten, müssen kleinere Anbieter um jeden Kunden kämpfen. Neue Streaming-Dienste versuchen, dem Existenzkampf durch Spezialisierung zu entgehen. 2018 wird für viele Streaming-Anbieter ein Jahr mit Weichenstellung.

Content „Made in Germany“

Im deutschen VoD-Bereich wurde 2017 kräftig in Marketingkampagnen und frischen Content investiert. Insbesondere lokale Produktionen sollen die Zuschauer locken oder halten und den Streaming-Anbieter gefühlt näher an die landeseigene Gemütslage heranführen. Dazu wurden folgende deutsche Produktionen auf die Plattformen gehievt:

- Maxdome: „Jerks“
- Amazon: „You are Wanted“
- Sky: „Babylon Berlin“
- Netflix: „Dark“

Im Zuge der Investitionen in neuen Content wurden zum Teil auch die Preise angepasst. In welche Richtung, das beschreibt die Lage der Anbieter besser als jede Trendanalyse: Während Amazon und Netflix die Preise erhöhten und damit selbstbewusst die dominante Stellung im Markt ausnutzen, setzen Sky und Maxdome mit Rabattaktionen auf jeden Abonnenten.

Investitionen müssen refinanziert werden

Für die Platzhirsche der Branche kommt es nun sehr stark darauf an, die getätigten Investitionen zu refinanzieren. Netflix hat angekündigt, 2018 für Eigenproduktionen mehr als acht Milliarden Dollar auszugeben. Damit soll bis Ende 2018 die Hälfte der Inhalte Eigenproduktionen sein. Für Netflix wird der internationale Markt immer wichtiger, denn in den USA erreicht der Streaming-Anbieter mittlerweile schon 54 Prozent der Haushalte. Die internationale Expansion, stagnierende Abonnentenzahlen und der Bedarf an neuen Inhalten brachte Netflix nun dazu, die Preise für das Abo-Modell um bis zu zwei Euro zu erhöhen. Besonders betroffen davon ist das Account-Sharing mit bis zu fünf gleichzeitigen Nutzern: Wie Messungen zeigen, hat Netflix im Schnitt 2,5 Nutzer pro Account, was in Deutschland einzigartig ist (Goldmedia VoD-Ratings, 11/2017).

Wenn man bedenkt, dass sich im Schnitt 2,5 Nutzer einen Netflix-Account teilen, werden zwei Probleme schnell deutlich. Zum einen ist das Wachstumspotenzial begrenzt oder zumindest 2,5-mal geringer als bei einer Einzellizenz. Und zum anderen ist der Pro-Kopf-Preis eigentlich 2,5-mal günstiger als der Listenpreis. Somit erscheint es quasi geboten, die Preise oder eben die gleichzeitige Nutzung mehrerer Personen entsprechend anzupassen.

Mehrwert steigern für weitere Preiserhöhungen

In Deutschland ist Netflix zwar der meistgenutzte, jedoch – auch aufgrund des hohen Account-Sharing-Anteils – nicht der am häufigsten abonnierte Service: Amazon hat hier nach wie vor einen klaren Vorsprung, Netflix konnte die Lücke 2017 jedoch um gut fünf Prozent schließen (Goldmedia VoD-Ratings). Amazon Video investiert ebenso fleißig in Content, sicherte sich zum Beispiel die Streaming-Rechte an der Serienverfilmung von „Herr der Ringe“. Ziel ist es auch, das neue „Game of Thrones“ zu produzieren, um die Prime-Absonnenten in den USA endlich zu überzeugen: Nur 37 Prozent der US-Absonnenten von Amazon Prime nutzen bisher das Videostreaming-Angebot. Dabei ist genau dieses Angebot zentraler Bestandteil der Strategie von Amazon, den eigenen Mehrwert zu steigern und weitere Preiserhöhungen des Prime-Modells zu rechtfertigen. Für den deutschen Markt werden Serienklassiker

wie „Pastewka“ und „Deutschland 83“ neu aufgelegt.

Die Einführung von Amazon Channels in Deutschland ermöglichte es dem US-Konzern zudem, sich weiter als zentrale Distributionsplattform von Videoinhalten zu etablieren. Insbesondere die Kooperation mit Eurosport scheint für Amazon ein gutes Geschäft zu sein, um sich weiter im Spitzensport zu etablieren. Audiorechte für die Bundesliga bietet Amazon bereits über die Amazon-Music-Plattform an.

Schwierige Situation für Maxdome und Sky

Für Maxdome stellt sich die Frage, ob sich ein lokal agierender Streaming-Service langfristig mit den globalen Video-Giganten messen kann. Möglich wäre eine konsequente Internationalisierungsstrategie unter Zuhilfenahme entsprechender Investitionen und Partnerschaften. Derzeit sieht es aber eher so aus, dass Maxdome stärker in das Gesamtportfolio von ProSiebenSat.1 integriert wird, also stärker an die werbefinanzierten Online-Services wie 7TV heranrücken wird. Hier wird aber sicher der neu zu benennende CEO noch einige Weichen zu stellen haben.

Sky Ticket hat mit seiner 1-Euro-pro-Monat-Aktion zum Start der neuen Staffeln von „House of Cards“ und „Game of Thrones“ viele Abonnenten hinzugewonnen. Mit dem Start von „Babylon Berlin“ wurde zudem versucht, die Kunden langfristig zu binden. Die Blockbuster-Strategie scheint zumindest kurzfristig aufzugehen. Wie die VoD-Ratings zeigen, sind viele Kunden Sky auch nach der 1-Euro-Phase treu geblieben. Ob sie weiter funktioniert, hängt stark davon ab, ob sich Sky noch mehr Exklusivrechte für den deutschen Markt sichern kann.

Viele entdecken die Nische

Damit wollen sie der Konkurrenz mit den großen Streaming-Anbietern aus dem Weg gehen. Plattformen wie Pantaflix, alleskino, realeyz, Kividoo oder das Klassikportal myfidelio bedienen den Markt mit weniger, dafür aber mit ausgewähltem Content – und sie finden zahlungswillige Kunden. Zusammen kommen die spezialisierten Anbieter in Deutschland mittlerweile auf einen Marktanteil von über 14 Prozent.

Während in Deutschland die Nische blüht, versucht in den USA schon ein neuer Film-Gigant ein Stück vom Streaming-Kuchen abzubekommen. Disney plant 2018 mit der Übernahme von 20th Century Fox einen eigenen Streaming-Service, in dem die eigenen Inhalte exklusiv vermarktet werden können. Eine aggressive Preispolitik wurde von Disney schon angekündigt.

