

DER KABEL-DEAL

WIE DER MITTELSTAND VOM UNITYMEDIA-VERKAUF PROFITIERT

Aufs falsche Pferd gesetzt

Ausgabe 57 • Juni 2018

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Deutsche Telekom müht sich redlich ab, Deutschland mit Breitband zu versorgen – hier und da sogar über Glasfaser. Im Großen und Ganzen versucht sie aber krampfhaft, das letzte kleine Bit aus der Kupferdoppelader herauszuquetschen. Da wirkt das Vorgehen der Kabelnetzbetreiber doch irgendwie eleganter. Ohne große Tiefbauarbeiten wird einfach das koaxiale Kupferkabel durch Glasfaser ersetzt. Und mit Docsis 3.1 legt das Kabel den Gigabit-Gang ein. Der DSL-Motor stottert derweil vor sich hin.

Wenn also die Telekom dieser Tage Gift und Galle gegen den Verkauf von Unitymedia spuckt, dann hat das auch etwas mit der Erkenntnis zu tun, aufs falsche Pferd gesetzt zu haben. Die Bonner wissen: Der DSL-Klepper macht's nicht mehr lange. Und den Aktionären schwant, dass die Telekom vielleicht zu spät auf Glasfaser umsattelt. Trotzdem muss all der Ärger über den geplanten Verkauf nicht sein. Er hat auch durchaus etwas Positives – selbst für die mittelständischen Kabelnetzbetreiber.

Ärgerlich ist hingegen, dass ARD und ZDF noch mehrere Millionen Euro an Einspeisegebühren in den Rachen der marktmächtigen Kabelgiganten werfen, womit der langjährige Streit um diese Gebühren beendet wird. Für die vielen kleinen und mittelständischen Kabelnetzbetreiber muss sich dies wie ein Schlag ins Gesicht anfühlen.

Fraglich ist auch das finanzielle Engagement der ARD und der Landesmedienanstalten bei der Analogabschaltung im Kabel. Beide finanzieren sich durch die Rundfunkabgabe. Ebenso wie das ZDF, das eine Beteiligung am Projekt „Digitales Kabel“ aber ablehnt, da die Mainzer der Meinung sind, die Abschaltung des analogen Kabelfernsehens sei ebenso wie die vor Jahren getroffene Entscheidung zur Re-Analogisierung eine rein geschäftsstrategische Maßnahme, für die man keine Gebührengelder ausgeben sollte.

Wir richten unseren Blick in dieser Ausgabe aber nicht nur auf das Kabel. Der erfahrene Medienpolitiker Hans-Joachim Otto wünscht sich beispielsweise mehr Visionäre, gerade wenn es um die Chancen der Digitalisierung geht. Eine dieser Chancen heißt Künstliche Intelligenz. Über ihre Auswirkungen auf die Medienwelt sprachen die Medienregulierer auf ihrem alljährlichen Symposium. Doch die neue, konvergente Medienordnung

Inhalt

„Jammernde Zwerge am Wegesrand“ – FDP-Medienexperte Hans-Joachim Otto über 25 Jahre Medienpolitik und die Hürden der Digitalisierung

Vodafone kauft Unitymedia von Liberty Global

Es kommt zusammen, was mal zusammen gehörte... oder warum regen sich so viele über die Wiedervereinigung auf?

Unitymedia: ARD zahlt 31 Million Euro Einspeiseentgelte

Die Sachsen sind helle???... oder wie die SLM Landesregierung und Landtag den Bürgern entfremdet

Analogabschaltung im Kabel – Quersubventionierung mit Gebührengeldern?

Künstliche Intelligenz: Kaum in den Medien genutzt, aber vielleicht hilfreich bei der Suche nach einer neuen Medienordnung

Deutsche Telekom stellt Entertain via Satellit neu auf - HD+ fällt weg

Im Vereinten Königreich biegen sich die Balken, wenn es am Samstagabend ums Fernsehen geht

Neues vom FRK

Veranstaltungshinweis

Kurzmeldungen

lässt immer noch auf sich warten. Die Content-Anbieter werden langsam ungeduldig.

Neuigkeiten vom Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation, ein Veranstaltungshinweis und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

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

„Jammernde Zwerge am Wegesrand“ – FDP-Medienexperte Hans-Joachim Otto über 25 Jahre Medienpolitik und die Hürden der Digitalisierung

Marc Hankmann

Er ist ein Urgestein deutscher Medienpolitik: Hans-Joachim Otto leitete seit 1993 den Bundesfachausschuss Medien, Internet und digitale Agenda der FDP und gab im vergangenen Jahr den Staffelfstab an Maxim Hauk weiter. Im Interview mit MediaLABcom skizziert er seine Vorstellung von einer modernen und fairen Medienordnung. Außerdem verrät der gelernte Jurist, dass der einstige ZDF-Intendant Dieter Stolte seinen Vorschlag zur Privatisierung des Mainzer Senders gar nicht so schlimm fand, dass ausgerechnet das aus seiner Sicht kurioseste Vorhaben Gesetz wurde und warum er nicht so reich wie Marc Zuckerberg ist.

[Lesen Sie mehr](#)

Vodafone kauft Unitymedia von Liberty Global

Dr. Jörn Krieger

Vodafone übernimmt für insgesamt 18,4 Milliarden Euro die Kabelgesellschaften von Liberty Global in Deutschland, Ungarn, Rumänien und der Tschechischen Republik. Kern des Geschäfts, über das seit Monaten [spekuliert](#) wurde, ist die deutsche Kabeltochter Unitymedia. Durch den Zukauf gewinnt Vodafone die bislang fehlenden drei Bundesländer Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Hessen dazu und verfügt dann über ein bundesweites Kabelnetz, mit dem das Unternehmen auf Augenhöhe mit der Deutschen Telekom konkurrieren und konvergente Festnetz- und Mobilfunkprodukte anbieten kann. Durch den Zusammenschluss entsteht ein Unternehmen, das in Deutschland zusammengerechnet einen pro-forma-Umsatz im Kalenderjahr 2017 von 13 Milliarden Euro erreicht. Die gemeinsame Gesellschaft wird rund 31 Millionen Mobiltelefonkunden, rund 14 Millionen TV-Haushalte und rund sieben Millionen Breitbandanschlüsse auf seiner eigenen Infrastruktur haben.

[Lesen Sie mehr](#)

Es kommt zusammen, was mal zusammen gehörte... oder warum regen sich so viele über die Wiedervereinigung auf?

Heinz-Peter Labonte

Eigentlich besteht kein Grund, dass Herr Höttges oder die vielen Wettbewerber von Vodafone und Unitymedia sich so echauffieren. Mein Gott, beide waren bisher schon Wettbewerber all der Beschwerdeführer gegen diese Fusion. Und die beiden untereinander? Hatten doch keine territorialen Berührungspunkte. Außer vielleicht ein paar zufällig persönliche, in Verbandsvorständen oder in angelsächsischen Clubs in London oder New York, in denen nur „Executives“ Zutritt haben. Da ist doch sicher, dass die Verantwortlichen bei solchen Treffen selbstverständlich nur übers Wetter geredet haben. Ist ja schließlich genau wie in jeder beliebigen Innung, auch dort wird bei Innungstreffen nur übers Wetter geredet.

[Lesen Sie mehr](#)

Unitymedia: ARD zahlt 31 Million Euro Einspeiseentgelte

Dr. Jörn Krieger

Die ARD zahlt dem Kabelnetzbetreiber Unitymedia im Zuge der kürzlich erzielten Einigung auf einen [neuen Verbreitungsvertrag](#) rückwirkend 31,2 Millionen Euro für die Kabeleinspeisung ihrer Programme. Das geht aus dem Bericht der Unitymedia-Muttergesellschaft Liberty Global für das erste Quartal 2018 hervor.

[Lesen Sie mehr](#)

Die Sachsen sind helle???... oder wie die SLM Landesregierung und Landtag den Bürgern entfremdet

Heinz-Peter Labonte

Die Sachsen sind helle, sicher! Aber ihre Behörden, die Landesregierung, die nach intensiver Diskussion mit der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) wohl die Mediengesetzentwürfe für die Regierungsfractionen erstellt? Wohl eher nicht!

[Lesen Sie mehr](#)

Analogabschaltung im Kabel – Quersubventionierung mit Gebührengeldern?

Marc Hankmann

Der Schulterschluss zur Abschaltung des analogen Kabelfernsehens ist endlich getan. Das Projektbüro zur Initiative „Digitales Kabel“ soll die Abschaltung koordinieren. Dafür erhält es angeblich ein Budget über 180.000 Euro, das dem Büro von Ende 2017 bis zum ersten Quartal 2019 zur Verfügung steht. Die Summe zahlen die Unterstützer der Initiative: der Verband deutscher Kabelnetzbetreiber (Anga), die Telekom Deutschland, PŸUR und Vodafone, Vaunet (ehemals Verband Privater Rundfunk und Telemedien, VPRT), die Mediengruppe RTL Deutschland, die ProSiebenSat.1 Media SE und die ARD sowie die Landesmedienanstalten. Der Einsatz der beiden Letztgenannten für diese Initiative ist heikel.

[Lesen Sie mehr](#)

Künstliche Intelligenz: Kaum in den Medien genutzt, aber vielleicht hilfreich bei der Suche nach einer neuen Medienordnung

Marc Hankmann

Wenn Sie wissen wollen, wie ein japanischer Gurkenbauer sein Geschäft revolutioniert hat, hätten Sie im April beim diesjährigen Symposium der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) in Berlin sein sollen. Dann hätten Sie sich vielleicht auch gefragt, ob Nick Sohnmann vor seinem Auftritt in eine Steckdose gefasst hat, bevor er Ihnen entgegenschleudert, was Sie als Medienunternehmer eigentlich zu tun haben. „Ey, das ist ja im Promillebereich“, wunderte sich der qietsch-agile CEO von Future Candy, als auf die Frage, wer Alexa nutze, im Plenum nur ein paar Hände in die Höhe gingen.

[Lesen Sie mehr](#)

Deutsche Telekom stellt Entertain via Satellit neu auf - HD+ fällt weg

Dr. Jörn Krieger

Die Deutsche Telekom vollzieht einen Strategiewechsel bei der Version ihrer IPTV-Plattform Entertain für Astra-Satellitenhaushalte (19,2° Ost). Während Entertain via Satellit bislang vor allem Zuschauer in Regionen mit keiner oder unzureichender Breitbandversorgung ansprach, richtet sich das am 3. Mai 2018 gestartete neue Angebot an Haushalte, die einen Breitband-Internetanschluss und eine Satellitenschüssel haben und die Vorteile beider Empfangswege miteinander verbinden wollen.

[Lesen Sie mehr](#)

Im Vereinten Königreich biegen sich die Balken, wenn es am Samstagabend ums Fernsehen geht

Marc Hankmann

Ein Gesellschafts-Killer kehrt zurück! Experten hatten bislang stets die sogenannten sozialen Medien in Verdacht, die die soziale Vereinsamung vorantreiben. Doch jetzt meldet sich in Großbritannien ein alter Bekannter zurück: der Fernseher. Das Preisvergleichsportale uSwitch hat in einer Umfrage herausgefunden, dass die Briten selbst enge Freunde anlügen, um am Samstagabend lieber fernzusehen als sich mit ihnen zu treffen. Wieder einmal droht der Untergang des Abendlands.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

Unitymedia-Verkauf: FRK fordert gründliche Prüfung und Verpflichtung zum Open Access

Der Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) begrüßt, dass mit dem Kauf von Unitymedia durch Vodafone endlich Klarheit in der Gerüchteküche herrscht, erklärt dessen Vorsitzender Heinz-Peter Labonte. Wie bereits zu Beginn der Spekulationen sieht der FRK in der Übernahme von Unitymedia durch Vodafone einen Schritt zu mehr Markttransparenz und Ehrlichkeit, da die beiden Unternehmen bisher durch die Aufteilung der ehemaligen Versorgungsgebiete der Deutschen Post im Kabelmarkt fast nirgendwo im Wettbewerb standen. Jetzt sei es dringend notwendig, die erforderliche Regulierung und Open-Access-Diskussion für Kabelnetze endlich zu Ergebnissen zu führen. Dazu biete der nun anstehende Genehmigungsprozess durch die Wettbewerbs- und Regulierungsbehörden ausreichend Gelegenheit.

[Lesen Sie mehr](#)

TV – und danach? Dinosaurier oder Phönix aus der Asche?

Wie viel Bewegtbild wird es in Zukunft geben, auf welchem Netz kommt das alles zu uns, auf welchen Empfangsgeräten - und vor allem: Wer wird es wie konsumieren? Wird unsere Bewegtbild-Landschaft in Zukunft mehr und mehr aus einem On-Demand-Szenario für Videos mit interaktiven Optionen bestehen? Und wie viel davon wird mobil angeschaut? Werden Information und Entertainment zu beliebiger Zeit per Klick konsumiert und was heißt das eigentlich? Über diese und weitere Fragen diskutieren Experten am 5. Juni 2018 auf einer Roundtable-Veranstaltung der Deutschen Medienakademie in Köln. Zu den Referenten zählen Jürgen Sewczyk (JS Consult/Deutsche TV-Plattform), Stefan Schinzel (Media Broadcast), Dominik Brück (Ericsson), Christian Heinkele (Eviso/M7), Bernhard Engel (ZDF), Eva Messerschmidt (n-tv) und Robert Dube (RTL).

Infos & Anmeldung: www.medienakademie-koeln.de

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

RTL startet Ultra-HD-Kanal

Die Mediengruppe RTL Deutschland hat am 28. April 2018 einen linearen Testkanal im neuen Bildformat Ultra HD (UHD) gestartet. Auftakt war mit der Live-Übertragung des Formel-1-Rennens aus Baku in Aserbaidschan. **RTL UHD** wird alle Formel-1-Rennen und Qualifyings der laufenden Saison live ausstrahlen. Am 5. Mai 2018 zeigte der Testkanal das Finale der Talente-Show "Deutschland sucht den Superstar" (DSDS) in Ultra HD, kombiniert mit dem verbesserten Kontrastverfahren HDR. Die Produktion von UFA Show & Factual war nach UFA-Angaben die erste Live-Show in Europa, die in UHD/HDR ausgestrahlt wurde. Für RTL UHD hat die Mediengruppe RTL Deutschland ihr Sendezentrum weiterentwickelt und die technischen Voraussetzungen dafür geschaffen, das UHD-Signal Plattformpartnern von Köln aus zur Verfügung zu stellen. Erster Verbreitungspartner ist die Satellitenplattform HD+, die RTL UHD exklusiv via Satellit über Astra (19,2° Ost) für Satellitenhaushalte ausstrahlt. Alle Zuschauer, die das HD+-Senderpaket abonniert haben und über einen UHD-Fernseher verfügen, können RTL UHD ohne zusätzliche Kosten empfangen. Dafür benötigen sie einen UHD-HD+-Receiver, das CI-Modul von HD+ oder den HD+ TVkey.

[Lesen Sie mehr](#)

**„Jammernde Zwerge am Wegesrand“ – FDP-Medienexperte
Hans-Joachim Otto über 25 Jahre Medienpolitik und die Hürden
der Digitalisierung**

Marc Hankmann

Er ist ein Urgestein deutscher Medienpolitik: Hans-Joachim Otto leitete seit 1993 den Bundesfachausschuss Medien, Internet und digitale Agenda der FDP und gab im vergangenen Jahr den Staffelfstab an Maxim Hauk weiter. Im Interview mit MediaLABcom skizziert er seine Vorstellung von einer modernen und fairen Medienordnung. Außerdem verrät der gelernte Jurist, dass der einstige ZDF-Intendant Dieter Stolte seinen Vorschlag zur Privatisierung des Mainzer Senders gar nicht so schlimm fand, dass ausgerechnet das aus seiner Sicht kurioseste Vorhaben Gesetz wurde und warum er nicht so reich wie Marc Zuckerberg ist.

MediaLABcom: Herr Otto, Sie standen 25 Jahre lang der Bundesmedienkommission der FDP vor. Welchen Einfluss hatten die Freien Demokraten in dieser Zeit auf die Entwicklung der hiesigen Medien? Welche Meilensteine gab es?

Hans-Joachim Otto: Natürlich war und ist der bedeutendste Meilenstein der letzten 25 Jahre die Umwälzung unserer gesamten Medienordnung durch die fortschreitende Digitalisierung. Obwohl wir Freien Demokraten nie einer der Staatskanzleien innehatten, waren und sind wir nach meiner Überzeugung einer der aktivsten Treiber in Richtung auf eine moderne Medienordnung.

MediaLABcom: Wie sieht diese Medienordnung denn aus? Auf welchen Grundpfeilern ruht sie?

Hans-Joachim Otto: Wir Freien Demokraten setzen uns für eine Medienordnung ein, die gleichermaßen demokratische Grundrechte und inhaltliche Vielfalt wie auch die Digitalisierung stärkt. Ein Grundpfeiler einer nachhaltigen Medienordnung ist aber auch fairer Wettbewerb – zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbietern ebenso wie zwischen europäischen und außereuropäischen Plattform- und Content-Anbietern. Insoweit muss ich leider feststellen, dass es auf deutscher wie europäischer Ebene einen erheblichen Reformstau gibt.

MediaLABcom: Das Privatfernsehen war erst ein paar Jahre alt, als Sie den Vorsitz übernahmen. Wie beurteilen Sie dessen Entwicklung und was müssen die Sender unternehmen, damit Sie in Zukunft noch relevant bleiben?

Hans-Joachim Otto: Das Privatfernsehen bereichert weiterhin die Medienvielfalt unseres Landes. Zumindest die bundesweit tätigen Veranstalter haben sich mit attraktiven Programmangeboten trotz wachsender Wettbewerbsnachteile gegenüber den Öffentlich-Rechtlichen ihre hohen Quoten bewahren

können. Für ihre Zukunftssicherung ist entscheidend, dass sie neben ihren linearen Angeboten verstärkt non-lineare Inhalte für jüngere, internetaffine Nutzer anbieten.

MediaLABcom: Gibt es ein Thema, in das Sie persönlich viel Herzblut als Medienpolitiker gesteckt haben oder das Ihnen besonders nahe ging?

Hans-Joachim Otto: Als erster Politiker überhaupt hatte ich gleich zu Beginn meiner Amtszeit eine Privatisierung des ZDF zur Diskussion gestellt. Hierfür bekam ich gleichermaßen viel Zuspruch und Kritik. Mein lautester Kritiker war der damalige ZDF-Intendant Stolte. Viele Jahre später offenbarte er mir, dass er auf eine Privatisierung seiner Anstalt vorbereitet war und mit ihr „durchaus hätte leben können“. Leider hat sich mein damaliger Vorschlag inzwischen erledigt, weil kein Privater bereit wäre, die immensen Pensionsverpflichtungen der Sendeanstalt zu übernehmen.

MediaLABcom: Sie waren gegen das Modell einer Beitragsabgabe zur Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Haben sich Ihre Befürchtungen bewahrheitet?

Hans-Joachim Otto: Alle meine Warnungen haben sich bestätigt. Auch das Bundesverfassungsgericht hat ja jüngst erkennen lassen, dass es schwerwiegende Bedenken habe. Dieser „Beitrag“ zerstört zunehmend die Akzeptanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Jeden Tag nimmt die Zahl derer ab, die ihn überhaupt noch nutzen. Wie von mir prophezeit, ist er keineswegs aufkommensneutral. Die wachsende Zahl an Wohnungen führt zu einem ständigen Aufwuchs. Niemand kann im Übrigen nachvollziehen, weshalb zum Beispiel für Betriebsstätten, Hotelzimmer und Dienstfahrzeuge gesondert gezahlt werden muss, obwohl doch bereits jeder Bürger für seine Wohnung einen Beitrag gezahlt hat. Wer kann denn schon zeitgleich in seiner Wohnung und am Arbeitsplatz ARD und ZDF nutzen?

MediaLABcom: Was halten Sie von den Vorschlägen, auch privatfinanzierte Lokal- und Regionalsender am Rundfunkbeitrag zu beteiligen, weil sie insbesondere in ländlichen Regionen, in denen ein pluralistisches Medienangebot immer mehr ausdünn, für Medien- und damit für Meinungsvielfalt sorgen?

Hans-Joachim Otto: Trotz Kenntnis der wirtschaftlichen Herausforderungen für Lokal- und Regionalsender bin ich gegenüber diesem Vorschlag skeptisch. Der Rundfunkbeitrag sollte nicht ausgeweitet, vielmehr eingeschränkt werden. Es würde allen privaten Veranstaltern mehr bringen, wenn endlich die Öffentlich-Rechtlichen aus der Werbefinanzierung aussteigen müssten.

MediaLABcom: Im Rahmen der Beitragsreform gab es diverse Vorschläge, wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk finanziert werden sollte. Mal abgesehen von diesem Thema, können Sie sich an Pläne oder Vorschläge erinnern, die man heute als kurios bezeichnen würde oder von denen Sie im Nachhinein denken: gut, dass wir das nicht gemacht haben?

Hans-Joachim Otto: Der kurioseste Vorschlag ist Gesetz geworden: Ich halte es geradezu für absurd, dass der Rundfunkbeitrag für eine winzige Studentenbude genauso hoch ist wie für ein hochherrschaftliches Anwesen mit mehreren Stockwerken. Ist das gerecht?! Das Bundesverfassungsgericht sieht dies wohl ebenso wie ich.

MediaLABcom: Als Sie 1992 den Vorsitz der FDP-Bundesmedienkommission übernahmen, befand sich das Internet noch in den Kinderschuhen. War eine derartige Entwicklung und Einflussnahme auf unser (mediales) Leben damals absehbar?

Hans-Joachim Otto: Dass das Internet einen enormen Einfluss auf Medienangebot und -nutzung haben würde, hat sich schon damals klar abgezeichnet. Wenn ich aber alle Entwicklungen im Einzelnen vorhergesehen hätte, wäre ich mindestens so wohlhabend geworden wie Marc Zuckerberg. Bin ich aber leider nicht...

MediaLABcom: Sie stehen dafür aber auch nicht so sehr im Kreuzfeuer der Kritik wie derzeit Zuckerberg. Ist die Zeit reif für strengere regulatorische Zügel, um Datenmissbrauch zu verhindern beziehungsweise die Datennutzung überhaupt transparent zu machen?

Hans-Joachim Otto: Keine Frage, eine effektivere Ahndung von Datenmissbrauch ist das Gebot der Stunde. Der Fall Cambridge Analytica hat das nochmal unterstrichen. Ich erwarte insbesondere von den großen Plattformbetreibern mehr Transparenz und Sensibilität. Und wir brauchen endlich eine Regulierung, die nicht an den europäischen Grenzen endet.

MediaLABcom: Am 25. Mai 2018 tritt die Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) in Kraft, die den Schutz personenbezogener Daten in Europa verbessern soll. Unternehmen, deren Geschäftsmodelle auf diese Daten beruhen, klagen über die Verordnung. Wie sehen Sie die DS-GVO?

Hans-Joachim Otto: Trotz einiger Schwächen halte ich die DS-GVO für einen Fortschritt an Rechtssicherheit für ganz Europa. Klar scheint mir aber auch, dass wir die praktischen Erfahrungen mit ihr zeitnah und ergebnisoffen evaluieren müssen. Dazu gehört auch, ob wir mit dem hehren Grundsatz der „Datensparsamkeit“ in Zeiten von Big Data nicht einer (wachsenden) Lebenslüge unterliegen.

MediaLABcom: Sollte sich die Politik von der Prämisse der Datensparsamkeit verabschieden?

Würde das nicht dem Datenmissbrauch Tür und Tor öffnen?

Hans-Joachim Otto: Ob wir das wollen oder nicht, die technische Entwicklung wird weltweit zu weiterem exponentiellem Wachstum an Datenaufkommen führen. Wir brauchen daher neue Ansätze beim Datenschutz, das Volkszählungsurteil stammt aus dem vergangenen Jahrtausend. Wir Freien Demokraten sympathisieren mit dem Konzept von Estland, jedem Bürger ein Recht an seinen eigenen Daten einzuräumen. Jedenfalls wird der Grundsatz strikter Zweckbindung übermittelter Daten eine noch höhere Bedeutung erlangen, ohne dass wir uns vom Grundsatz der Datenvermeidung „verabschieden“ müssen.

MediaLABcom: Auf der 12. Jahresveranstaltung des Kölner Forums Medienrecht am 12. April 2018 beklagte Professor Dr. Holger Sievert von der Macromedia Hochschule, die Medienpolitik fokussiere sich zu stark auf die negativen Seiten der Digitalisierung. Es fehle an Visionen zu einem positiven Umgang, etwa mit in der Kritik stehenden Plattformen wie Facebook. Braucht die Medienpolitik mehr Visionäre?

Hans-Joachim Otto: Ja, gerade wir Deutschen sollten stärker die Chancen der Digitalisierung betonen und erklären. Das heißt nicht, die durchaus vorhandenen Gefahren der Digitalisierung für die Freiheit und Sicherheit der Bürger zu verschweigen. Vielmehr müssen wir diese Risiken begrenzen, indem wir die Medienkompetenz aller Nutzer stärken und Sicherheitstechnik konsequenter nutzen. Würden wir die weltweit fortschreitende Digitalisierung bremsen oder gar verhindern wollen, müssten wir als jammernde Zwerge am Wegesrand feststellen, dass die Karawane ohne uns weiterzieht.

MediaLABcom: Was sind aus Ihrer Sicht die dringendsten politischen Medienthemen, die Deutschland in naher Zukunft lösen muss?

Hans-Joachim Otto: Als vordringliche Aufgabe sehe ich eine Vielfaltssicherung für Qualitätsjournalismus. Das Internet ermöglicht vordergründig zwar einen Zugang zu vielen neuen Angeboten, erschwert gleichzeitig aber auch die Finanzierung sorgfältig recherchierter Inhalte. Seit Jahren reduziert sich sowohl in der Presse- als auch in der Rundfunkbranche die Anzahl eigenständiger Redaktionen. Das schwächt unsere freiheitliche Demokratie. Zur Vielfaltssicherung bedarf es zum einen einer modernen und fairen Medienordnung, welche der krakenartigen Ausdehnung von ZDF und insbesondere ARD Einhalt gebietet, aber auch einer Reform des Urheberrechts, das Kreativität auch im digitalen Umfeld angemessen schützt.

Last but not least müssen wir dafür sorgen, dass möglichst viele Menschen mitgenommen werden auf dem sich beschleunigenden Weg in die digitale Revolution. Diese wird unser privates und berufliches Leben einschneidend verändern. Medienkompetenz kann sich nicht darauf beschränken, mobile Endgeräte technisch bedienen zu können. Jedem Bürger muss bewusst sein, dass wir uns in einer Zeitenwende befinden und was dies für ihn konkret bedeutet. Wer nicht mit der Zeit geht, muss mit der Zeit gehen und wer seine Zukunft nicht aktiv gestaltet, steuert in eine ungewisse Zukunft. Genau dies sollten wir jetzt verhindern!

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Vodafone kauft Unitymedia von Liberty Global

Dr. Jörn Krieger

Vodafone übernimmt für insgesamt 18,4 Milliarden Euro die Kabelgesellschaften von Liberty Global in Deutschland, Ungarn, Rumänien und der Tschechischen Republik. Kern des Geschäfts, über das seit Monaten [spekuliert](#) wurde, ist die deutsche Kabeltochter Unitymedia. Durch den Zukauf gewinnt Vodafone die bislang fehlenden drei Bundesländer Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Hessen dazu und verfügt dann über ein bundesweites Kabelnetz, mit dem das Unternehmen auf Augenhöhe mit der Deutschen Telekom konkurrieren und konvergente Festnetz- und Mobilfunkprodukte anbieten kann. Durch den Zusammenschluss entsteht ein Unternehmen, das in Deutschland zusammengerechnet einen pro-forma-Umsatz im Kalenderjahr 2017 von 13 Milliarden Euro erreicht. Die gemeinsame Gesellschaft wird rund 31 Millionen Mobiltelefonkunden, rund 14 Millionen TV-Haushalte und rund sieben Millionen Breitbandanschlüsse auf seiner eigenen Infrastruktur haben.

"Indem wir unsere Kabelnetze vereinigen und zu Gigabit-Netzen aufrüsten, gestalten wir Deutschland wirklich zu einer Gigabit-Gesellschaft um: Wir bauen 25 Millionen Gigabit-Anschlüsse für 50 Millionen Menschen bis 2022. Das ist gut für den Verbraucher. Gut für den Wettbewerb. Und gut für Deutschland – denn wir helfen so auch der Bundesregierung, ihre Gigabit-Ziele für 2025 noch schneller zu erreichen. Schon in vier Jahren wollen wir bereits zwei Drittel aller Deutschen mit Gigabit-Geschwindigkeiten versorgen", sagte Hannes Ametsreiter, CEO von Vodafone Deutschland. Auch Lutz Schüller, CEO von Unitymedia, begrüßt die Zusammenführung: "Gemeinsam können wir einen bundesweit aufgestellten konvergenten Anbieter von leistungsstarken Telekommunikationsprodukten und innovativen Unterhaltungsangeboten schaffen. Das verleiht dem Wettbewerb im deutschen Markt neue Impulse, treibt Investitionen in Gigabit-Netze und bringt so Deutschland auf dem Weg in die Gigabit-Gesellschaft voran."

Die Transaktion steht unter dem Vorbehalt der Zustimmung der EU-Kommission, die Liberty Global für Mitte 2019 erwartet. Auflagen wären möglich, zum Beispiel die vom [Kabelverband FRK geforderte Öffnung des fusionierten Kabelnetzes für Dritte](#) (Open Access). Wie beim Telefonnetz der Deutschen Telekom, könnten Wettbewerber dann Kapazitäten anmieten und für eigene Dienste nutzen. Heftiger

Widerstand kommt von der Telekom, die die Übernahme von Unitymedia durch Vodafone aufgrund der entstehenden Marktmacht für "nicht genehmigungsfähig" hält. Auch der Glasfaserverband BREKO befürchtet eine Einschränkung des Wettbewerbs zu Lasten von Verbrauchern und Unternehmen und fordert die eine Öffnung des künftigen Kabelnetzes von Vodafone für andere Netzbetreiber.