Für 2018 ist also im VoD-Markt einiges zu erwarten. Obwohl es noch immer Wachstum bei den Abonnentenzahlen im Markt gibt, ist der Massenmarkt – was die Zuschauerzahlen angeht – längst erreicht. Ab jetzt geht es um jeden Abonnenten. Profitieren vom Wettbewerb werden neben den Nutzern vor allem die Produktionsfirmen und Lizenzvermarkter. Denn exklusiver Video-Content ist wertvoller als je zuvor.

Florian Kerkau ist Geschäftsführer und Partner der Beratungs- und Forschungsgruppe [Goldmedia](#). Er leitet den Bereich Goldmedia Research und verantwortet alle Projekte der Markt-, Medien- und Nutzerforschung. Kerkau ist auf innovative Medienforschung spezialisiert und hat eigene Forschungsinstrumente entwickelt und patentiert. Mit den [VoD-Ratings](#) erfasst Goldmedia die Zuschauerzahlen von Pay-VoD-Angeboten in Deutschland. Damit existiert erstmals ein Tool, das weitreichende Analysen zur VoD-Nutzung auf Pay-VoD-Portalen wie Netflix, Amazon Prime Video, Sky, Maxdome und vielen weiteren Anbietern möglich macht.

Gestern noch Privatmensch, heute TV-Sender – Wie geht man am besten mit YouTubern um?

Marc Hankmann

„Es hat auch Vorteile, eine Rundfunklizenz zu besitzen“, sagt Nicolas Maekeler, Syndikusanwalt von Heise Medien. Der Verlag startete 2016 die [#heiseshow](#). Neben etlichen Videos zu technischen Themen gibt es unter anderem jeden Donnerstag um 12.00 Uhr einen Live-Talk. Heise Medien beantragte für das Online-Video-Angebot eine Rundfunklizenz bei der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM), die das Angebot als Telemedium einstufte und die Lizenz erteilte. Damit ist Heise Medien fortan von der Rundfunkgebühr befreit. „Wir sparen jährlich rund 3.000 Euro“, sagt Maekeler. So gesehen rechnen sich die einmaligen Kosten für das Lizenzverfahren von 1.200 Euro. Doch es gib ein großes Aber!

Denn Heise ist nicht ganz zufrieden. Es sei bei der ersten Anfrage des Verlags nur schwerlich abzusehen gewesen, was für einen „Wust an Bürokratie“ diese nach sich ziehen würde, schreibt der [Verlag](#) unter der Überschrift „Überreguliert“. Dieses Wort hätten sicherlich auch Peter Smits, Veranstalter von [PietSmietTV \(MediaLABcom berichtet\)](#), und Eric Range alias Gronkh gewählt. Smits hat sein Angebot dahingehend verändert, dass es nicht mehr die Kriterien für Telemedien erfüllt. Range ist ebenso wie Heise Medien im Besitz einer Rundfunklizenz, um weiter senden zu dürfen. Die Frage, die sich stellt: Ist die Rundfunklizenzierung für die Online-Welt noch zeitgemäß? Nicht nur die betroffenen Video-Anbieter beantworten die Frage mit nein, sondern auch gestandene Juristen wie Professor Dr. Hubertus Gersdorf von der Universität Leipzig.

Lizenzpflicht für Internet-TV verfassungswidrig?

Gersdorf geht sogar so weit zu behaupten, die Lizenzpflicht für Internet-TV, gemeint sind lineare audiovisuelle Inhalte, die ausschließlich im Internet verbreitet werden, sei verfassungswidrig, da sich die Rahmenbedingungen geändert hätten.

Die Rundfunkfreiheit war nach Gersdorfs Ansicht ein elitäres Recht, das nur wenige ausüben konnten, nämlich diejenigen, die sich Rundfunk (vornehmlich finanziell) leisten konnten. Um aber eine Konzentration von Meinungsmacht zu verhindern, gibt es die Rundfunklizenzierung. Sie stellt die

Meinungsvielfalt sicher. Außerdem waren Übertragungskapazitäten rar, so dass auch hier entschieden werden musste, wer welche Kapazitäten nutzen darf.

Hürde für kleine Anbieter

Einen Mangel an derartigen Kapazitäten gibt es heute durch das Internet nicht mehr. Und auch das elitäre Recht der Rundfunkfreiheit ist nach Gersdorfs Ansicht im Internetzeitalter ein Jedermann-Recht geworden, denn online kann jeder seine Meinung kundtun. Eine Lizenz zur Vielfaltssicherung sei da nicht mehr nötig. "Es gibt beim Internet-TV kein Konzentrationsproblem von Meinungsmacht", sagte der Medienrechtler auf einer Veranstaltung der Medientage Mitteldeutschland Mitte Januar 2018 in Berlin.

Im Gegenteil: Laut Gersdorf stellt die Lizenzpflicht sogar eine Hürde für eben jene kleinen Video-Anbieter dar, denen man eigentlich die Teilnahme am öffentlichen Diskurs ermöglichen möchte. Sie stelle aufgrund der veränderten Rahmenbedingungen eine Art Zensur dar, verstoße also gegen das Zensurverbot und sei damit verfassungswidrig, argumentiert der Medienrechtler.

Ein Wort ändern, Problem gelöst?

So komplex die Herleitung Gersdorfs für diesen vermeintlichen Verfassungsverstoß ist, so einfach ist seine Lösung. Im Rundfunkstaatsvertrag (RStV) müsste nur ein Wort geändert werden. In § 20b RStV müsste es statt Hörfunkprogramme nur Rundfunk heißen. Dann stünde dort: „Wer Rundfunk ausschließlich im Internet verbreitet, bedarf keiner Zulassung.“ Es ist aus Gersdorfs Sicht also der Gesetzgeber gefragt, hier aktiv zu werden. Die Landesmedienanstalten nimmt der Medienrechtler ausdrücklich in Schutz, denn sie sind lediglich das ausführende Organ, das selbst dann tätig werden muss, wenn erwiesen ist, dass geltendes Recht gegen die Verfassung verstößt.

Allerdings will die Politik die Telemedien im Internet nicht so ohne weiteres in die Freiheit entlassen, wengleich sich alle einig sind, dass die bisherige Lizenzierung nicht mehr zeitgemäß ist und angepasst werden muss. Diskutiert wird, ob eine Anmelde- oder Anzeigepflicht ausreicht. Danach könnte immer noch geprüft werden, ob ein Internet-TV-Angebot die Vielfalt gefährdet, gegen Jugendschutzvorschriften oder Menschenrechte verstößt.

Transparenz und Antizipation

Tobias Schmid, Direktor der Landesanstalt für Medien (LfM) in Nordrhein-Westfalen, der mit der Lizenzforderung an PietSmietTV für einigen medialen Wirbel gesorgt hatte, will das Lizenzierungsverfahren reformieren, nicht aber den Sinn der Rundfunklizenz. „Wir benötigen Transparenz, um zu erfahren, wer hinter welchem Angebot steckt“, argumentiert Schmid und setzt sich für eine Lizenzpflicht auch im Internet ein.