Der Verband Privater Rundfunk und Telemedien (Vaunet, vormals VPRT) sieht die Übernahme ebenfalls kritisch. "Für die deutschen Sender ist dies keine gute Nachricht. Letztlich sehen sie sich mit einer massiven Verschiebung der Verhandlungspositionen konfrontiert. Mit der geplanten Fusion entstünde ein Kabelgigant, der den deutschen TV-Markt dominieren würde. Ohne eine Einigung mit dem neuen Betreiber wäre nämlich kein bisher im Kabel verbreitetes Programm überlebensfähig", sagte Hans Demmel, Vaunet-Vorstandsvorsitzender und Geschäftsführer von n-tv. "Dazu kommt, dass auch in den neuen Märkten, also bei der OTT- und Mobile-Verbreitung aufkeimender Wettbewerb, auch außerhalb der Kabelgebiete schwieriger werden würde. Im Ergebnis ist die Meinungsvielfalt und Vielfalt von Anbietern sowie Angeboten im deutschen Medienmarkt gefährdet, was nicht nur für die Unternehmen, sondern auch für die Verbraucher zur schlechten Nachricht werden kann."

Liberty Global bleibt nach der Transaktion mit Kabelnetzen in Großbritannien, Irland, Belgien, der Schweiz, Polen und der Slowakei sowie über ein Gemeinschaftsunternehmen mit Vodafone in den Niederlanden vertreten. Die [Neuordnung des Kabelgeschäfts](#) von Liberty Global hatte sich schon seit längerer Zeit abgezeichnet und begann im Dezember 2017 mit dem Verkauf von UPC in Österreich an die Deutsche Telekom. Auch die Schweizer Kabeltochter UPC soll neu ausgerichtet werden.

Es kommt zusammen, was mal zusammen gehörte... oder warum regen sich so viele über die Wiedervereinigung auf?

Heinz-Peter Labonte

Eigentlich besteht kein Grund, dass Herr Höttges oder die vielen Wettbewerber von Vodafone und Unitymedia sich so echauffieren. Mein Gott, beide waren bisher schon Wettbewerber aller der Beschwerdeführer gegen diese Fusion. Und die beiden untereinander? Hatten doch keine territorialen Berührungspunkte. Außer vielleicht ein paar zufällig persönliche, in Vorstandsvorständen oder in angelsächsischen Clubs in London oder New York, in denen nur „Executives“ Zutritt haben. Da ist doch sicher, dass die Verantwortlichen bei solchen Treffen selbstverständlich nur übers Wetter geredet haben. Ist ja schließlich genau wie in jeder beliebigen Innung, auch dort wird bei Innungstreffen nur übers Wetter geredet.

Endlich Klarheit

Was soll also die Aufregung? Mit dem Kauf von Unitymedia durch Vodafone herrscht endlich Klarheit. Die Spekulationen sind vorbei. Jetzt muss geschaut werden, dass die bisherigen Gespräche übers Wetter als Fachgespräche nicht in Marktbeherrschung enden. Dafür gibt es Regulierungs- und Kartellverfahren. Ob Europa oder Deutschland zuständig ist, wird sich zeigen. Es ist aber doch wohl nicht vorstellbar, dass die EU-Wettbewerbsbehörde eine Entscheidung trifft ohne Rücksprache mit den deutschen Behörden. Also liebe Hyperventilierende: Tief durchatmen und dann genau anschauen, in den Verfahren beiladen lassen und mitgestalten.

Sicherung des Wettbewerbs

Zur Mitgestaltung gehört die Forderung nach gründlicher Prüfung, ob zum Beispiel in regionalen Märkten Verkäufe an heutige Wettbewerber nötig sind. Dazu gehört natürlich auch, dass regionale und kommunale Netzbetreiber ihre Vermarktungsstrategien hinsichtlich ihrer Präsenzvorteile überprüfen. Eine Tele Columbus mitsamt ihren Gesellschaftern wird sich überlegen, inwieweit sich jetzt der Ausbau des dann zweitgrößten Kabelnetzbetreibers zu einem echten nationalen Mitspieler lohnt, anstatt auf den Exit zu spekulieren.

Nicht nur lokale Netzwerkkoperationen, sondern auch weitere regionale und überregionale Verbände müssen sich bei einer Genehmigung der Fusion den Herausforderungen des Duopols von Deutscher Telekom und Vodafone stellen. Möglicherweise muss die Politik in nicht allzu ferner Zukunft die Frage entscheiden, inwieweit auch die Zerschlagung von Marktmacht eine Option ist.

Markttransparenz und Open Access

Diese Übernahme ist nicht nur ein Schritt zu mehr Markttransparenz und Ehrlichkeit, da die beiden Unternehmen bisher durch die Aufteilung der ehemaligen Versorgungsgebiete der Deutschen Post im Kabelmarkt praktisch nirgendwo im Wettbewerb standen. Sie schafft vor allem die einmalige Chance, die erforderliche Regulierung und Open-Access-Diskussion für Kabelnetze endlich zu einem positiven Ergebnis zu führen. Die Auflagen der Genehmigungsbehörden müssen den Vorbehalt der Öffnung der Kabelnetze für Open Access enthalten, damit der Wettbewerb nicht durch technische Scheinargumente behindert wird. Dies geht allein über die Verpflichtung in der Übernahmegenehmigung, die Kabelnetze für Wettbewerber zu öffnen. Schließlich sei auch der Hinweis auf die mit Steuergeld finanzierten Ursprünge der Kabelnetze erlaubt.

Marktmacht im Kabel

Nicht zu leugnen ist, dass der neue Kabelriese mit seinen bundesweit fast 30 Millionen anschließbaren

Haushalten einen der wichtigsten Schlüssel für den Ausbau der Bundesrepublik zur Gigabit-Gesellschaft und die Infrastruktur für die nächste Mobilfunkgeneration in seinen Händen hält. Dies gilt insbesondere für die Nachfragemacht gegenüber den Programm- und Content-Anbietern. Hier muss gegebenenfalls der Gesetzgeber nachjustieren, indem er Einkaufs- oder Angebotskartelle erlaubt, um Wettbewerbsgleichheit herzustellen.

Fazit

Angesichts der Lücken in der Breitbandversorgung und rund zehn Millionen breitbandig unterversorgter Anschlussnehmer sollten sich die kleinen und mittelgroßen Netzbetreiber weiterhin auf den Glasfaserausbau in den unterversorgten Regionen und Gewerbegebieten konzentrieren. Denn Auflagen der europäischen und nationalen Wettbewerbsbehörden werden neben den organisatorischen, ökonomischen und (arbeits-)rechtlichen Fragen die Selbstbeschäftigung des neuen Riesen eine ganze Weile in Anspruch nehmen.

Es ist also sinnvoller, die Zeit zu nutzen, um Marktanteile zu erschließen, anstatt bewegungslos wie das Kaninchen auf die Schlange zu starren. Bis der Hase ins Laufen kommt, sind von den lokalen und regionalen Igel viele Kommunen und Regionen in FTTB/H ausbaubar. Denn zumindest für die mittelständischen und kommunalen Unternehmen, die ihre Kunden zunehmend über Glasfaser versorgen, ist Open Access schon lange kein Fremdwort mehr.

Unitymedia: ARD zahlt 31 Million Euro Einspeiseentgelte

Dr. Jörn Krieger

Die ARD zahlt dem Kabelnetzbetreiber Unitymedia im Zuge der kürzlich erzielten Einigung auf einen [neuen Verbreitungsvertrag](#) rückwirkend 31,2 Millionen Euro für die Kabeleinspeisung ihrer Programme. Das geht aus dem Bericht der Unitymedia-Muttergesellschaft Liberty Global für das erste Quartal 2018 hervor.

Ein Sprecher von Unitymedia bestätigte die Zahlung gegenüber MediaLABcom. "Der in Q1 geflossene Betrag ist Bestandteil eines umfassenden Vertrags, der unter anderem auch die Beilegung der zurückliegenden Rechtsstreitigkeiten, die sich auf die Einspeiseentgelte der Jahre seit 2013 bezogen, umfasst. Eine Zuordnung bestimmter Beträge auf einzelne Jahre ist nicht möglich, da es sich um eine pauschalierte Gesamtregelung handelt", sagte der Sprecher. Zur Höhe der jährlichen Einspeiseentgelte, die die ARD ab 2018 zahlt, wollte er sich nicht äußern. "Über die Details der Vereinbarung wurde Stillschweigen vereinbart."

Die ARD will sich zu dem gesamten Thema nicht äußern. "Wir sehen uns leider aus kartellrechtlichen Gründen gehindert, öffentlich Angaben zu verbreiten, die Rückschlüsse auf Vertragskonditionen mit bestimmten Kabelnetzbetreibern erlauben", sagte ein ARD-Sprecher gegenüber MediaLABcom. "Wir bitten dafür um Verständnis." Die Zahlung dürfte angesichts der derzeitigen Diskussion um Kosteneinsparungen bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten für Wirbel sorgen.

Bei den Kundenzahlen spürte Unitymedia im ersten Quartal eine erhöhte Kündigungsrate aufgrund von Preiserhöhungen. Insgesamt wurden 29.000 neue Kundenverträge abgeschlossen, davon 26.200 für Breitbandinternet - weniger als im gleichen Quartal des Vorjahres, in dem 31.500 Breitbandkunden dazu kamen. Die Nachfrage nach schnellen Internetzugängen ist weiterhin hoch: 80 Prozent der neuen Breitbandkunden entschieden sich im ersten Quartal 2018 für eine Datenrate von 150 Mbit/s oder mehr. Bei der Datennutzung lagen die Unitymedia-Kunden mit 144 GB/Monat im ersten Quartal über dem bundesdeutschen Durchschnitt von 79 GB/Monat. Für die Multimedia-Plattform Horizon TV entschieden sich 33.000 neue Kunden. Insgesamt nutzen damit 724.000 Unitymedia-Kunden Horizon TV, das entspricht elf Prozent des TV-Kundenbestands. Die Zahl der Mobilfunkkunden ging im ersten Quartal um 17.000 auf 304.000 zurück.

Update: ARD und ZDF zahlen auch Vodafone rückwirkend Einspeiseentgelte für die Kabeleinspeisung ihrer Programme im Zuge der kürzlich erzielten Einigung auf einen neuen Verbreitungsvertrag. Es fließen insgesamt 100 Millionen Euro, wie aus dem Finanzbericht der britischen Muttergesellschaft Vodafone Group für das Geschäftsjahr 2017/18 hervorgeht. In der deutschen Pressemitteilung ist der Posten als "Ausgleichszahlungen aus Beilegung eines Rechtsstreits um Einspeiseentgelte öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten" aufgeführt, die Höhe wird aber nicht beziffert.

Die Sachsen sind helle???... oder wie die SLM Landesregierung und Landtag den Bürgern entfremdet

Heinz-Peter Labonte

Die Sachsen sind helle, sicher! Aber ihre Behörden, die Landesregierung, die nach intensiver Diskussion mit der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) wohl die Mediengesetzentwürfe für die Regierungsfractionen erstellt? Wohl eher nicht!

1. Fehlentscheidung 2012

Aus Rücksicht auf Marktbeherrscher wurde bei der Analogabschaltung der Satellitenprogramme die bereits im sächsischen Mediengesetz vorgeschriebene gleichzeitige Analogabschaltung in den Kabelnetzen in letzter Minute auf Ende 2018 verschoben. Die ohnehin nur störenden Mittelständler hatten

die Unterstützung der Regierung für die Marktbeherrscher als Bestrafung ihrer gesetzestreu
Analogabschaltung in ihren Netzen als Wettbewerbsverzerrung zu ihren Lasten hinzunehmen.

2. Fehlentscheidung 2018

Der Fluch der bösen SLM-hörigen Regierungsflüsterungen zeigt sich jetzt. Der nun erneut auf Begehren der Marktbeherrscher beabsichtigte Zwang, die Verbreitung der ortsüblichen UKW-Programme in den Kabelnetzen am 31. Dezember 2018 abzuschalten, ist inkonsequent. Denn die Lizenzen für deren terrestrische Verbreitung sind bis 2025 erteilt. Von den gleichen Verantwortlichen.

Da gewinnt man doch Zutrauen in das Handeln sächsischer Politikverantwortlicher und der Politeinflüsterer von der SLM. Vor allem, wenn man weiß, dass aufgrund der Frequenzuteilung die Signalstärke für die privaten Radioprogrammanbieter häufig nicht ausreicht, um Hauswände zu durchdringen. Macht aber nichts, das Sendersterben hat die Regierung und die sie tragenden Fraktionen ja bereits beim Lokalfernsehen geübt.

Analogabschaltung TV ja, Radio nein

Alle Netzbetreiber sind für die Digitalisierung und die effiziente Nutzung der Kapazitäten ihrer Infrastrukturen. Insbesondere die Mittelständler bieten ihren Kunden, den Mitgliedern der Antennengemeinschaften und ihren Partnern in der Wohnungswirtschaft ein besseres Fernsehangebot. Jedoch gibt es beim Hörfunk kein passendes digitales Substitut für das analoge Programm. Dafür tragen jedoch nicht die Mittelständler die Verantwortung. Sie haben Ihre Infrastrukturen schon vor 2012 freiwillig ohne staatliche Subventionen aufgerüstet und betreiben in ihren digitalen Kabelanlagen marktgerechte Breitbandinternetdienste, mit denen sie sich im Markt behaupten.

Und sie rüsten inzwischen bereits vielfach weiter um auf Gigabit-Netze. Diesem Handeln, das sich an dem bewährten Subsidiaritätsprinzip der christlichen Soziallehre orientiert, begegnen die sächsischen Verantwortungsträger in Politik und Verwaltung mit Misstrauen und gesetzlicher Bevormundung nebst Zwang.

Inkonsequenz ist eine Funktion

Zuviel Sachkenntnis schadet ja bekanntlich der notwendigen Unbefangenheit bei der (Schein-)Lösung von Problemen. Dies konnte man in der zweistündigen Anhörung der medienpolitischen Sprecherin der Mehrheitsfraktion im sächsischen Landtag erleben. Sie unterband den Hinweis auf das Subsidiaritätsprinzip, wonach der Staat sich nicht um Problemlösungen kümmern sollte, welche die Bürger selbstverantwortlich regeln können. Ebenso unterband sie Hinweise darauf, den Zeitpunkt der UKW-Abschaltung ins Ermessen der Netzbetreiber zu stellen, mit schlichter Zurechtweisung des Diskutanten, dessen Argumente seien reine Polemik, die hier nichts zu suchen haben. „Das merken Sie doch selbst an der Reaktion der Anwesenden!“

Dass von den zwei Stunden rund zwei Drittel der Zeit auf die Unterhaltung mit den Marktbeherrschern und ihrem Petikum der UKW-Zwangsabschaltung entfielen, war das einzig Erhellende und Entscheidungstransparenz Schaffende dieser Veranstaltung. Die Anwesenheit eines maßgeblichen Repräsentanten der SLM und der drei wesentlichen Gestalter der Medienpolitik der Staatskanzlei verdeutlichten daneben die Meinungsbildungskanäle der sächsischen Medienpolitik schlaglichtartig.

Die Funktionsbezeichnung der Inkonsequenz? Medienpolitische Sprecherin! Nebst Regierungs- und Anstaltsanhang! Wäre doch schön, wenn sie sich auf den Mittelstand und die von ihm geschaffenen Arbeitsplätze nicht nur in Wahlkämpfen und Sonntagsreden besännen, sondern auch in Alibi-Anhörungen und bei der Gesetzgebung.

Schlimmer geht immer

Immerhin wird für die Marktbeherrscher jetzt von den Landesmedienanstalten und anderen ein Koordinierungsbüro finanziert, an dem sich das ZDF mit seinen Gebührgeldern nicht beteiligt. Logische Begründung: Die Nicht-Abschaltung 2012 war eine kommerzielle Entscheidung der Kabelnetzbetreiber. Ebenso wie die Abschaltung 2018. Das muss man nicht mit Gebührgeldern subventionieren (Lesen Sie hierzu auch den Beitrag [„Analogabschaltung im Kabel – Quersubventionierung mit Gebührgeldern?“](#) in dieser Ausgabe.)

Nicht nur zweimalige politische Willfährigkeit, sondern auch noch offenbar rund 180.000 Euro werden einem Berliner Beratungsunternehmen bezahlt, dass es für die Vorteile des analogen Abschaltverzichts nunmehr Veranstaltungen wie die der SLM am 17. Mai 2018 in Leipzig moderiert. Die wegweisenden, von erkennbarem Eigeninteresse der Podiumsvertreter geleiteten Beiträge des Beraters wie der Moderatorin bestätigten auch hier die Erkenntnis aus der Landtagsanhörung: „Sachkenntnis schadet nur der notwendigen Unbefangenheit.“ Darauf, diesen Zustand zu beheben, hatten wohl auch die abwesenden Vertreter des Volkes, die Landtagsabgeordneten, keine Lust.

Und die Lösung?

Wenn schon viel Geld für ein Projektbüro vergeudet wird, sollten diese Kosten doch wohl von den Vorteilnehmern, den Gesetzesbegünstigten, getragen und nicht auf die Solidargemeinschaft umgelegt

werden. Mal abwarten, wie die Rechnungshöfe das sehen werden. Entsprechend ist zu fordern, dass die Verbraucher weder mittelbar noch unmittelbar von den Marktbeherrschern kostenmäßig belastet werden (Stichwort Set-Top-Box), also weder durch Miete noch durch Gebührenerhöhungen.

Und wenn dann noch die Zwangsabschaltung durch die freie, marktkonforme Entscheidung aller Kabelnetzbetreiber ersetzt und mit der Lizenzdauer der terrestrischen Radioprogrammanbieter synchronisiert würde, hätten sich die Anhörungen für die Veranstalter, die Kosten für Veranstaltungsbesuche durch Hörfunkverantwortliche und Netzbetreiber gelohnt. Ob es bei den hellen Sachsen wie in Bayern einen Engel Aloisius gibt, der den Regierenden die noch nicht einmal göttlichen Weisungen, sondern lediglich die vernünftigen Argumente der Angehörten nochmals erläuternd penetriert?

Kosten durch DVB-C-Aufbereitung von UKW-Signalen

Übrigens, Engel Aloisius könnte auch noch den Schildbürgerstreich verhindern, dass entsprechend der analogen Zwangsabschaltung die aufgrund ihrer terrestrischen Sendelizenz bis 2025 ortsüblich analog empfangbaren Programme nicht mehr direkt übernommen werden dürfen. Gleichzeitig werden die Antennenvereine, die kommunalen und mittelständischen Netzbetreiberin gesetzlich erzwungene, unnötige Investitionskosten genötigt, um entsprechend der Regeln des Staatsvertrages beziehungsweise des Landesgesetzes die notwendige Aufrüstung ihrer Empfangsanlagen vorzunehmen, damit die terrestrisch analog verfügbaren Programme zur digitalen Netzeinspeisung in DVB-C-Signale umgewandelt werden. Amtsschimmel, wie wieherst du so sächsisch schön.

Politische Willensbildung?

Bei Anhörungen werden solche Fragen mit Polemikvorwürfen unterdrückt und bei Podiumsdiskussionen treffen sie auf Ratlosigkeit der Podiumsteilnehmer. Denn diese Kosten haben offensichtlich auch die Marktbeherrscher nicht auf dem Schirm.

Allerdings sei dieser „polemische“ Gruß des Autors an die medienpolitische Sprecherin der größten Regierungsfraktion, die Staatskanzlei und die übrigen Anhörungsteilnehmer im Landtag erlaubt. Bei dem Kaufpreis von **18,4 Milliarden Euro für Unitymedia** sollte dies für Vodafone tatsächlich unter Peanuts laufen.

Antennenvereine, kommunale und mittelständische Unternehmen reagieren auf solche politisch verordneten Peanuts allerdings allergisch. Unter anderem auch deshalb, weil bei Umfragen der SLM solche Punkte nicht erwähnt werden. Mittelständler erziehen übrigens ihre Nachkommen immer noch mit dem Hinweis, dass Hochmut oft vor dem Fall kommt.

Fazit

Konsequent und logisch ist einerseits nur die Gleichbehandlung von UKW-Verbreitung in Terrestrik und Kabel. Insofern haben die Regierung und die sie tragenden Fraktionen immer noch die Chance, Glaubwürdigkeit zurückzugewinnen, indem sie andererseits die Bevorzugung der Marktbeherrscher beendet und damit die unter dem Einfluss der Medienanstalt beziehungsweise Staatskanzlei im Entwurf gesetzgeberisch vorgeschriebene Wettbewerbsverzerrung zulasten der Verbraucher beenden.

Natürlich gehört dazu auch, die gesetzesimmanenten Widersprüche bei der Analogabschaltung zu beenden und im Gesetz eine Regelung einzuführen, welche die Entscheidungsfreiheit der Netzbetreiber und das Prinzip der Freiwilligkeit respektiert. Ansonsten läuft die Landtagsmehrheit tatsächlich Gefahr, dass die kolportierte Bemerkung eines kleinen Netzbetreibers bei der SLM-Diskussion vom 17. Mai wahr wird: „Wir haben gegen den Willen der DDR-Obrigkeit in unseren Antennenanlagen Westfernsehen eingespeist, dann werden wir eben jetzt gegen die Dresdner Obrigkeit ortsübliche analoge Radioprogramme einspeisen“. Die Regierenden täten gut daran, dem Volk, wie schon von Luther empfohlen, tatsächlich aufs Maul zu schauen.

Analogabschaltung im Kabel – Quersubventionierung mit Gebührengeldern?

Marc Hankmann

Der Schulterschluss zur Abschaltung des analogen Kabelfernsehens ist endlich getan. Das Projektbüro zur Initiative „Digitales Kabel“ soll die Abschaltung koordinieren. Dafür erhält es angeblich ein Budget über 180.000 Euro, das dem Büro von Ende 2017 bis zum ersten Quartal 2019 zur Verfügung steht. Die Summe zahlen die Unterstützer der Initiative: der Verband deutscher Kabelnetzbetreiber (Anga), die Telekom Deutschland, PÿUR und Vodafone, Vaunet (ehemals Verband Privater Rundfunk und Telemedien, VPRT), die Mediengruppe RTL Deutschland, die ProSiebenSat.1 Media SE und die ARD sowie die Landesmedienanstalten. Der Einsatz der beiden Letztgenannten für diese Initiative ist heikel.

Auf den ersten Blick scheint es normal, dass sich die öffentlich-rechtliche ARD an der Analogabschaltung beteiligt. Immerhin hat sie das ja auch bei der Abschaltung des analogen Fernsehens via Satellit und Terrestrik gemacht. Warum also nicht auch im Kabel? Die Frage ist weit weniger rhetorisch, als sie zunächst klingt, wenn man sich anschaut, warum das ZDF nicht an der Initiative „Digitales Kabel“ teilnimmt.

Zwischen Kopfstelle und Anschlussdose

Vom Mainzer Lerchenberg heißt es, dass man die Abschaltung des analogen Kabelfernsehens zwar begrüße, aber dennoch keine Veranlassung sehe, sich an der Initiative zu beteiligen, wie MediaLABcom [berichtete](#). Die Begründung: Die Analogabschaltung sei primär eine geschäftspolitische Entscheidung der Kabelunternehmen. Daher gibt es für die Initiative keine Gelder aus der Rundfunkabgabe – abgesehen von der ARD und den Landesmedienanstalten, die ebenfalls über die Abgabe finanziert werden.

Warum hält das ZDF die Geldsäckel für die Analogabschaltung im Kabel zu, während es die Abschaltung über Satellit und Terrestrik unterstützt hat? Der Unterschied zum Kabel liegt darin, dass das ZDF bei der Verbreitung über Satellit und Terrestrik selbst entscheidet, wie seine Programme zum Zuschauer kommen. Das betrifft zum Beispiel die Bildqualität. Im Kabel muss sich der Sender hierzu mit dem jeweiligen Netzbetreiber einigen, was nicht ganz so einfach ist – vor allem dann, wenn man mit dem Geschäftspartner juristisch über Kreuz liegt. Die Dritten Programme der ARD kamen beispielsweise erst nach und nach in HD-Auflösung in die Kabelnetze, während Sat-Haushalte schon sämtliche öffentlich-rechtlichen Regionalsender in hochauflösenden Bildern sehen konnten.

Darüber hinaus ist der Empfang der öffentlich-rechtlichen TV- und Radiosender über Satellit und Antenne nicht mit weiteren Zusatzkosten verbunden. Einzig der Kabelkunde muss für die Übertragung der Programme zahlen. Vereinfacht gesagt: Was im Kabel passiert, zwischen Kopfstelle und Anschlussdose im Wohnzimmer, ist Sache des Netzbetreibers, ist sein Geschäft.

Mit der Abschaltung der analogen TV-Verbreitung via Satellit war für das ZDF das Kapitel Analogfernsehen beendet. Die Kabelnetzbetreiber entschlossen sich jedoch dazu, die digital zugeführten Signale zu re-analogisieren – eine geschäftsstrategische Entscheidung, deren Folgen heute die Mitglieder der Initiative „Digitales Kabel“ ausbügeln sollen – und da macht das ZDF nicht mit. Getreu dem Motto: Wenn die Kabelnetzbetreiber die Programme re-analogisieren, ist das ihre Sache. Und wenn sie die so ausgestrahlten Programme abschalten wollen, auch.

„Angemessen beteiligt“

Folgt man der Argumentation des ZDF, subventionieren die Landesmedienanstalten und die ARD das Geschäftsmodell der Kabelnetzbetreiber mit Gebührengeldern. Das dürfte keineswegs vom öffentlich-rechtlichen Auftrag abgedeckt sein. Zugegeben, das Budget von 180.000 Euro beziehungsweise der Anteil von ARD und Medienanstalten ist angesichts von jährlich acht Milliarden Euro an Gebührengeldern ein Klacks. Aber nur, weil man etwas aus der Portokasse bezahlen kann, heißt das ja nicht, dass man sich nicht mehr an die Regeln halten muss.

Auf Anfrage von MediaLABcom geben sich die Unterstützer der Initiative bedeckt. Auf die Frage, wie groß der Anteil am Budget sei, heißt es bei der ARD nur, man sei angemessen beteiligt – auch, was den Einsatz von Fachpersonal in den Arbeitsgruppen und Gremien der Initiative „Digitales Kabel“ angehe.

Das Projektbüro möchte ebenfalls nicht mitteilen, wer wie viel Geld zur Verfügung stellt, noch will es das Budget von 180.000 Euro kommentieren. Wie dem auch sei, das ZDF versetzt die Kollegen in den ARD-Anstalten sowie die Landesmedienanstalten in eine unangenehme Lage. Vielleicht macht sich die Deutsche Telekom schon Hoffnungen auf eine ähnliche Subventionierung, wenn sie für Entertain die TV-Verbreitung in Standardauflösung (SD) abschalten will.

Künstliche Intelligenz: Kaum in den Medien genutzt, aber vielleicht hilfreich bei der Suche nach einer neuen Medienordnung

Marc Hankmann

Wenn Sie wissen wollen, wie ein japanischer Gurkenbauer sein Geschäft revolutioniert hat, hätten Sie im April beim diesjährigen Symposium der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) in Berlin sein sollen. Dann hätten Sie sich vielleicht auch gefragt, ob Nick Sohnemann vor seinem Auftritt in eine Steckdose gefasst hat, bevor er Ihnen entgegenschleudert, was Sie als Medienunternehmer eigentlich zu tun haben. „Ey, das ist ja im Promillebereich“, wunderte sich der qietsch-agile CEO von Future Candy, als auf die Frage, wer Alexa nutze, im Plenum nur ein paar Hände in die Höhe gingen.

Das Thema des DLM-Symposiums war keineswegs die asiatische Gurkenindustrie, sondern die Perspektiven einer neuen, digitalen Medienordnung. In diesem Zusammenhang ging es auch um Künstliche Intelligenz (KI), derer sich sowohl der japanische Bauer als auch Sohnemann bedienen. Der Bauer hat eine Maschine mit einem lernenden Algorithmus entwickelt, um seine Gurken automatisiert in neun Qualitätsklassen zu sortieren. Sohnemann präsentierte etliche Beispiele und Geschäftsmodelle, in denen KI, oder besser maschinelles Lernen, eingesetzt wird.

Vom Gurkenbauer zum politischen Herumgegurke

Allerdings war die Brücke zu den Medien nur schwer zu schlagen. Die Beispiele Sohnemanns entstammten allesamt anderen Branchen wie der Medizin, dem Bauwesen oder der Verkehrsführung. „Die in einigen Vorträgen beschriebenen Szenarien spielen für uns keine Rolle“, sagte daher auch ARD-Generalsekretärin Susanne Pfab. Was nicht heißt, dass Künstliche Intelligenz keine Herausforderung für

den Rundfunk ist. „Beide Seiten des dualen Systems haben ein strategisches Interesse, in der KI auffindbar zu sein“, brachte es DLM-Vorsitzende Cornelia Holsten auf den Punkt, der die Medien derzeit umtreibt: Wie wird sichergestellt, wessen Inhalt auf welche Weise auffindbar ist?

Diese Frage ist wahrlich nicht neu, sie rückt jedoch immer mehr in den Fokus, vor allem weil Intermediäre die Auffindbarkeit von Inhalten „algorithmisieren“. Dagegen wirken die Empfehlungen von ARD, ZDF und Vaunet (ehemaliger Verband Privater Rundfunk und Telemedien, VPRT) für die Darstellung in elektronischen Programmführern und Navigationssystemen geradezu archaisch. Zugegeben, die Empfehlungen stammen aus dem Jahr 2006, aber auf regulatorischer Seite hat sich seitdem nicht viel getan – im Markt jedoch eine ganze Menge.

Bremsklotz Föderalismus

Anbieter wie Netflix oder Amazon geben ihren Kunden auf Basis der über sie erhobenen Daten konkrete Vorschläge, welche Inhalte ihnen noch gefallen könnten. Auch YouTube präsentiert dem Nutzer Inhalte, die auf Basis seiner Sehgewohnheiten ermittelt werden. Und im weiteren Sinne ist auch Google nichts anderes als ein Empfehlungssystem. Diese Systeme nehmen eine Gatekeeper-Rolle ein. Ihre Algorithmen entscheiden, welche Inhalte der Nutzer zu sehen bekommt. Insbesondere ein Intermediär heizt die Diskussion um die Transparenz von Algorithmen an: Facebook.

Dass man Intermediäre nicht mehr einfach machen lassen kann, ist inzwischen auch in der Medienpolitik angekommen. Allein, es tut sich wenig. Der Abschlussbericht der Bund-Länder-Kommission, der die Eckpfeiler einer konvergenten Medienordnung einschlagen sollte, liegt bereits zwei Jahre zurück. Seitdem können sich die 16 Medien-Staatssekretäre der Länder, die in der Zwischenzeit in Berlin und Bayern auch noch wechselten, schlicht nicht einigen.