Aus Gersdorfs Sicht reiche für die nötige Transparenz aber eine Anzeigepflicht aus. Die Rundfunkzulassung könne man in Anlehnung an das Kartellrecht organisieren. Die Landesmedienanstalten würden demnach erst aktiv, wenn es Anzeichen einer Meinungskonzentration oder für Verstöße gegen Rundfunkvorschriften gäbe. Dieser Vorschlag stößt jedoch auf Kritik, denn wenn Meinungsmacht erste einmal vorherrscht, ist sie nur sehr schwer wieder aufzulösen, weshalb im Rahmen der Rundfunkzulassung vorher geprüft wird, ob durch die Lizenzvergabe Meinungsmacht entsteht. „Diese antizipatorische Regulierung ist sehr wichtig, weshalb wir nicht nur über Maßnahmen zur Deregulierung sprechen dürfen, sondern auch über Änderungen der Regulierung“, sagt Björn Böhning, Staatssekretär für Medien und Chef der Berliner Senatskanzlei.

Trennung der Schutzgüter

Böhning bevorzugt ein abgestuftes Modell der Rundfunklizenzierung, will also Gronkh und Co. nicht durch die von Gersdorf vorgeschlagene Änderung des § 20b RStV in die Freiheit entlassen. Er stellt sich unterschiedliche Transparenzregeln im Rahmen einer Anzeigepflicht für Internet-TV-Veranstalter vor. „Wir brauchen die antizipatorische Funktion der Landesmedienanstalten auch bei Plattformen im Internet“, sagt Böhning.

Gemeint sind Plattformen wie etwa YouTube oder Facebook. Dass auch die sich an Regeln wie etwa den Schutz der Jugend oder Werbevorschriften halten müssen, leuchtet ein. Dabei rät LfM-Direktor Schmid zu einer Trennung der Schutzgüter: Während der Jugendschutz für alle Anbieter, on- wie offline, gleichermaßen gelten müsse, sollte es bei der Werbung unterschiedliche Vorgaben geben, da es je nach Plattform auch unterschiedliche Ausweichmöglichkeiten für den Nutzer gäbe.

Interoperabilität für Online-Plattformen

Auch zur Frage, wie man auf diesen Plattformen die Konzentration von Meinungsmacht verhindern könnte, hat Schmid einen Vorschlag, der sich an das Gebot der Interoperabilität orientiert. Ebenso wie etwa die Deutsche Bahn Konkurrenz durch andere Bahnunternehmen in ihrem Schienennetz zulassen muss, müssten auch Plattformen im Internet Konkurrenz zulassen. Es entstünde quasi ein Meinungswettbewerb, der für Vielfalt sorgt.

Man sollte in dieser Diskussion betonen, dass audiovisuelle Dienste, die keine Rundfunklizenz benötigen, keineswegs außerhalb der Regulierung stehen. Verstöße ahnden die Landesmedienanstalten auch bei solchen Angeboten. Heise Medien jedenfalls wähnt sich auf der sicheren Seite. Abgesehen vom umständlichen Zulassungsverfahren kritisiert Justiziar Maekeler aber auch die eine oder andere Verpflichtung, die mit der Rundfunklizenz einhergeht, wie etwa die Pflicht Wahlwerbespots ausstrahlen zu müssen. Heise Medien fürchtet den Tag, an dem die AfD mit ihrem Spot vor den Verlagstüren steht.

Seit dem 13. Januar 2018 gelten Neuregelungen im Zahlungsdienstenaufsichtsgesetz (ZAG), die auch die Anbieter von Billing-Lösungen betreffen können. Als Folge drohen Anbietern von Telekommunikationsdienstleistungen schärfere Regelungen des Aufsichtsrechts für Finanzdienstleistungen. Bisher konnten die betroffenen Unternehmen als Betreiber von elektronischen Netzen noch von einer weitreichenden Privilegierung profitieren. Diese wird nun von einer Schwellwert-Regelung ersetzt. Welche Folgen hat dies für betroffene Unternehmen und was müssen diese zukünftig beachten?

Privilegierung bedroht

Das ZAG bezweckt grundsätzlich die einheitliche behördliche Aufsicht über Zahlungsdienste. Betroffen sind Unternehmen, die als Mittler bei Zahlungsvorgängen auftreten und dadurch schnellere Geldtransfers ermöglichen – typischerweise also die Vermittlung zwischen Zahler und Zahlungsempfänger. Der Betrieb dieser Geschäfte steht unter einem grundsätzlichen Verbot mit Erlaubnisvorbehalt. Das bedeutet, dass die Unternehmen eine Erlaubnis der zuständigen Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) benötigen. Verstöße gegen dieses Verbot sind nach § 31 Abs. 1 ZAG mit Freiheitsstrafen von bis zu fünf Jahren bedroht.

Auch Telekommunikationsunternehmen können diese Mittlerfunktion erfüllen und grundsätzlich unter den Anwendungsbereich des ZAG fallen, wenn sie Zahlungen entgegennehmen und an Kunden weiterleiten. Nach den bisherigen Regelungen sind sie als Infrastrukturanbieter allerdings ausnahmsweise privilegiert. Das bedeutet bislang, dass sie von der BaFin keine Erlaubnis zum Geschäftsbetrieb benötigen.

Schwellenwerte statt Ausnahme

An die Stelle dieser sachlichen Privilegierung treten nun Schwellenwerte. Für die betroffenen Unternehmen bedeutet dies einen erheblichen Mehraufwand an die Mitteilungspflicht. Zusätzlich zum sachlichen Anwendungsbereich müssen sie nunmehr ständig überprüfen, ob sie mit ihrer Tätigkeit die Schwellenwerte überschreiten. Die von Billing-Diensten abgewickelten Zahlungen können ihrer Höhe nach jedoch stark variieren – bei einigen Unternehmen könnten nur einige wenige Zahlungen die Schwellenwerte überschreiten und damit zu einer Erlaubnispflicht führen.

Der Finanzausschuss des Bundestages hat vor dem Hintergrund dieser Unsicherheiten in einer Stellungnahme zum Gesetzentwurf klargestellt, dass es für die Feststellung der Schwellenwerte aber nicht auf eine konkrete Betrachtung ankomme, sondern auch eine allgemein-übergreifende Betrachtungsweise in Frage käme. So könne den neuen Vorgaben auch durch statistische Betrachtungsweisen auf der Grundlage valide ermittelter historischer Abrechnungsdaten entsprochen werden.