Die Geduld ist am Ende

So erklärte Hamburgs Kultur- und Mediensenator Carsten Brosda auf dem DLM-Symposium, dass ein allgemeines Diskriminierungsverbot für Medienplattformen zwar konsensfähig sei, über mögliche Must-Carry-Regelungen aber noch kontrovers diskutiert werde. Das gilt auch für die Plattformregulierung, über deren Entwürfe MediaLABcom bereits [berichtete](#). Streitpunkte sind hier die Signalintegrität sowie die Reichweite der Plattformregulierung. Geplant ist eine Erweiterung auf nicht infrastrukturegebundene, internetbasierte Medienplattformen und Benutzeroberflächen wie etwa Zattoo oder Amazons Fire-TV-Stick.

Brosda sprach von einer „demokratiekonstitutiven Dringlichkeit“ und mahnte Seinesgleichen zur Eile. Damit redete er den Landesmedienanstalten das Wort, die darüber hinaus sicherlich auch gerne vernommen haben, dass eine Überprüfung ihrer Effektivität erst nach der Verabschiedung neuer regulatorischer Spielregeln vorgenommen werden soll. Dennoch scheint ihnen sowie den Medienschaffenden langsam der Geduldsfaden zu reißen. „Es ist notwendig zu reagieren, bevor man weitere Jahre gelähmt zuschaut“, sagte DLM-Vorsitzende Holsten in Berlin. ARD-Generalsekretärin Pfab plädierte dafür, die offenen Diskussionspunkte voneinander zu trennen und Brosda schlägt ein Vorgehen in kleinen Schritten vor.

Transparenz der Algorithmen

Dass die Regulierung den tatsächlichen Gegebenheiten mehr als hinterherhinkt, zeigt sich nirgendwo so deutlich, wie bei der Lizenzpflicht für Rundfunkanbieter, die auch YouTuber wie Robin Blase alias RobBubble trifft. Selbst eine reine Anzeigenpflicht ist für ihn keine Lösung. „Die Anmeldung dauert für virale Trends, die sprunghaft für Millionen Viewer sorgen können, zu lange und gefährdet daher das Geschäftsmodell“, erklärte Blase auf dem Symposium. „Eine Anzeigenpflicht wird Sie erschlagen“, ergänzte Susanne Lackner, stellvertretende Vorsitzende des österreichischen Regulierers KommAustria. „Sie müssen die Daten permanent aktuell halten.“

Blase lehnt eine Regulierung aber nicht rundweg ab. Für ihn ist speziell die Transparenz von Algorithmen wichtig. „Da wir nicht wissen, was YouTube an den Algorithmen ändert, gehen wir nach dem Trial-and-Error-Prinzip vor, um unsere Inhalte auffindbar zu machen“, erklärte Blase. Mehr Informationen über die Auswirkungen einer Algorithmusänderung würden sein Geschäftsmodell stabilisieren. Fasste Facebook seinen Algorithmus 2006 ein einziges Mal an, änderten die Kalifornier ihn 2017 gleich 16-mal.

Ist vor der Reform sofort wieder nach der Reform?

Während YouTuber also mit den Algorithmen der Intermediäre kämpfen, die Landesmedienanstalten aktuelle Probleme diskutieren und die Staatssekretäre der Länder um den großen Wurf einer konvergenten Medienordnung ringen, taucht am Horizont mit KI die nächste Herausforderung auf. Die Medienpolitik täte also gut daran, Regeln zu schaffen, die auch die Auswirkungen maschinellen Lernens auf die Medien mit einbeziehen. Ansonsten dürfen sie das Fass, das sie just geschlossen hätten, gleich wieder aufmachen. Vielleicht hilft ja ein bisschen künstliche Intelligenz bei der Konsensfindung. Die Gegenspieler sitzen nicht im benachbarten Bundesland, sondern im Silicon Valley.

Die Deutsche Telekom vollzieht einen Strategiewechsel bei der Version ihrer IPTV-Plattform Entertain für Astra-Satellitenhaushalte (19,2° Ost). Während Entertain via Satellit bislang vor allem Zuschauer in Regionen mit keiner oder unzureichender Breitbandversorgung anspricht, richtet sich das am 3. Mai 2018 gestartete neue Angebot an Haushalte, die einen Breitband-Internetanschluss und eine Satellitenschüssel haben und die Vorteile beider Empfangswege miteinander verbinden wollen.

Jetzt kommen neben den interaktiven Funktionen und On-Demand-Angeboten auch die Fernsehprogramme via IPTV zu den Satellitenhaushalten, die dafür einen Breitband-Internetanschluss mit einer Datenrate von mindestens 16 Mbit/s benötigen. Das schließt auch die HD-Varianten der Privatsender mit ein. Die Kooperation mit der Astra-Satellitenplattform HD+ endet daher, wie ein Telekom-Sprecher gegenüber MediaLABcom erläuterte. Die Set-Top-Box entscheidet selbst, welche Empfangsvariante die beste für den gewünschten Sender ist: IPTV oder Satellit. Wenn etwa ein Sender in HD-Qualität nur via Astra verfügbar ist, schaltet das Gerät auf Satellitenempfang - oder umgekehrt. Und wenn der Satellitenempfang wetterbedingt beeinträchtigt ist, wechselt die Box auf IPTV. Die Zuschauer können aber auch manuell den Empfangsweg für jeden Sender wählen.

Das neue Entertain TV Sat umfasst mehr als 300 Sender, interaktive Funktionen wie Timeshift, Restart und 7-Tage-Replay sowie Abrufangebote wie exklusive Serien, Telekom Sport, Streaming-Dienste wie Netflix und Mediatheken, unter anderem von ARD, ZDF, RTL und ProSiebenSat.1. Die Empfangskombination ermöglicht zudem bis zu vier parallele Aufnahmen und eine Live-TV-Nutzung, da neben der Bandbreite des Internetanschlusses auch das Satellitensignal genutzt werden kann. Bei der bisherigen, am 1. September 2011 gestarteten Satellitenvariante von Entertain kamen alle Fernsehprogramme über Astra zu den Zuschauern. Nur für die interaktiven Funktionen und On-Demand-Dienste wurde die Internetverbindung benötigt. Dafür reichte eine Datenrate von 2 bis 3 Mbit/s aus.

Wie die DSL/VDSL-Variante wird Entertain TV Sat als Triple-Play-Paket vermarktet, das auch einen Telefon- und Internetanschluss umfasst. In Kombination mit den Magenta-Zuhause-Tarifen kostet Entertain TV Sat fünf Euro pro Monat. Der für den Empfang benötigte Media Receiver 601 Sat kann für 4,95 Euro pro Monat gemietet werden. Das Gerät mit eingebauter 500-GB-Festplatte eignet sich auch für Ultra-HD/HDR-Inhalte via Satellit, IPTV und Streaming.

Die Telekom reagiert mit dem Strategiewechsel auf die zunehmende Verfügbarkeit von Breitband-Internetzugängen in ländlichen Regionen und auf die gestiegene Nachfrage von Satellitenhaushalten nach Streaming-Diensten, sagte der Sprecher. Bestandskunden können die alte Variante vorerst weiterhin nutzen, die allerdings nicht mehr aktiv vermarktet wird. Eine Empfangsmöglichkeit für Entertain in Regionen ohne Breitband-Internetversorgung bietet die Telekom nicht mehr an.

Im Vereinten Königreich biegen sich die Balken, wenn es am Samstagabend ums Fernsehen geht

Marc Hankmann

Ein Gesellschafts-Killer kehrt zurück! Experten hatten bislang stets die sogenannten sozialen Medien in Verdacht, die die soziale Vereinsamung vorantreiben. Doch jetzt meldet sich in Großbritannien ein alter Bekannter zurück: der Fernseher. Das Preisvergleichsportaal uSwitch hat in einer Umfrage herausgefunden, dass die Briten selbst enge Freunde anlügen, um am Samstagabend lieber fernzusehen als sich mit ihnen zu treffen. Wieder einmal droht der Untergang des Abendlands.

Lieber fernsehen als feiern

Ein Drittel der Briten, so uSwitch, bevorzugen am Samstagabend die Flimmerkiste und sagen deshalb Verabredungen ab. Unter den 18- bis 39-jährigen sind es sogar 53 Prozent. Jedoch rückt nur ein Viertel der Befragten mit der Wahrheit heraus. Verständlich, welcher Freund würde schon akzeptieren, dass er in Zeiten von Video-on-Demand und TV-Aufnahmen am Samstagabend gegen den Fernseher verliert?

Dennoch spricht die [Umfrage](#) eine klare Sprache: 54 Prozent der Absagen beziehen sich auf Treffen mit Freunden und Bekannten, zehn Prozent sogar auf Pläne mit dem eigenen Partner. Aber auch Veranstaltungen mit Arbeitskollegen sind unbeliebt. 38 Prozent der Befragten sagten diese schon einmal ab. Und 13 Prozent zogen den Fernseher dem Geburtstag eines Freundes vor.

Krankes Königreich

Wenn ein Grund für die Absage gesucht wird, müssen das leere Portemonnaie, das Wetter oder sogar die eigenen Kinder als Ausrede herhalten. Am häufigsten gaukeln die Briten aber Unwohlsein und Krankheit vor, um nicht vor die Tür treten zu müssen. Laut uSwitch waren schon 4,6 Millionen Briten so krank, dass sie lieber zu Hause blieben. Aber: Sie waren noch gesund genug, um fernzusehen. Natürlich wird am liebsten per Textnachricht abgesagt. Nur ein Viertel greift zum Telefon. Ein Achtel wählt sogar die persönliche Absage. In dem Fall dürfte jedoch eine vorgeschobene Krankheit schnell aufliegen.

Angesichts dieser Umfrageergebnisse verwundert es nicht, dass der Briten liebste Beschäftigung am Samstagabend Fernsehen und Filme sind. Selbst die jüngeren Briten sehen am Samstagabend lieber fern als auszugehen, was insofern für Heranwachsende verständlich ist, weil Fernsehen günstiger ist als im Restaurant zu essen oder in einer Bar etwas zu trinken. Und bei [uSwitch](#) kann man dann auch gleich einmal nachschauen, wie günstig oder teuer die TV-Pakete der Anbieter sind.

Unitymedia-Verkauf: FRK fordert gründliche Prüfung und Verpflichtung zum Open Access

Der Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) begrüßt, dass mit dem Kauf von Unitymedia durch Vodafone endlich Klarheit in der Gerüchteküche herrscht, erklärt dessen Vorsitzender Heinz-Peter Labonte. Wie bereits zu Beginn der Spekulationen sieht der FRK in der Übernahme von Unitymedia durch Vodafone einen Schritt zu mehr Markttransparenz und Ehrlichkeit, da die beiden Unternehmen bisher durch die Aufteilung der ehemaligen Versorgungsgebiete der Deutschen Post im Kabelmarkt fast nirgendwo im Wettbewerb standen. Jetzt sei es dringend notwendig, die erforderliche Regulierung und Open-Access-Diskussion für Kabelnetze endlich zu Ergebnissen zu führen. Dazu biete der nun anstehende Genehmigungsprozess durch die Wettbewerbs- und Regulierungsbehörden ausreichend Gelegenheit.

Für die mittelständischen und kommunalen Unternehmen, die ihre Kunden zunehmend über Glasfaser versorgen, sei Open Access schon lange eine Selbstverständlichkeit. „Nun gilt es den Wettbewerb zu stärken. Denn mit den bundesweit fast 30 Millionen anschließbaren Haushalten hält der neue Kabelriese einen der wichtigsten Schlüssel für den Ausbau der Bundesrepublik zur Gigabit-Gesellschaft und die Infrastruktur für die nächste Mobilfunkgeneration in seinen Händen. Daher muss diese geplante Übernahme gründlich geprüft sowie Open Access auch für Vodafone und Telekom ebenso verpflichtend werden, wie bereits heute für die Förderprojekte des Bundes und der Länder“, erklärt Labonte abschließend.

Gemeinsames Papier zur Volldigitalisierung von Wohnungswirtschaft und Kabel-Verbänden

Im Markt zeichnet sich eine Tendenz ab, das analoge Kabelfernsehen in Richtung Jahresende 2018 einzustellen. Die Umstellung auf eine rein digitale Verbreitung von TV-Signalen bedeutet nicht nur eine verbesserte Bildqualität, sondern schafft Kapazitäten zum weiteren Ausbau der Programmangebote – insbesondere in HDTV- und Ultra-HD-Bildqualität – und ist zugleich Grundlage für die Fortentwicklung weiterer digitaler Dienste inklusive Internetbandbreiten im Gigabitbereich über den Kabelanschluss. Die ganz überwiegende Mehrheit der rund 18 Millionen Kabel-TV-Zuschauer nutzt inzwischen zwar schon die große Auswahl an digitalen TV-Programmen; im Juni 2017 betrug der Anteil der digitalen Nutzung bereits fast 90 Prozent. Dennoch müssen gerade auch die Haushalte, die derzeit ihre Programme noch analog beziehen, bei der anstehenden Volldigitalisierung mitgenommen werden. Die Verbandspräsidenten und -vorstände Thomas Braun (ANGA), Maren Kern (BBU), Heinz-Peter Labonte (FRK) und Axel Gedaschko (GdW) sind sich deshalb einig: „Der Übergang vom analogen zum digitalen TV muss möglichst reibungslos und mieterfreundlich erfolgen. Kein Kabelkunde und kein Mieter dürfen von der analogen Abschaltung im Kabel überrascht werden.“

Um dieses Ziel zu erreichen, haben die Verbände jetzt ein gemeinsames Eckpunktepapier zur Unterstützung der analogen Abschaltung im Kabel unterzeichnet. Das Papier enthält Handlungsempfehlungen für Kabelnetzbetreiber und Wohnungsunternehmen, die einen Rahmen für den Übergang in eine volldigitalisierte Nutzung bieten. Beispiele sind eine gegenseitige Benennung fester Ansprechpartner sowie die enge Zusammenarbeit bei der Mieterkommunikation.

Das Eckpunktepapier steht hier zum [Download](#) bereit.

FRK vollzieht mit neuem Vorstand Generationswechsel

Der Vorstand des Fachverbands Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) hat sich im Rahmen seiner diesjährigen Mitgliederversammlung in Königswinter mit erweitertem neuen Vorstand für die Zukunft aufgestellt. Die Mitglieder bestätigten Heinz-Peter Labonte als Vorsitzenden des Verbandes. Neu in den Vorstand wurden Ralph Buder (Geschäftsführer Info-Kabel GmbH, Bischofswerda), Daniel Niebuhr, (Geschäftsführer der KNM Kabelnetmanager GmbH, Lauchhammer) sowie Rico Gerhardt (Bürgermeister der Gemeinde Oberschöna, die eine eigene Kabelanlage betreibt) gewählt. Der FRK wählt seinen Vorstand alle zwei Jahre.

Die Mitglieder dankten zudem Frank Mietho, Mietho & Bär GbR, für seine über zwanzigjährige Arbeit als Stellvertretender Vorsitzender des FRK. An seiner Stelle wurde das langjährige Vorstandsmitglied Bernd Nitzschner, Geschäftsführer und Gesellschafter der LKG und weiterer Firmen der Lausitzer Mediengruppe in Lauchhammer, als neuer Stellvertretender Vorsitzender gewählt. Bestätigt wurden als weiterer Stellvertretender Vorsitzender Reinhardt Plückhahn, aep Plückhahn Service GmbH in Wollgast, Schatzmeister Franz Ziener, RFD GmbH, Wimmelburg, und als Beisitzer Wolfgang Lenk.

„Mit diesen Wahlen hat der FRK einen deutlichen Generationswechsel eingeleitet, um mit neuen Köpfen und Ideen noch besser die Herausforderungen im Markt anzugehen und unseren Verband in eine sichere Zukunft zu führen. Ich freue mich daher über die Wahl von Ralph Buder, Daniel Niebuhr und Rico Gerhardt. Denn alle drei stehen für eine erfolgreiche jüngere Generation und haben sich bereits in verschiedenen Leitungsfunktionen, sei es als Geschäftsführer in der Branche, sei es als Bürgermeister an der Spitze einer Gemeinde, bewiesen. Für Kontinuität stehen die bewährten Vorstandsmitglieder Bernd Nitzschner ebenso wie Reinhardt Plückhahn, Franz Ziener und Wolfgang Lenk“, erklärte der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte abschließend.

TV – und danach? Dinosaurier oder Phönix aus der Asche?

Wie viel Bewegtbild wird es in Zukunft geben, auf welchem Netz kommt das alles zu uns, auf welchen Empfangsgeräten - und vor allem: Wer wird es wie konsumieren? Wird unsere Bewegtbild-Landschaft in Zukunft mehr und mehr aus einem On-Demand-Szenario für Videos mit interaktiven Optionen bestehen? Und wie viel davon wird mobil angeschaut? Werden Information und Entertainment zu beliebiger Zeit per Klick konsumiert und was heißt das eigentlich? Über diese und weitere Fragen diskutieren Experten am 5. Juni 2018 auf einer Roundtable-Veranstaltung der Deutschen Medienakademie in Köln. Zu den Referenten zählen Jürgen Sewczyk (JS Consult/Deutsche TV-Plattform), Stefan Schinzel (Media Broadcast), Dominik Brück (Ericsson), Christian Heinkele (Eviso/M7), Bernhard Engel (ZDF), Eva Messerschmidt (n-tv) und Robert Dube (RTL).

Infos & Anmeldung: www.medienakademie-koeln.de

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

RTL startet Ultra-HD-Kanal

Die Mediengruppe RTL Deutschland hat am 28. April 2018 einen linearen Testkanal im neuen Bildformat Ultra HD (UHD) gestartet. Auftakt war mit der Live-Übertragung des Formel-1-Rennens aus Baku in Aserbaidschan. **RTL UHD** wird alle Formel-1-Rennen und Qualifyings der laufenden Saison live ausstrahlen. Am 5. Mai 2018 zeigte der Testkanal das Finale der Talente-Show "Deutschland sucht den Superstar" (DSDS) in Ultra HD, kombiniert mit dem verbesserten Kontrastverfahren HDR. Die Produktion von UFA Show & Factual war nach UFA-Angaben die erste Live-Show in Europa, die in UHD/HDR ausgestrahlt wurde. Für RTL UHD hat die Mediengruppe RTL Deutschland ihr Sendezentrum weiterentwickelt und die technischen Voraussetzungen dafür geschaffen, das UHD-Signal Plattformpartnern von Köln aus zur Verfügung zu stellen. Erster Verbreitungspartner ist die Satellitenplattform HD+, die RTL UHD exklusiv via Satellit über Astra (19,2° Ost) für Satellitenhaushalte ausstrahlt. Alle Zuschauer, die das HD+-Senderpaket abonniert haben und über einen UHD-Fernseher verfügen, können RTL UHD ohne zusätzliche Kosten empfangen. Dafür benötigen sie einen UHD-HD+-Receiver, das CI-Modul von HD+ oder den HD+ TVkey.

Andre Prahl, Bereichsleiter Programmverbreitung der Mediengruppe RTL Deutschland, sagte: "Für uns wird UHD in den kommenden Jahren wichtiger werden und wir haben als führendes Medienhaus das Ziel, hier stets neue Maßstäbe zu setzen. Wir freuen uns daher, dass wir mit dem Start von RTL UHD und der Ausstrahlung der Formel 1 sowie 'DSDS' unsere Tests im Bereich UHD ausbauen können." Im Frühjahr 2018 zeigte RTL mit "Sankt Maik" bereits die erste deutsche Free-TV-Serie in UHD/UHD bei HD+ und in seinem Streaming-Dienst TV Now. Im Herbst 2017 liefen fünf Folgen der RTL-II-Dokumentation "Die Reimanns" und im Herbst 2016 drei Episoden der RTL-Nitro-Autoshow "Nitro Autoquartett" im neuen Bildformat bei HD+. RTL UHD ist über Astra (19,2° Ost) auf der Frequenz 11,391 GHz H (SR 22.000, FEC 5/6) zu empfangen. Die Ausstrahlung über weitere Verbreitungswege und Plattformen ist denkbar, wie ein Sprecher der Mediengruppe RTL Deutschland gegenüber MediaLABcom erklärte. Gegenwärtig gebe es neben HD+ aber keine weiteren Verbreitungspartner. Der Testkanal ist zunächst zeitlich limitiert bis Ende 2018 verfügbar.

RTL UHD ist neben UHD1 by HD+ und Travelxp 4k das dritte UHD-Angebot, das über Satellit in Deutschland exklusiv bei HD+ zu sehen ist. "Nachdem immer mehr Sender ihre Formate auf UHD1 testen, denken die Anbieter nun verstärkt über eigene Angebote nach. RTL übernimmt hier eine Vorreiterrolle im deutschen TV-Markt", sagte Georges Agnes, Geschäftsführer Operations und Produktentwicklung von HD Plus. "Inzwischen ist UHD längst im Zuschauermarkt angekommen: Bereits jeder zweite verkaufte Fernseher ist heute ein UHD-Gerät. Wir freuen uns auf mehr!"

ProSiebenSat.1 startet Ultra-HD-Angebot

Auch ProSiebenSat.1 startet ins Ultra-HD-Zeitalter: Ab Spätsommer 2018 will die Sendergruppe erste Folgen von "Galileo Spezial" und "Rosins Restaurants" im neuen Bildformat (4K/HDR) produzieren und ausstrahlen. In den folgenden Monaten sollen weitere Eigenproduktionen folgen. Die Ultra-HD-Sendungen sind parallel zur Live-Ausstrahlung in SD und HD über Astra (19,2° Ost) auf dem Kanal UHD1 der Satellitenplattform HD+ zu empfangen. Außerdem können die Inhalte über die digitalen Angebote von ProSiebenSat.1 abgerufen werden, etwa die Web-Streaming-Angebote der Sender und den Red Button (HbbTV). "Mit der Ausstrahlung dreier Reportagen von 'Abenteuer Leben' in UHD via HbbTV im vergangenen Jahr haben wir unsere Innovationsführerschaft im Digitalbereich unter Beweis gestellt. Nun erweitern wir die Verbreitung von UHD auch auf weitere lineare Verbreitungswege", sagte Nicole Agudo Berbel, Chief Distribution Officer & EVP Digital Publishing bei ProSiebenSat.1. "Die höhere Auflösung von UHD, der höhere Kontrastumfang von HDR und das erweiterte Farbspektrum kommen insbesondere bei Dokumentations- und Reportage-Formaten voll zur Geltung. Wir sind uns sicher, dass das unsere Zuschauer begeistern wird!" Die Verbreitung UHD-fähiger TV-Geräte hat im vergangenen Jahr an Fahrt gewonnen: Laut GfK eigneten sich bereits rund 40 Prozent der 2017 verkauften Fernseher für das neue Bildformat.

Smart TV auf dem Vormarsch

Im ersten Quartal 2018 wurden in Deutschland insgesamt 1,6 Millionen Fernseher verkauft. Davon sind 1,2 Millionen (75 Prozent) Geräte mit smarten Funktionen ausgestattet, wie die Deutsche TV-Plattform unter Berufung auf Zahlen von GfK Retail & Technology mitteilte. 2015 betrug der Smart-TV-Anteil am Gesamtmarkt 60 Prozent, 2016 lag er bei 64 Prozent und 2017 bei 69 Prozent. Die Deutsche TV-Plattform geht davon aus, dass bei rund zwei Drittel dieser Geräte die smarten Funktionen von den

Verbrauchern auch tatsächlich genutzt werden. "Die kontinuierlich steigende Marktdurchdringung internetfähiger Fernseher eröffnet allen Inhalte-Anbietern zusätzliche Chancen für die Platzierung ihrer Services. Die technische Ausstattung der Geräte wird mit jeder neuen Modellreihe besser, die Nutzung flexibler und komfortabler für die Konsumenten", sagte Andre Prahl, Vorstandsvorsitzender der Deutschen TV-Plattform. "In der Summe heißt das: Die Angebotspalette von Mediatheken bis zu Video-on-Demand nimmt weiter zu, parallel gewinnen Organisation und Auffindbarkeit von Inhalten sowie der Zugang zu Content an Bedeutung."

High View übernimmt Gute Laune TV

Die High-View-Holding mit Sitz in Wien übernimmt rückwirkend zum 1. Januar 2018 100 Prozent der Anteile des Münchner Musikkanals Gute Laune TV. Zum Kaufpreis und den Verkäufern machte das Unternehmen keine Angaben. Laut der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), die die Transaktion genehmigte, war die Holzbrinck Ventures GmbH & Co. KG mit einer Beteiligung in Höhe von 40,34 Prozent bislang die größte Gesellschafterin des Schlagersenders. Die weiteren Gesellschafter waren die Erbgemeinschaft Victoria und Hermann Jahrreiss (22,65 Prozent), Michael Karthal (20,84 Prozent), Erich Ließmann (11,40 Prozent) und Geschäftsführer Marko Tomazin (4,77 Prozent). High View will den Pay-TV-Kanal in sein Musikportfolio aufnehmen und das gesamte Team unter der Leitung Tomazins übernehmen. Die eigenständige Redaktion und die Marke Gute Laune TV bleiben erhalten, wie das Unternehmen mitteilte. Der Sender wird zum Landshuter Standort von High View übersiedeln, wo sich bereits die anderen von dem Unternehmen betriebenen Musikkanäle befinden: der Free-TV-Sender Deluxe Music und die beiden Pay-TV-Kanäle Jukebox und RCK.TV.

"Mit Gute Laune TV können wir unser Musikportfolio durch eine weitere Musikfarbe und eine etablierte Marke sinnvoll ausbauen", sagte High-View-Geschäftsführer Alexander Trauttmansdorff. "Wir freuen uns, dass wir mit Marko Tomazin und seiner Mannschaft ein so erfahrenes und professionelles Team für unsere Sendergruppe gewinnen konnten. Das Thema Schlager hat eine breite Fangemeinde und ergänzt unsere aktuellen Musikgenres Rock und Pop perfekt. Mit Deluxe Music, Jukebox und RCK.TV haben wir in den letzten Jahren bewiesen, dass aus dem deutschen Markt heraus ein eigenständiges erfolgreiches Musikangebot für die klassische wie auch digitale Nutzung möglich ist." Tomazin erklärte: Die Zusammenlegung ist ein wichtiger Schritt für das weitere Wachstum von Gute Laune TV. Die High View verfügt über ein ausgezeichnetes Netzwerk und ein tiefgehendes Know-how des Markts. Mein Team und ich freuen uns auf die Zusammenarbeit und sind uns sicher, dass besonders Gute Laune TV und die Fans nachhaltig davon profitieren werden."

Der im Oktober 2005 gestartete Sender zeigt rund um die Uhr deutschsprachige Musik, vor allem Schlager, Partyschlager und volkstümliche Musik - von den 1960er-Jahren bis heute. Das Programm ist in Deutschland, Österreich und der Schweiz via Kabel, Satellit und IPTV empfangbar, unter anderem bei Vodafone Kabel Deutschland, Unitymedia, M7, 1&1 Digital-TV, Diveo, Cablecom, UPC, Salt und Suissedigital.

content4tv sichert sich Kapital und erwägt Zukäufe

Der TV-Lizenz-Dienstleister content4tv hat die zweite Seed-Runde im Kreise der Altinvestoren erfolgreich abgeschlossen und sich damit weiteres Wachstumskapital beschafft. "Die Investoren freuen sich über die bislang erzielten Erfolge und begleiten das Unternehmen auch in Zukunft auf der spannenden Reise," sagte Helmut Kohl, geschäftsführender Gesellschafter und Investor Relations Manager von content4tv. Neben organischem Wachstum nimmt das Unternehmen auch mögliche Übernahmziele ins Visier. "Das eingesammelte Kapital gibt uns auch genügend Spielraum für den ein oder anderen strategischen Zukauf", sagte Kohl. content4tv stellt Stadtwerken, Glasfasernetzbetreibern, City Carriern, IPTV-Anbietern, Kabelgesellschaften und der Wohnungswirtschaft die Ausstrahlungsrechte für TV-Sender (linear, Multiscreen, on-Demand) zur Verfügung. Die Partner erhalten alle Rechte aus einer Hand - unabhängig von der technischen Heranführung und Verbreitung der Sender. Als reiner B2B-Anbieter tritt content4tv nicht mit den Netzbetreibern in den Wettbewerb um Kunden.

Unitymedia schickt Bochum ins Gigabit-Zeitalter

Der Kabelnetzbetreiber Unitymedia hat am 7. Mai 2018 seinen 1-Gbit/s-Internetzugang in Bochum in Betrieb genommen. 170.000 Bochumer Haushalte – das sind rund 90 Prozent aller Haushalte der Ruhrmetropole – können den Hochgeschwindigkeitsanschluss buchen, den Unitymedia in Zusammenarbeit mit der Stadt Bochum und den Stadtwerken Bochum eingeführt hat. Der Gigabit-Zugang "2play FLY 1000", der bis zu 1 Gbit/s im Download und bis zu 50 Mbit/s im Upload sowie einen Telefonanschluss mit Flatrate ins deutsche Festnetz umfasst, wird derzeit Privatkunden für 49,99 Euro pro Monat angeboten; die Mindestvertragslaufzeit beträgt 24 Monate. Danach fällt der reguläre Preis von 109,99 Euro pro Monat an. Das Einführungsangebot endet am 31. Juli 2018. Ab Mitte des Jahres können auch Geschäftskunden einen Gigabit-Tarif bei Unitymedia buchen.

Für den Tempozuwachs hat die Liberty-Global-Tochter in den vergangenen Monaten ihr glasfaserbasiertes Kabelnetz in Bochum mit gigabitfähigen Netzelementen ausgestattet und als erste Kabelgesellschaft Deutschlands den neuen Übertragungsstandard DOCSIS 3.1 implementiert und für die Kunden aktiviert. Nach Bochum will Unitymedia bis Jahresende weitere Städte und Regionen mit dem Gigabit-Zugang versorgen. Das Angebot wird dabei nicht auf die in Bochum vorgestellte Bandbreite begrenzt bleiben. Perspektivisch sind im Kabelnetz mit DOCSIS 3.1 und den sich schon in der Entwicklung befindlichen Nachfolgetechnologien nach Unitymedia-Angaben auch noch höhere und symmetrische Datenraten im Up- und Download möglich.