Vereinfachtes Meldeverfahren

Bei der Ermittlung des kumulativen Abrechnungs-Schwellenwerts von 300 Euro könne zudem auf die A-Rufnummer, also die Rufnummer des Anrufers, abgestellt werden. Laut eines Merkblatts der BaFin kann die Überschreitung des kumulativen Schwellenwerts durch insgesamt ein Prozent aller A-Rufnummern unbedenklich sein, sofern zusätzlich das Unternehmen in Bezug auf seine monatlichen Offline-Billing-Umsätze im Festnetz einen durchschnittlichen Betrag von 300 Euro nicht überschreitet.

Diese Anteile müssen die Unternehmen monatlich ermitteln und auf Anfrage der BaFin nachweisen. Diese wird anschließend prüfen, ob das jeweilige Unternehmen eine Erlaubnis benötigt. Dafür hat die Behörde im Einvernehmen mit der Deutschen Telekom und einigen Wettbewerber-Verbänden ein vereinfachtes Meldeverfahren entwickelt. Die Unternehmen können in Bezug auf die genannten statistisch ermittelten Schwellenwerte ihre Ergebnisse konsolidiert an die Behörde weiterleiten.

Zum einen dürfte es für die Unternehmen damit nachvollziehbarer werden, wann sie genau unter die Regulierung des ZAG fallen. Hinzu kommt, dass sie entgegen erster Befürchtungen weniger Informationen aus ihrem Geschäftsbetrieb preisgeben müssen. Zum anderen ermöglicht ihnen dieses Verfahren eine einfachere Umsetzung im Rahmen des laufenden Betriebes.

Tipp: Standardprozess entwickeln

Die konsolidierten Anzeigen sollten jedoch vor dem Hintergrund der Strafandrohung bei Betrieb des Zahlungsdienstgeschäfts ohne Erlaubnis nicht leichtfertig gemacht werden. Stattdessen sollten mögliche betroffene Billing-Dienste einen verlässlichen Standardprozess entwickeln, um diesen vereinfachten Anzeigepflichten nachzukommen.

Dr. Ernst Georg Berger 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.

Aufruf des FRK

Helfen EU-Fördergelder bei Überbauung von Glasfaserstrukturen?

Liebe LeserInnen, der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) wendet sich heute

Der Sachverhalt

In Brandenburg wurde der Ausbau der Breitbandversorgung im Programm „Glasfaser 2020“ von der derzeitigen SPD-Linke-Koalition mit über 80 Millionen Euro von der EU-Kommission gefördert. [MediaLABcom berichtete](#) mehrfach darüber – auch über die Beschwerdeverfahren wegen der aus FRK-Sicht den Mittelstand benachteiligenden und den Wettbewerb verzerrenden Ausschreibungspraxis. Die Mittel sind ausgegeben und überwiegend von der Deutschen Telekom verbaut. Die Wettbewerbsbeschwerden verliefen im Brüsseler und Brandenburger Sand.

Neuerliche Geldverschwendung

Einer der Beschwerdeführenden Firmen hat nun eine bisher unterversorgte Lausitzer Gemeinde mit FTTH mit über 90 Prozent Eigenmitteln und hoher Anschlussquote der Haushalte erschlossen. Die Deutsche Telekom hat offenbar durch die EU-Förderung nun erhebliche Finanzmittel frei, um einen Verdrängungswettbewerb zu versuchen. Anstatt nämlich andere, noch nicht mit Glasfaser angeschlossene Orte in der Lausitz mit Glasfaser zu versorgen, überbaut nunmehr die Telekom dieses FTTH-Netz mit Vectoring. Da das Privatunternehmen als Finalist zur Verleihung des Broadband Award 2017 nun doch in Brüssel gehört wird, interessiert sich die Kommission offenbar doch dafür, ob ihre Zuschüsse und Förderung nicht nur in Brandenburg zu einer Wettbewerbsverzerrung und Fehlallokation von Kapital führen.

So können Sie mitmachen

Der FRK will vermeiden, dass das genannte Projekt unseres Brandenburger Mitgliedes in Brüssel nur als Einzelfall eines ehemaligen Beschwerdeführers abgelegt wird. Deshalb suchen wir bundesweit weitere Fälle, in denen mit privatem Kapital finanzierte Glasfasernetze, vor allem in bisher breitbandig unterversorgten Regionen, von der Deutschen Telekom mit Vectoring überbaut werden. Bitte melden Sie Ihren Fall an:

Heinz-Peter Labonte
Herausgeber MediaLABcom
hp.labonte.kombunt@t-online.de

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Vodafone startet Gigabit-Internet nach Analogabschaltung

Vodafone will nach der Analogabschaltung in der ersten Pilotregion Landshut und Dingolfing schon in wenigen Monaten Internetanschlüsse mit Gigabit-Geschwindigkeit auf Basis des Kabelstandards DOCSIS 3.1 einführen. Das sagte eine Vodafone-Sprecherin gegenüber MediaLABcom. Das Kabelglasfasernetz in der Region werde bereits auf Giga-Speed vorbereitet. Wann die Vermarktung der Highspeed-Zugänge beginnt, soll zu einem späteren Zeitpunkt bekannt gegeben werden.

Die [Volldigitalisierung](#) des Vodafone-Kabelnetzes in Landshut und Dingolfing in der Nacht vom 8. auf 9. Januar 2018 wurde nach Angaben der Sprecherin technisch erfolgreich umgesetzt. Alle TV- und Radioprogramme im Kabelnetz der Region werden nun ausschließlich digital verbreitet. Auch die neue Sortierung der Frequenzen konnte erfolgreich abgeschlossen werden. „Das Anrufvolumen bei unserem Kundenservice ist bislang überschaubar. Das zeigt uns, dass viele im Markt befindliche Empfangsgeräte bei unseren Kunden zu Hause (separate Digitalreceiver oder in TV-Geräten integrierte DVB-C-Empfänger) die neue Sendersortierung wie erwartet automatisch oder nach einem Sendersuchlauf übernommen haben“, sagte die Sprecherin.

Vodafone empfiehlt Kunden in der Region Landshut und Dingolfing, die die gewohnten Sender nicht wiederfinden, einen Sendersuchlauf zu starten. Für Internet- und Telefonkunden gilt: Sollte sich der Kabel-Router nicht automatisch wieder mit dem Internet verbunden haben, kann das Gerät durch Aus- und Einschalten neu gestartet werden. Kunden, die bisher analoge Radioprogramme genutzt haben, bekommen eine Hinweisansage, dass die analoge Verbreitung eingestellt wurde. Die digitalen Radioprogramme lassen sich mit jedem TV-Digitalreceiver empfangen. Eine komfortablere Lösung ist der spezielle Kabelradio-Receiver, den Vodafone seinen Kunden anbietet. Dafür muss der Fernseher nicht eingeschaltet werden. Die Box, die vorerst nur in der Pilotregion Landshut und Dingolfing erhältlich ist, wird an die Kabeldose angeschlossen und über Cinch-Kabel direkt mit dem Radiogerät verbunden.