HD+ holt Tele 5 ins Ultra-HD-Angebot

Die Satellitenplattform HD+ hat Tele 5 als Kooperationspartner für ihren Ultra-HD-Kanal UHD1 gewonnen. Der Privatsender steuert seine neue Sendereihe "Skandal - Vorklappe mit Oskar Roehler" bei. Das cineastische Vorgespräch zwischen dem Journalisten Michael Blessing und dem Drehbuchautor und Regisseur Oskar Roehler begleitet die neue Filmreihe "Skandal- Filme, die Geschichte schrieben". Zu den Filmen, die gezeigt werden, zählen "Jud Süß - Film ohne Gewissen", "Wenn der Postmann zweimal klingelt", "Der letzte Tango in Paris" und "Requiem for a Dream". Roehler, selbst bekannt für provokantes Kino, erklärt, warum die Filme bei ihren Veröffentlichungen für Schlagzeilen sorgten, bevor sich die Zuschauer wenige Tage später auf Tele 5 selbst ein Bild davon machen können. Auftakt war am 17. Mai 2018 um 22 Uhr mit "Skandal - Vorklappe mit Oskar Roehler: Augen der Angst". Damit sind erstmals Programminhalte von Tele 5 in Ultra HD zu sehen. Für den Empfang von UHD1 benötigen die Zuschauer Satellitenempfang via Astra (19,2° Ost), einen Ultra-HD-Fernseher, einen HD+-Ultra-HD-Receiver, ein HD+-Modul oder einen HD+-TVkey mit aktivem HD+-Senderpaket.

Sky stellt Paket- und Preisstruktur um

Sky Deutschland hat mit der Einführung der Multimedia-Plattform Sky Q am 2. Mai 2018 seine Paket- und Preisstruktur geändert. Mit der Vereinfachung des Angebots werde Sky für die Kunden noch übersichtlicher und werthaltiger, teilte der Pay-TV-Veranstalter mit. Das Basispaket "Sky Entertainment Paket" für 24,99 Euro pro Monat bietet Sender für die ganze Familie, viele davon in HD-Qualität. Auf Wunsch können die Kunden drei Premium-Bouquets dazu buchen: Sky Fußball Bundesliga (20 Euro/Monat), Sky Cinema (15 Euro/Monat) und Sky Sport (10 Euro/Monat), alle erweiterbar um Sky HD/UHD (10 Euro/Monat). Sky Q wird automatisch über ein kostenloses Software-Update des Receivers Sky+ Pro eingeführt. Das Update erfolgt schrittweise innerhalb der nächsten Wochen. Wenn es soweit ist, werden die Kunden per E-Mail und über eine Information auf dem Receiver benachrichtigt. Für Bestandskunden, die noch keinen Sky+ Pro besitzen, und für Neukunden ist Sky Q ebenfalls ab sofort erhältlich.

Tele Columbus startet verhalten ins neue Geschäftsjahr

Der Kabelnetzbetreiber Tele Columbus hat seine Ergebnisse für das erste Quartal des Geschäftsjahres 2018 veröffentlicht. Angesichts der noch andauernden Integrationsmaßnahmen, die negative Auswirkungen auf den Kundenservice hatten, beschloss das Unternehmen, die Marketingaktivitäten zu verschieben. Dies, in Kombination mit einem integrationsbedingten Höchststand bei der Kundenabwanderung, führte zu einer flachen Entwicklung bei den Internetanschlüssen, wie Tele Columbus mitteilte. Zudem ist die Entwicklung bei den Kabel-TV-Verträgen rückläufig. Beim übernommenen Kabelnetzbetreiber Pepcom entstand im Verlauf der Kundenmigration die Notwendigkeit für zusätzliche Feinjustierungen und Folgemaßnahmen im zweiten Halbjahr 2018, die laut Tele Columbus unter anderem auf das komplexe Produkt- und Technologie-Portfolio von Pepcom zurückzuführen sind.

Tele Columbus ordnet Executive-Team neu

Der Kabelnetzbetreiber Tele Columbus ordnet die Zuständigkeiten innerhalb des Executive Teams neu, um auf die strategischen und operativen Herausforderungen zukünftig noch besser reagieren zu können und den eingeschlagenen Wachstumskurs fortzusetzen. Im Privatkundengeschäft werden zukünftig sämtliche Marketing- und Vertriebsaktivitäten gebündelt und in der neu geschaffenen Funktion des Chief Consumer Officers (CCO) zusammengeführt. Diese Position wird ab 1. Juni 2018 von Stefan Riedel bekleidet. Tobias Schmidt, bisher Chief Marketing Officer (CMO), wird das Unternehmen zum 15. Juni 2018 auf eigenen Wunsch verlassen. Schmidt, seit Februar 2017 im Unternehmen, war für die Konzeption und Einführung der neuen Marke PÿUR verantwortlich, unter der die mehr als zehn Unternehmen der Tele-Columbus-Gruppe zusammengeführt wurden. Darüber hinaus entwickelte er das neue modulare Produkt-Portfolio, das im Oktober 2017 zusammen mit der neuen Marke eingeführt wurde. Zuletzt verantwortete der 46-Jährige zudem den Vertrieb des Privatkundengeschäfts.

Riedels Aufgabenbereich in der neu geschaffenen Funktion des CCO umfasst den einheitlichen Markenauftritt aller nunmehr zur Marke PÿUR gehörenden Unternehmen, die Produktentwicklung der TV-, Internet-, Telefon-, Mobilfunk-Dienste sowie die Steuerung der Vertriebskanäle. Der 48-Jährige verfügt über langjährige Erfahrungen in der Telekommunikationsbranche. Bevor er 2016 als CEO zu Starticket, dem zweitgrößten Ticketvermarkter der Schweiz, wechselte, war Riedel zwölf Jahre bei Orange Communications SA bzw. dem Nachfolgeunternehmen Salt Mobile in verschiedenen Positionen und zuletzt als Director Consumer Marketing & Deputy to Chief Commercial Officer tätig. In dieser Funktion leitete er das Consumer Marketing, hatte unter anderem eine führende Rolle beim Rebranding von Orange zu Salt und verantwortete die Marketingstrategie sowie die Produktentwicklung. Zudem war er mitverantwortlich für die strategische und operative Steuerung des Endkundengeschäfts.

Roland Schleicher, der seit Oktober 2016 als Chief Business Transformation Officer (CBTO) die Integration der akquirierten Gesellschaften sowie die Umsetzung der Unternehmensstrategie verantwortet, fungiert ab 1. Juli 2018 als Chief Operations Officer (COO). Der 38-jährige Wirtschaftsinformatiker und frühere McKinsey-Berater wird in seiner neuen Position den Ausbau der Operations-Funktionen sowie die digitale Transformation leiten.

Michael Rombach wird ZDF-Produktionsdirektor

Michael Rombach wird zum 1. Januar 2019 neuer ZDF-Produktionsdirektor. Der Verwaltungsrat folgte auf seiner jüngsten Sitzung in Berlin dem Vorschlag von Intendant Thomas Bellut. Rombach ist derzeit Produktionsdirektor des NDR. Er wird Nachfolger von Andreas Bereczky, der zum Jahresende in den Ruhestand wechselt. "Michael Rombach ist ein in der Branche anerkannter und geschätzter Experte für die digitale Medienproduktion. Er bringt alle Kompetenzen mit, die für die Steuerung und Weiterentwicklung unserer zunehmend vernetzten Infrastruktur notwendig sind: Neben seinem fachlichen

Know-how ist Rombach ein erfolgreicher Manager komplexer technologischer Herausforderungen, er kennt die Gegebenheiten eines öffentlich-rechtlichen Medienunternehmens und ist ein guter Kommunikator", sagte Bellut. Rombach erklärte: "Ich freue mich darauf, ab dem kommenden Jahr die Entwicklung des ZDF in den Bereichen Produktion, IT und Verbreitung in einer Zeit voller Herausforderungen und Chancen aktiv mitgestalten zu können." Rombach, der zuvor beim SWR arbeitete, ist seit 2007 Produktionsdirektor des NDR. Außerdem ist er stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender von Studio Hamburg und NDR Media sowie Mitglied des Vorstands der Deutschen TV-Plattform.

Andre Prahl bleibt Vorsitzender der Deutschen TV-Plattform

Andre Prahl bleibt Vorstandsvorsitzender der Deutschen TV-Plattform. Die Vertreter der über 50 Mitgliedsfirmen, Organisationen und Institutionen der Deutschen TV-Plattform wählten im Rahmen ihrer Mitgliederversammlung in Hamburg den Bereichsleiter Programmverbreitung der Mediengruppe RTL Deutschland erneut an die Spitze der Branchenvereinigung. Als Stellvertreter agieren Michael Rombach (Produktionsdirektor NDR, für die ARD) und Markus Zumkeller (Director of Technology and Engineering Sony Europe), die ihre Vorstandstätigkeit fortsetzen. Neu in den Vorstand berufen wurden Stefanie Griebel (Senior Vice President TV Delivery Deutsche Telekom), Christoph Mühleib (Geschäftsführer Astra Deutschland) und Rolf Wierig (Vice President Entertainment Products Consumer Vodafone). Die Mandatsperiode des neuen Vorstands beträgt zwei Jahre.

Dem Vorstand gehören zudem die Leiter der Arbeitsgruppen (AGs) der Deutschen TV-Plattform an: Holger Meinzer (Media Broadcast, AG Terrestrik & Mobile Media), Jürgen Sewczyk (Eutelsat, AG Smart Media) und Stephan Heimbecher (Sky Deutschland, AG Ultra HD). Andreas Berczky (Produktionsdirektor des ZDF) und Gert von Manteuffel (Vice President Product Management TV, Deutsche Telekom) haben nicht erneut für die Wahl kandidiert und sind damit nicht mehr im aktuellen Vorstand vertreten. Die Deutsche TV-Plattform bietet eine Plattform für Information, Austausch und Projektarbeit rund um technische Entwicklungen. Zu den Schwerpunkten in diesem Jahr zählen 5G, Ultra HD, HDR, Virtual und Augmented Reality sowie Next Generation Audio.

Christoph Urban wechselt von Magine TV zu Pantaflix

Das Medienunternehmen Pantaflix erweitert die Geschäftsführung seiner 100-prozentigen Tochter Pantaflix Technologies. Christoph Urban wird die Firma ab sofort als Managing Director operativ führen. Mit dem ehemaligen Deutschland-Chef des Internet-TV-Anbieters Magine TV will Pantaflix den internationalen Ausbau seiner Video-on-Demand-Plattform (VoD) vorantreiben. Vor seiner Zeit bei Magine TV, das sich derzeit neu aufstellt, war Urban Head of Marketing bei Rakuten Deutschland sowie Head of Digital Marketing bei Saturn International. Internationale Erfahrung sammelte er als Director Marketing & Content für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei Fox Interactive Media sowie als Head of Digital von MTV Networks. "Der Ansatz von Pantaflix, Inhalte global verfügbar zu machen, wird den VoD-Markt revolutionieren. Ich freue mich darauf, Teil dieser spannenden Entwicklung zu sein und mit meiner Expertise dazu beizutragen, das weltweite VoD-Geschäft weiter auszubauen", sagte Urban.

Aus Universal Channel wird Universal TV

Der TV-Veranstalter NBC Universal International Networks benennt seinen Hauptsender Universal Channel weltweit in Universal TV um. Den Anfang machte am 3. Mai 2018 Großbritannien. Australien, Brasilien, Lateinamerika und Südafrika folgen in den kommenden Monaten. Der Namenswechsel in Deutschland ist für 2. Juli 2018 vorgesehen. Gleichzeitig wird ein neues Erscheinungsbild und Logo eingeführt. Das Rebranding entstand in Kooperation zwischen dem Central Marketing Team von NBC Universal International Networks, dem Markenberater Lee Hunt und der Agentur Red Bee, die die Markenpositionierung, Logo-Entwicklung und das kreative Konzept verantwortete.

Deutsche Telekom steigert IPTV-Kundenzahl

Die Deutsche Telekom hat im ersten Quartal dieses Jahres 54.000 neue Kunden für ihre IPTV-Plattform Entertain TV gewonnen, die damit insgesamt 3,19 Millionen Kunden zählt. Das Wachstum hat sich damit abgeschwächt, denn im gleichen Quartal des Vorjahres waren noch 76.000 Kunden dazu gekommen. Die Zahlen umfassen sowohl DSL- als auch Satellitenkunden. Bei der Variante von Entertain für Satelliten-Direktempfänger auf Astra (19,2° Ost) hat die Telekom jüngst eine [neue Strategie](#) eingeschlagen, mit der sie auf die steigende Verbreitung von Breitband-Internetzugängen im ländlichen Raum und die zunehmende Nachfrage nach Streaming-Diensten bei Satellitenhaushalten reagiert.

Deutsche Telekom bietet Insight TV UHD kostenfrei

Die Deutsche Telekom hat den Ultra-HD-Kanal Insight TV UHD als kostenfrei empfangbares Programm in ihr TV-Angebot für die Wohnungswirtschaft aufgenommen. "Mit Insight TV UHD bieten wir erstmals auch unseren Free-TV-Zuschauern die Möglichkeit, in den Genuss des ultrahochauflösenden Fernsehens zu kommen", sagte Dirk Wössner, Vorstand Deutschland der Deutschen Telekom. "Derzeit sind wir der einzige Kabelanbieter in Deutschland, der UHD ohne Zusatzkosten anbietet." Darüber hinaus erweiterte die Telekom [Zuhause Kabel](#) kürzlich um acht weitere Sender, darunter MTV, Health TV, vier regionale Programme und einen vietnamesischen Free-TV-Kanal.

Deutsche Telekom bereitet 5G-Einführung vor

Die Deutsche Telekom legt den Grundstein für die Einführung von 5G in Deutschland. Die ersten 5G-Antennen in Europa, die den zukünftigen Kommunikationsstandard vollständig unterstützen, senden ab sofort unter realen Bedingungen im Telekom-Netz in der Berliner City. Je drei sind in der Leipziger Straße und der Winterfeldtstraße installiert und basieren auf dem zukünftigen 5G-Standard für die Mobilfunkkomponente 5G New Radio (NR). Derzeit baut die Telekom im Berliner Zentrum ein ganzes 5G-

Cluster auf. "Wir setzen unseren Weg zur Einführung von 5G im Jahr 2020 konsequent weiter fort", sagte Claudia Nemat, Vorstand Technologie und Innovation der Telekom. "Im Herzen von Berlin machen wir heute den nächsten entscheidenden Schritt und zeigen, dass nun bereits kommerzielle 5G-Technik in unser Netz integriert wird und funktioniert. 5G wird liefern, was es in Sachen Mobilität, Geschwindigkeit und niedriger Latenz verspricht."

Das 5G-Cluster der Telekom in der Berliner Innenstadt hat im ersten Schritt eine Breite von bis zu fünf Kilometern. Aktuell sind in den Stadtteilen Mitte und Schöneberg die ersten sechs kommerziellen Antennen montiert und im Testbetrieb. Bis zum Sommer sollen 70 Antennen an mehr als 20 Standorten folgen. Damit entsteht mitten in Deutschlands Hauptstadt ein großes 5G-Testfeld. Walter Goldenits, Geschäftsführer Technologie der Telekom, erklärte: "Dieses 5G-Cluster in Berlin ist die Basis für unsere künftige kommerzielle 5G-Einführung in Deutschland. Die Antennen liefern uns wichtige Testergebnisse. Gleichzeitig sind sie aber auch realer Bestandteil unseres zukünftigen 5G-Netzes. Wir stellen die Weichen für die Zukunft schon heute: Unser Netz ist einsatzbereit, wenn die ersten 5G-fähigen Smartphones auf den Markt kommen." Die Antennen nutzen das 3,7-GHz-Spektrum im Rahmen einer Testlizenz. Das 3-GHz-Band gilt als eines der Startbänder für 5G. Basis für das 5G-Spektrum und weitere Planungen wird die Lizenz- und Frequenzvergabe der Bundesnetzagentur sein.