Das zweite Pilotprojekt zur Analogabschaltung will Vodafone am 15. Mai 2018 in Nürnberg durchführen. Betroffen sind neben der fränkischen Metropole auch umliegende Städte wie Fürth, Feucht, Lauf, Hersbruck, Altdorf, Stein, Schwabach, Schwaig, Zirndorf und Wendelstein - insgesamt rund 185.000 Haushalte. Die genaue Liste hat Vodafone auf seiner [Webseite](#) veröffentlicht.

Bis Ende 2018 will das Unternehmen sein gesamtes Kabelnetz in Bayern und Sachsen auf ausschließlich digitale TV- und Radioversorgung umgestellt haben, da dies in beiden Bundesländern gesetzlich vorgeschrieben ist. In allen anderen Bundesländern gibt es keine entsprechenden Vorschriften, aber auch dort will Vodafone im [Sommer 2018](#) mit der schrittweisen Abschaltung der analogen TV- und Radiosender beginnen. Die durch den Wegfall der analogen Programme freiwerdenden Kapazitäten will Vodafone für mehr HD-Fernseher und Gigabit-Internet nutzen. Innerhalb der nächsten drei Jahre sollen auf diesem Weg 12,6 Millionen Kabel-Glasfaser-Haushalte im Verbreitungsgebiet mit einem Gigabit-Anschluss versorgt werden.

Unitymedia hat als erster deutscher Kabelnetzbetreiber im Juli 2017 die Analogabschaltung [abgeschlossen](#). Neben Vodafone haben auch die Kabelnetzbetreiber [wilhelm.tel](#) und [NetCologne](#) den

Schnelles Internet: Deutschland weiter im Mittelfeld

Fast die Hälfte (42 Prozent) aller deutschen Unternehmen mit Zugang zum Internet und mindestens zehn Beschäftigten verfügten im Jahr 2017 über einen schnellen Internetanschluss mit einer Datenübertragungsrate von mindestens 30 Mbit/s. Deutschland lag damit wie in den Vorjahren im europäischen Mittelfeld und knapp über dem Durchschnitt aller 28 EU-Mitgliedstaaten (40 Prozent), wie das Statistische Bundesamt in Wiesbaden mitteilte. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der Unternehmen mit schnellem Internet in Deutschland um vier Prozentpunkte (2016: 38 Prozent) gestiegen. Der EU-Durchschnitt stieg mit sechs Prozentpunkten etwas stärker (2016: 34 Prozent). Die Spitzenplätze in der Europäischen Union belegten im Jahr 2017 Dänemark (73 Prozent), die Niederlande (65 Prozent) und Schweden (64 Prozent). Am geringsten verbreitet war schnelles Internet bei Unternehmen in Zypern (25 Prozent), Griechenland (25 Prozent) und Italien (23 Prozent).

Eurosport 1 HD und TLC HD zu Olympia unverschlüsselt bei Unitymedia

Discovery Networks Deutschland wird während der Olympischen Winterspiele vom 9. bis 25. Februar 2018 die Verschlüsselung von Eurosport 1 HD und TLC HD im Kabelnetz von Unitymedia aufheben und den Zuschauern die Programme kostenlos zur Verfügung stellen. Die Sender sind normalerweise Teil der kostenpflichtigen HD-Option. Darüber hinaus erhalten die Kunden drei Zusatzkanäle mit weitergehender Berichterstattung zu PyeongChang 2018, die exklusiv bei Unitymedia verfügbar sind. Die drei Olympic Pop-up-Channels werden am 30. Januar aufgeschaltet. Außerdem schaltet Unitymedia am gleichen Tag mit den Zusatzfeeds Eurosport 360 1 HD, Eurosport 360 2 HD und Eurosport 360 3 HD drei weitere Kanäle frei, die während sportlicher Großereignisse zusätzliche Kameraperspektiven und Wettkämpfe bieten. Im Free-TV wird Eurosport 1 rund um die Uhr von den Olympischen Winterspielen berichten, weitere Übertragungen laufen im Frauenkanal TLC und auf dem Pay-TV-Sender Eurosport 2. Auch ARD und ZDF werden ausführlich von den Wettbewerben berichten, nachdem mit Discovery Networks ein Sblizenierungsabkommen geschlossen wurde.

RTL behält Formel 1 und holt UEFA Europa League

Der Privatsender RTL hat sich für weitere drei Jahre die exklusiven Free-TV-Ausstrahlungsrechte der Formel 1 gesichert. Der Vertrag mit dem Rechteinhaber Formula One World Championship (FOWC) läuft von 2018 bis 2021 und deckt den gesamten Wettbewerb ab, darunter die Rennen, die Trainings und das Qualifying. Der TV-Vertrag mit dem Sender, der die Rennen seit 1984 überträgt, war zum Ende der aktuellen Saison ausgelaufen. In der Branche wurde darüber spekuliert, dass der neue Besitzer der Formel 1, der US-Konzern Liberty Media, die Anzahl der im frei empfangbaren Fernsehen übertragenen Rennen reduzieren könnte, um die Pay-TV-Rechte attraktiver zu machen und dadurch mehr Einnahmen erzielen. Die Situation im Pay-TV-Markt ist weiterhin unklar: Der Vertrag mit dem bisherigen Rechteinhaber Sky Deutschland lief zum Ende der aktuellen Saison aus. Neben Sky gelten auch Wettbewerber wie Eurosport und das Streaming-Portal DAZN als Interessenten.

Gleichzeitig baut RTL sein Fußballangebot aus und erwarb ebenfalls für den Zeitraum von 2018 bis 2021 die Free-TV-Ausstrahlungsrechte an der UEFA Europa League. Der Privatsender darf 15 Spiele pro Saison live übertragen und über sämtliche Partien berichten. Die Übertragungen werden zwischen RTL und dem Schwesterkanal Nitro aufgeteilt. Zu finanziellen Details beider Rechteverträge machte RTL keine Angaben. Er sei sehr froh, „großen Sport wie die Formel 1 weiterhin bei uns und damit im Free-TV zeigen zu können, ohne dass auch nur ein Rennen hinter einer Bezahlschranke verschwindet“, sagte RTL-Programmgeschäftsführer Frank Hoffmann der „[Frankfurter Allgemeine Zeitung](#)“. Dies sei „mit Blick auf andere Sportarten oder auch Märkte in Europa alles andere als selbstverständlich. „Wir haben die Formel 1 hier groß gemacht, sie begeistert ein Millionenpublikum und ist ein wichtiger Baustein der Marke geworden. Wir haben die neuen Rechteinhaber überzeugen können und die Zusammenarbeit um drei Jahre verlängert.“

Die Rechte an der UEFA Europa League, so Hoffmann, seien „auch deshalb besonders interessant, weil die UEFA Champions League von Mitte 2018 an ja bekanntlich komplett im Bezahlfernsehen verschwindet. Somit können die Fans internationalen Vereinsfußball demnächst im Free-TV nur noch bei uns sehen, live und kostenlos.“ Die Pay-TV-Rechte an der UEFA Europa League hatte sich im Oktober 2017 der Streaming-Dienst DAZN gesichert, der ab 2018 in den nächsten drei Spielzeiten jede Partie live übertragen wird. Der bisherige Pay-TV-Rechteinhaber Sky ging leer aus. Im Free-TV zeigte bislang Sport1 ein Spiel pro Woche. Die exklusiven TV-Rechte an der UEFA Champions League teilen sich ab der Saison 2018/19 Sky und DAZN. Im Free-TV, wo die Rechte bisher beim ZDF lagen, ist keine Partie mehr zu sehen.

QVC stellt Schwesterkanäle neu auf

Der Teleshopping-Anbieter QVC verpasst seinen beiden Ablegern zum 1. Februar 2018 neue Namen und erhöht die Live-Sendezeit. QVC Plus wird zu QVC2, dessen Programm unter dem Motto „More of what you love“ steht. Der Live-Anteil wird von vier auf fünf Stunden pro Tag ausgebaut, die jeweils zwischen 18 und 23 Uhr laufen. QVC Beauty & Style sendet künftig unter der Bezeichnung QVC Style. Der Schwerpunkt liegt unter dem Motto „Find your perfect style“ weiterhin bei Mode, Kosmetik und Schmuck. Mit der Neupositionierung will QVC seine Schwesterkanäle inhaltlich stärker vom Hauptsender trennen, der weiterhin 17 Stunden Live-Programm pro Tag bietet mit vielen Produktneuheiten und Premieren.

Sky startet Sky Cinema in Love

Sky startet am Valentinstag den Pop-up-Kanal Sky Cinema in Love, der eine Woche lang rund um die Uhr Liebesfilme zeigt. Mit dabei sind der Blockbuster „Fifty Shades of Grey - Gefährliche Liebe“ mit Jamie Dornan, das Märchen-Musical „Die Schöne und das Biest“ mit Emma Watson und „Ein ganzes halbes Jahr“ mit „Game of Thrones“-Star Emilia Clarke. Am Valentinstag feiert „A United Kingdom - Ihre Liebe veränderte die Welt“ bei Sky Cinema in Love seine TV-Premiere. Zu den Filmen, die auf dem Programm stehen, gehören außerdem Titel wie „Eat, Pray, Love“ mit Julia Roberts und Javier Bardem, „My Week with Marilyn“ mit Eddie Redmayne und Michelle Williams und „Verliebt in eine Hexe“ mit Nicole Kidman und Will Ferrell sowie deutsche Produktionen wie „SMS für Dich“ mit Karoline Herfurth, „What a Man“ mit

Matthias Schweighöfer und Elyas M'Barek und „Der Koch“ mit Jessica Schwarz. [Sky Cinema in Love](#) ersetzt in der Zeit vom 8. bis 14. Februar 2018 den Sender Sky Cinema Emotion. Die Filme werden auch auf Abruf bei Sky Go, Sky On Demand und Sky Ticket verfügbar sein.

Discovery-Sender starten bei 1&1 Digital-TV

Discovery Networks Deutschland verbreitet seine gesamte Senderfamilie auf der neuen Digitalplattform 1&1 Digital-TV. Die Free-TV-Kanäle Eurosport 1, DMAX und TLC sind im Basispaket empfangbar, die Pay-TV-Sender Discovery Channel und Animal Planet im Dokumentations- und Eurosport 2 im Sportpaket. Die beste Bildqualität erhalten Kunden bei der Buchung des HDTV-Bouquets. 1&1 Digital-TV war zum Jahresende 2017 gestartet. Zahlreiche TV-Veranstalter hatten zuletzt ihre Teilnahme bestätigt, darunter die Mediengruppe RTL Deutschland und der Kochkanal BonGusto.

Sport1 startet neue Online-Videoplattform

Sport1 hat eine neue Videoplattform gestartet, die das komplette Online-Video- und Video-on-Demand-Angebot des Senders zentral bündelt. Kern des neuen Bereichs „Video“ auf www.sport1.de, der auch direkt unter www.sport1.de/tv-video angesteuert werden kann, ist ein optimierter Videoplayer, den die Nutzer auf ihre persönlichen Interessen zuschneiden können. So können die Sportfans selbst entscheiden, wie die Videos und dazugehörigen Inhalte angeordnet werden. „Mit dem Relaunch des Videobereichs auf Sport1.de wurde ein wichtiger Meilenstein im Rahmen unserer 360°-Strategie gelegt – insbesondere mit Blick auf die weitere Verzahnung von TV und Online“, sagte Pascal Damm, COO Digital von Sport1. Das neue Abrufangebot soll künftig auch auf weiteren TV- und Digitalplattformen verfügbar gemacht werden, kündigte er an. Ein weiterer Meilenstein von Sport1 zum Jahresbeginn ist das 25-jährige Bestehen des Senders, der am 1. Januar 1993 unter der Bezeichnung Deutsches Sport-Fernsehen (DSF) startete und sich 11. April 2010 in Sport1 umbenannte. Die neue Videoplattform zeigt die starke Bedeutung, die die Online-Aktivitäten inzwischen haben. Sport1 versteht sich nicht mehr nur als Sportkanal, sondern als 360°-Marke, die Free-TV, Pay-TV, Online, Mobile, Radio und Social Media abdeckt.

AXN, Sony Channel, Animax Plus starten bei Amazon Channels

Sony Pictures Television Networks verbreitet ab sofort drei Pay-TV-Angebote auf der OTT-Plattform Amazon Channels in Deutschland und Österreich: AXN, Sony Channel und Animax Plus. Der Action- und Unterhaltungskanal [AXN](#) sowie der Seriensender [Sony Channel](#) bieten sowohl ihr Programm als Livestream als auch Abrufinhalte in HD-Qualität an und kosten jeweils 3,99 Euro pro Monat. Das Abrufangebot [Animax Plus](#) ist exklusiv bei Amazon Channels verfügbar und richtet sich an Anime-Fans. Für 5,99 Euro pro Monat gibt es Serien und Filme in HD-Qualität. Alle drei Angebote können 14 Tage lang kostenlos getestet werden. Insgesamt umfasst Amazon Channels damit in Deutschland und Österreich mehr als 40 Kanäle, die einzeln abonniert und monatlich gekündigt werden können. Voraussetzung für den Zugang ist eine Amazon-Prime-Mitgliedschaft, die 69 Euro pro Jahr kostet.

waipu.tv bietet Filme, Kinder-T und, Events auf Abruf

Die IPTV-Plattform waipu.tv hat eine Video-on-Demand-Funktion (VoD) eingeführt: Zum Start stehen Spielfilme, Kindersendungen und Events auf Abruf bereit. Die Filme steuert das Multi-Channel-Network Watch Movies bei, das in Deutschland den gleichnamigen YouTube-Kanal betreibt. Angeboten werden zunächst 20 Filme aus den Bereichen Weihnachten, Thriller, Drama und Komödie mit Schauspielern wie Russell Crowe, Alec Baldwin, Elizabeth Hurley und Danny DeVito. Kindersendungen bietet My Animation Kids. Das Angebot wird von Scopas Medien, einem der größten Animationsfilmproduzenten in Deutschland („Das Sandmännchen - Abenteuer im Traumland“, „JoNaLu“), betrieben. Sowohl Watch Movies als auch My Animation Kids sind kostenfrei, werbefinanziert und stehen nicht nur zahlenden Kunden, sondern auch den Nutzern der Gratisversion von waipu.tv zur Verfügung. Die Werbevermarktung übernimmt Exaring, die Muttergesellschaft von waipu.tv. Ebenfalls neu bei waipu.tv ist die digitale Eventbühne Bad Hersfeld Digital, auf der Inszenierungen der Bad Hersfelder Festspiele abrufbar sind. Die VoD-Inhalte sind zunächst innerhalb der App-Oberfläche im Bereich „Tipps“ unter „Neues entdecken“ zu finden. Im ersten Quartal 2018 sollen die Abrufangebote in den Programmführer (EPG) integriert werden. Gleichzeitig hat waipu.tv sein Pay-TV-Angebot um sportdigital HD, Heimatkanal und Romance TV erweitert. Bis 31. Januar 2018 können die Abonnenten des Comfort- und Perfect-Pakets die drei neuen Programme kostenfrei empfangen. Insgesamt bietet waipu.tv damit über 75 Sender.

BonGusto startet bei 1&1 und TV Spielfilm live

BonGusto, der Pay-TV-Kanal für Hobbyköche und Feinschmecker, ist ab sofort auch bei 1&1 Digital-TV sowie auf der Internet-TV-Plattform TV Spielfilm live zu empfangen. Für 1&1-Kunden wird der Sender im Rahmen des Abo-Pakets „1&1 TV Musik & Lifestyle“ angeboten, das 6,99 Euro pro Monat kostet. Bei TV Spielfilm live ist BonGusto Teil des Premium-Bouquets für 9,99 Euro pro Monat. Der erste Monat ist jeweils kostenlos.

Zattoo ermöglicht grenzenloses Streaming

Zattoo-Kunden können den Internet-TV-Dienst ab sofort auch im EU-Ausland nutzen. Möglich macht dies eine neue EU-Verordnung, die Ländergrenzen für Streaming-Inhalte aufhebt. Die Internetnutzer müssen sich [dafür](#) vor Reiseantritt bei Zattoo in Deutschland registrieren und ein Premium-Abo abschließen, das rund 100 TV-Sender, davon rund 60 in HD-Qualität, für 9,99 Euro pro Monat umfasst. „Für unsere Nutzer ist die neue Verordnung zum EU-weiten Streaming ein großartiger Start ins neue Jahr“, sagte Jörg Meyer, Chief Officer Content & Consumer bei Zattoo. „Dem TV-Streaming sind nun innerhalb der EU keine digitalen Grenzen mehr gesetzt. Damit bietet Streaming deutliche Vorteile gegenüber herkömmlichen TV-Empfangswegen. Ein Handy oder Tablet hat fast jeder im Urlaub dabei, während sich Kabel- oder Satellitenfernsehen nicht so einfach mit in den Urlaub nehmen lässt. Wir gehen davon aus, dass vor allem ein Großereignis wie die Fußball-Weltmeisterschaft für viele Nutzer ein Anlass zum TV-Streaming im Urlaub sein wird.“ Die so genannte EU-Portabilitätsverordnung gilt seit diesem Jahr in allen EU-Ländern und bezieht sich auf kostenpflichtige digitale Dienste, die bei vorübergehendem Aufenthalt im EU-Ausland genauso wie im Heimatland genutzt werden können.

Startschuss für QVC in Ultra HD auf Astra

Der Teleshopping-Sender QVC startete kurz vor Weihnachten 2017 mit der Verbreitung seines Programms in Ultra HD auf Astra (19,2° Ost). Gesendet wird unverschlüsselt auf der Frequenz 11,288 GHz V (SR 22.000, FEC 2/3). QVC hatte im Oktober 2017 mit Astra Deutschland einen Zehnjahresvertrag für die Ausstrahlung von QVC UHD abgeschlossen. Die Astra-Techniktochter MX1 übernimmt das HEVC-Encoding des Ultra-HD-Live-Signals sowie den Uplink auf den Astra-Satelliten. Gleichzeitig vereinbarten beide Seiten die Verlängerung der HD- und SD-Ausstrahlung von QVC über Astra für die nächsten Jahre.

ZDF beendet Satellitenverbreitung auf Hotbird

Das ZDF hat seine Ausstrahlung über das Eutelsat-Satellitensystem Hotbird (13° Ost) zum Jahresende 2017 eingestellt. Das bestätigte eine Sprecherin gegenüber MediaLABcom. „Die Empfangbarkeit aller ZDF-Programme in Deutschland ist durch die Ausstrahlung über SES Astra gewährleistet. Ebenso tragen die Verbreitung als Livestream im Internet sowie die Möglichkeit, ZDF-Programme in der ZDFmediathek abzurufen, zur flächendeckenden, in vielen Fällen auch weltweiten - die entsprechenden Rechte vorausgesetzt - Empfangbarkeit bei“, erklärte die Sprecherin. „Vor diesem Hintergrund und in seiner Verpflichtung, mit den Rundfunkbeiträgen der Bürger verantwortungsvoll umzugehen, hat das ZDF sich entschieden, sich von der Verbreitung über Eutelsat Hotbird zu verabschieden.“

Das ZDF folgt damit der ARD, die zum 31. März 2017 die Satellitenverbreitung des Ersten über Hotbird beendet hat und seitdem nur noch über Astra (19,2° Ost) sendet. Das ZDF erklärte seinerzeit, dass man die Hotbird-Verbreitung vorerst fortführen wolle. Den ehemaligen Sendeplatz des ZDF auf Hotbird auf der Frequenz 11,054 GHz H (SR 27.500, FEC 5/6) hat der Verkaufskanal Juwelo TV übernommen.

VATM und TELECOM kooperieren

Die Branchenverbände VATM und TELECOM haben eine Zusammenarbeit vereinbart. „Mit dem TELECOM e.V. haben wir einen Partner gewonnen, der seit vielen Jahren ganz gezielt und sehr erfolgreich die Interessen der Wirtschaft im Telekommunikationssektor vertritt“, sagte VATM-Geschäftsführer Jürgen Grützner. „Die Politik muss endlich verstehen, dass es nicht nur um den Ausbau der besten Infrastrukturen geht, sondern gleichberechtigt um die besten Dienste auf diesen Netzen, da diese für die deutsche Wirtschaft überlebenswichtig sind. Dass beides geht und Digitalisierung beides braucht, haben andere Länder längst begriffen. TELECOM-Präsident Helmut Kohl betonte: „Eine einseitige Infrastrukturdebatte würde Deutschland zum zweiten Mal ins Hintertreffen bringen. Wettbewerb und freier Dienstzugang sind genauso wichtig für unsere Wirtschaft wie der Ausbau der besten Netze. Open Access muss verbindlich gewährleistet sein. Wettbewerb ist kein lästiges Übel, sondern es muss konzeptionell mitgedacht werden. Zugangsrechte dürfen daher nicht als Verhandlungsmasse gegenüber Vorbedingungen der Telekom für schnelleren Glasfaserausbau missbraucht werden.“

Bestürzt zeigen sich die beiden Geschäftsführer über politische Äußerungen aus dem Beirat der Deutschen Telekom, wonach Anbieter von Diensten auf den Netzen als „Schwarzfahrer“ in die Nähe von Straftätern gerückt werden. „Die Nutzung der Telekom-Netze spült rund zwei Milliarden Euro jährlich in die Kassen des Unternehmens. Die Unternehmen, die einen Großteil der Wirtschaft und der DAX-Unternehmen mit hochspezialisierten Diensten versorgen, nutzen die Netze nicht gratis. Statt für längst abgeschriebene Kupferanschlüsse müssen sie nach dem Willen des Regulierers und der Politik sogar fiktive Neubaupreise zahlen, gerade damit mehr in den Netzausbau investiert wird. Das Ergebnis ist aber in Deutschland katastrophal, weil von dem Geld kaum echte Glasfaseranschlüsse gebaut wurden“, kritisierten Grützner und Kohl. „Die Unternehmen, die unsere Wirtschaft in ganz Deutschland erfolgreich mit hochspezialisierten TK-Diensten versorgen, sind keine Trittbrettfahrer. Kein Unternehmen wird in ganz Deutschland eigene Glasfasernetze bauen können - auch die Telekom nicht“, unterstreicht Grützner. Es sei gerade der Sinn des dezentralen Ausbaus derart teure Netze nicht doppelt bauen zu müssen. Die offene Nutzung der Netze für Diensteanbieter - natürlich zu fairen Preisen - bringe allen entscheidende Vorteile. Open Access garantiere die besten Dienste und ausgelastete Netze. „Wir müssen jetzt die deutsche Wirtschaft fit machen für die Zukunft und brauchen die Telekom als verlässlichen Partner - nicht aber als alleinigen Anbieter. Ausbau und Wettbewerb muss Hand in Hand gehen. Zu befürchten ist, dass wir die Regulierung noch lange brauchen, wenn der Wettbewerb auf den Netzen - wie beim Strom längst erfolgreich etabliert - noch immer verweigert und sogar mit Schwarzfahrern verwechselt wird“, sind die beiden Geschäftsführer überzeugt.

Lars Wagner wechselt von Disney zu Playmobil

Lars Wagner übernimmt ab Januar 2018 das Vorstandsressort Brand- und Product-Management bei der Unternehmensgruppe geobra Brandstätter in Zirndorf bei Nürnberg. Der 46-Jährige arbeitete zuletzt bei The Walt Disney Company Deutschland, wo er unter anderem das Marketing, den Bereich Digital Innovation sowie die Entwicklung der Disney Channels verantwortet hat. Weitere berufliche Stationen waren Universal Studios Networks Deutschland und die ProSieben Media AG.

Der Mutterkonzern der Spielzeugmarke Playmobil will damit verstärkt auf digitale Trends setzen, die das weitere Wachstum ankurbeln sollen. „Die Digitalisierung ermöglicht uns vielfältige neue Chancen. Wir haben klare Handlungsfelder definiert, an denen wir unsere Geschäftsmodelle, Vertriebsstrukturen und Markenführung ab 2018 konsequent ausrichten. Dazu benötigen wir externes Knowhow und neue Kompetenzen“, sagte Vorstandssprecher Steffen Höpfner.

Wagners Nachfolger bei Disney wurde im August 2017 Thorsten Braun, der die Position des General Manager Disney Channels für Deutschland, Österreich und die Schweiz zusätzlich zu seiner Funktion als Vice President & General Manager von Disneymedia+ übernommen hat.

Jan Mojto arbeitet mit Red Bull zusammen

Der Film- und Fernsehproduzent Jan Mojto will über seine Firma Beta Film künftig mit dem Getränkekonzern Red Bull zusammenarbeiten, zu dem auch der österreichische Privatsender Servus TV gehört. Die beiden Unternehmen planen die Gründung eines Joint Ventures zur Herstellung von TV-Serienproduktionen, berichtet der Branchendienst „[new business](#)“. Mit Rücksicht auf das laufende Genehmigungsverfahren beim Bundeskartellamt wolle Beta Film derzeit allerdings keine weiteren Einzelheiten nennen. Mit ZDF Enterprises als Partner plant Beta Film zudem eine weitere

Produktionsgesellschaft für Fernsehserien, die auch international vermarktet werden sollen. Das hatte die kommerzielle Tochterfirma des ZDF im September 2017 bestätigt.

M7 versorgt Stadtwerke Judenburg

M7, die Muttergesellschaft der Satellitenplattform HD Austria, versorgt nun auch die Kunden der Stadtwerke Judenburg mit TV-Produkten für Kabelfernsehen. Mit dem regionalen Netzbetreiber mit Sitz in der Steiermark setzen bereits fünf der sechs großen Kabelnetzbetreiber in Österreich auf die TV-Zulieferungen von M7. Die Stadtwerke Judenburg, die im Bezirk Murtal ein Kabelnetz mit rund 12.000 Teilnehmern betreiben, beziehen von M7 unter anderem HD-Programme und die Multiscreen-App, die das Kabelfernsehen auf Smartphones und Tablets bringt. Das Angebot wird als White-Label-Lösung unter dem Markennamen des Netzbetreibers vertrieben.

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](#)