Zattoo startet Full-HD-Angebot

Der Internet-TV-Anbieter Zattoo bietet ausgewählte TV-Sender ab sofort in Full-HD-Bildqualität (1080p/50) an. Die Full-HD-Streams sind Teil des neuen Abo-Pakets "Ultimate", das über 100 TV-Sender umfasst, davon 70 in HD und zehn in Full HD. Bei den Full-HD-Sendern handelt es sich um Das Erste, ZDF, Sat.1, ProSieben, kabel eins, Sport1, sixx, ProSieben Maxx, ZDFneo und Comedy Central. Durch die Beteiligung der öffentlich-rechtlichen Sender können Zattoo-Zuschauer damit die Spiele der diesjährigen Fußball-WM in Full-HD-Qualität verfolgen. "Mit 'Ultimate' zeigen wir die Leistungsstärke von TV-Streaming und dass Zattoo eine echte Alternative zu klassischen Empfangswegen ist - nicht nur für das Fernsehen auf mobilen Geräten, sondern auch und gerade auf ans Internet angeschlossenen TV-Geräten", sagte Jörg Meyer, Chief Officer Content & Consumer von Zattoo.

Bislang war die DVB-T2-Plattform Freenet TV in Deutschland die einzige Plattform, die Full-HD-Sender anbietet. Das "Ultimate"-Paket ermöglicht bis zu vier parallele Streams pro Abonnement. Familienmitglieder können dadurch unterschiedliche Programme zum Beispiel auf dem Smart TV, Tablet oder Smartphone schauen. Bis zu 100 TV-Sendungen können online aufgenommen werden. Weitere Funktionen sind Replay (Abruf von TV-Sendungen bis zu sieben Tage nach der Ausstrahlung) und Restart (laufende Sendungen von Beginn an sehen). Das Bouquet kostet 19,99 Euro pro Monat und ist monatlich kündbar.

Freenet TV wählt Media Broadcast Satellite für DTH-Service

Media Broadcast Satellite stellt im Rahmen eines weitreichenden Abkommens umfangreiche Services für die kürzlich gestartete Version von Freenet TV für Satelliten-Direktempfänger (DTH) auf Astra (19,2° Ost) bereit. Die Dienste umfassen insbesondere die Aufbereitung und Distribution von Daten und Steuersignalen für die Empfangsgeräte. Hinzu kommt die Ausstrahlung des Portals Freenet TV Connect via Astra. Der Service erweitert Freenet TV um weitere Sender, Apps, On-Demand-Dienste, Mediatheken und einen Programmführer. Die Aufbereitung und Ausstrahlung der dazugehörigen EPG-Steuersignale erfolgt ebenfalls durch Media Broadcast Satellite. Die Anwendungen werden über den Teleport Usingen von Media Broadcast Satellite nahe Frankfurt/Main bereitgestellt, der nach Angaben des Unternehmens mit DVB-S/S2-Plattformen, Multiplexing, IPTV und gemanagten Playout-Solutions, über 135 Antennen und einem adressierten Orbit von 76° Ost bis 60° West zu den größten Teleports der Welt überhaupt gehört.

"Als technischer Dienstleister für die Broadcast-Community erweitern wir unser Portfolio kontinuierlich um innovative Services für das Fernsehen von morgen", sagte so Christian Fleischhauer, Geschäftsführer von Media Broadcast Satellite. "Wir freuen uns, dass mit freenet TV via Sat ein modernes und reichweitenstarkes TV-Angebot auf unsere Lösungen zum Betrieb der Plattform setzt." Mit den Services für Freenet TV via Sat weitet Media Broadcast Satellite die Zusammenarbeit mit dem Anbieter aus. So betreibt das Unternehmen am Teleport Usingen bereits Services für das Headend zur digitalerterrestrischen Verbreitung von Freenet TV.

Über den Teleport Usingen steuert Media Broadcast Satellite nicht nur Plattformen für Satellit, Terrestrik und IPTV. Auch Lösungen für die Netzwirtschaft werden von Usingen aus betreut. So überträgt Media Broadcast Satellite auch die Signale der M7 Group für Netzbetreiber in Deutschland, Österreich und der Schweiz über den Teleport Usingen.

Freenet startet Video-on-Demand-Dienst

Die Freenet Group steigt mit einer eigenen Online-Videothek in den umkämpften Video-on-Demand-Markt ein. Freenet Video bietet mehr als 1.000 Filme und Serien aus verschiedenen Genres zum Pauschalpreis von 4,99 Euro pro Monat. Die Mindestvertragslaufzeit beträgt einen Monat, zur Einführung gibt es den ersten Monat für 0,99 Euro. Zusätzlich können rund 8.000 weitere Filme und Serien geliehen und gekauft werden. Alle Inhalte sind in HD-Qualität und auf bis zu fünf Geräten pro Account nutzbar, etwa Smart TV, Smartphone, Tablet, PC oder Laptop. "Wir setzen bei unserem Produkt auf ein erstklassiges Preis-/Leistungsverhältnis. Wir wollen damit auch Kunden ansprechen, die bislang der Meinung waren, dass Streaming-Angebote für sie - sowohl aufgrund des Preises, als auch der dafür gebotenen Leistung - wenig attraktiv waren", sagte Patrick Gehl, Head of Digital Lifestyle bei Freenet. Mit der Umsetzung und dem Betrieb des Angebots hat Freenet die Mediengruppe Splendid beauftragt. Die

Splendid-Tochter Videociety übernimmt auf der Basis ihrer meinVoD-Plattform die technischen Dienstleistungen sowie die Bereitstellung von Filmen. Die Zusammenarbeit ist auf mindestens fünf Jahre ausgelegt. Freenet Video ist ab sofort unter www.freenet-video.de zugänglich und wird außerdem in allen 560 Shops der Freenet-Gruppe und im angeschlossenen Fachhandel angeboten.

ZDF Krimi und ZDF Herzkino starten bei Amazon Channels

Das ZDF erweitert sein TV-Angebot auf der OTT-Plattform Amazon Channels um zwei Kanäle. [ZDF Krimi](#) zeigt deutsche Krimis und Krimiserien auf Abruf, darunter aktuelle Produktionen und Klassiker wie "Derrick", "Die Rosenheim-Cops", "SOKO Köln" und "SOKO Leipzig". Das [ZDF HerzKino](#) bietet romantische Fernsehfilme wie "Rosamunde Pilcher", "Das Traumschiff" und "Inga Lindström". Amazon-Prime-Mitglieder können die beiden neuen Kanäle für jeweils 2,99 Euro pro Monat abonnieren; der Bezug ist monatlich kündbar. Bei Amazon Channels war das ZDF bislang nur mit einem "Terra X"-Doku-Kanal vertreten. Der Zugang erfolgt über die Prime-Video-App auf Smart-TV-Fernsehern, Smartphones (iOS/Android), Amazon Fire TV, Fire TV Stick, Fire-Tablets, Apple TV oder direkt über den Browser. Insgesamt bietet Amazon Channels damit über 45 Kanäle.

Fix&Foxi startet bei waipu.tv

Der Kinder- und Familienkanal Fix&Foxi ist ab sofort auf der IPTV-Plattform waipu.tv zu empfangen. Der Sender ist Bestandteil des Pay-TV-Pakets "Perfect", das insgesamt mehr als 90 Kanäle umfasst, davon über 50 in HD-Qualität. Der Free-TV-Sender RiC TV, der wie Fix&Foxi vom Münchner Medienunternehmen Your Family Entertainment betrieben wird, ist schon seit längerer Zeit an Bord von waipu.tv.

M2M TV stellt TV-Streaming-Plattform ein

Der OTT-Anbieter Mobile2Morrow (M2M TV) hat seine TV-Streaming-Plattform zum 1. Mai 2018 eingestellt. Zu den Verbreitungspartnern zählten die Mediengruppe RTL Deutschland, GoldStar TV, Heimatkanal, Motorvision TV und Deutsche Welle TV. Man habe zwar Unterstützung von vielen großen Sendern aus aller Welt erhalten, aber das Wachstum der Kundenzahlen sei hinter den Erwartungen zurückgeblieben, erklären Edwin Snelderwaard, CEO und Gründer, und Mitgründer Machiel Hamaker in einem Schreiben an die auf der Plattform verbreiteten Sender. "Wir haben auf verschiedenen Wegen versucht zu wachsen, aber das blieb letztlich erfolglos. Wenn die Mittel versiegen und nicht genügend Kunden kommen, muss man irgendwann die Konsequenzen ziehen." [M2M TV](#) war im August 2016 gestartet und über Web, iOS, Android und Amazon verfügbar. Angeboten wurde ein Basispaket mit Sendern, die einzeln dazu gebucht werden konnten. Die Plattform war weltweit zugänglich, aber einzelne Sender waren aus urheberrechtlichen Gründen nur in bestimmten Ländern verfügbar.

NHK World-Japan baut Aktivitäten in Deutschland aus

NHK World-Japan, der internationale englischsprachige Fernsehsender von Japans öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalt NHK, erweitert seine Aktivitäten in Deutschland nach der Aufschaltung im Kabelnetz von Unitymedia im November 2017. Am 26. Mai 2018 nimmt der Sender am Japan Tag in Düsseldorf teil. Das Schaufenster japanischer Kultur zieht jedes Jahr hunderttausende Besucher an, die eine Vielfalt an Musik, Tanz, Sport und Kochkunst genießen. Am Stand von NHK World-Japan können sich die Besuche über die Inhalte des Senders informieren und das NHK-Maskottchen Domo kennenlernen. "Wir freuen uns auf den Japan Tag, der einen authentischen Einblick in japanische Kultur und Alltag bietet", sagte Yoshihiko Shimizu, Präsident und CEO der NHK-Tochter Japan International Broadcasting. "Unsere Teilnahme wird den Bekanntheitsgrad unseres Senders weiter erhöhen, der nun auch in der größten japanischen Gemeinde Deutschlands in Düsseldorf über das Kabelnetz von Unitymedia empfangbar ist."

NHK World-Japan wird auch am japanischen Filmfestival Nippon Connection vom 31. Mai bis 2. Juni 2018 in Frankfurt am Main teilnehmen und exklusive Filme vorführen, die einen Einblick in japanisches Leben, Geschichte und Traditionen geben. Neben Kabelnetzen wie Unitymedia, NetCologne, wilhelm.tel und dem TV-Paket der Deutschen Telekom für die Wohnungswirtschaft sendet NHK WORLD-JAPAN für deutsche Zuschauer via Satellit auf Astra (19,2° Ost) und Eutelsat Hotbird (13° Ost), bei Freenet TV Connect, über die NHK-World-TV-App (iOS/Android), Apple TV und Amazon Fire TV sowie per Livestream auf der Webseite www.nhk.jp.

Medienbehörde verbietet ORF YouTube-Kanal

Die österreichische Medienbehörde KommAustria hat Plänen des ORF, einen eigenen Kanal bei YouTube einzurichten, eine Absage erteilt. Der ORF hatte die Genehmigung der Erweiterung seines Social-Media-Angebotes um einen YouTube-Kanal beantragt. Dort sollten dabei unter anderem Sendungen angeboten werden, die aufgrund gesetzlicher Beschränkungen in der ORF-Mediathek ORF TVthek derzeit nicht länger als sieben Tage bereitgestellt werden können. In ihrer Entscheidung spricht sich die KommAustria zwar nicht grundsätzlich gegen die Nutzung von Social-Media-Plattformen durch den ORF aus, argumentiert aber, dass eine exklusive Kooperation des ORF mit YouTube andere, vergleichbare Unternehmen diskriminieren würde und damit dem ORF-Gesetz widerspräche. Außerdem hat die Behörde bei Genehmigungsverfahren für neue ORF-Angebote das schon bestehende, im öffentlich-rechtlichen Auftrag gelegene Angebot zu berücksichtigen. Dabei erkannte die KommAustria in dem Aufbau eines ORF-Kanals auf YouTube eine Schwächung der bestehenden ORF TVthek. Im Übrigen wäre es durchaus denkbar, die generell auf sieben Tage beschränkte Bereitstellungsdauer von Sendungen in der ORF TVthek im Zuge einer Auftragsvorprüfung auszuweiten, argumentieren die Medienwächter.

Die KommAustria untersagte dem ORF außerdem, die über Tochtergesellschaften in seinem Besitz befindliche, kommerzielle Online-Videothek Flimmit künftig als öffentlich-rechtliches und damit teilweise

gebührenfinanziertes Angebot zu betreiben. Der ORF will über Flimmit auf seinen TV-Sendern bereits ausgestrahlte oder zur Ausstrahlung vorgesehene Programme anbieten. Die Finanzierung soll sich unter anderem aus Abo-Entgelten, kostenpflichtigen Einzelabrufen und aus der Rundfunkgebühr zusammensetzen. Um Letzteres zu ermöglichen, sollte die bisher defizitäre Online-Videothek in ein öffentlich-rechtliches Angebot überführt werden. Zwar sei es dem ORF grundsätzlich nicht untersagt, im Rahmen seines öffentlich-rechtlichen Angebots auch einen Bezahlidienst anzubieten, heißt es im Bescheid der KommAustria. Entscheidend sei im vorliegenden Fall aber der gesetzlich geforderte, jedoch vom ORF nicht erbrachte Nachweis über die wirtschaftliche Tragbarkeit des neuen Angebots. Bei dem Finanzierungskonzept für die neue Videothek bleibe zudem völlig unklar, wie groß der Anteil sei, der aus der Rundfunkgebühr einfließen müsste. Beide Bescheide sind noch nicht rechtskräftig.

Swisscom wächst mit IPTV

Der Schweizer Telekommunikationskonzern Swisscom hat die Kundenzahl seiner IPTV-Plattform Swisscom TV innerhalb der vergangenen zwölf Monate um 54.000 auf 1,49 Millionen gesteigert. Das entspricht einem Zuwachs von 3,8 Prozent, wie das Unternehmen bei der Vorlage seiner Zahlen für das erste Quartal 2018 (31. März 2018) mitteilte. Mit einem Marktanteil von 34 Prozent (Vorjahr 33 Prozent) ist Swisscom TV weiterhin das beliebteste digitale Fernsehangebot der Schweiz. In diesem Jahr können die Kunden die Spiele der Fußball-WM auf den SRG-Sendern bei Swisscom TV in Ultra HD/HDR empfangen. Die Zahl der Swisscom-Breitbandanschlüsse stieg um 37.000 auf zwei Millionen - ein Wachstum von 1,9 Prozent.

Canal+ und Universal Music starten Deutsche Grammophon+

Der französische Pay-TV-Veranstalter Canal+ hat zusammen mit dem Musikkonzern Universal Music sein TV-Angebot für Klassikfans gestartet. Deutsche Grammophon+ basiert auf dem Archiv des Musiklabels Deutsche Grammophon, einer Tochter von Universal Music. Zur Verfügung stehen Musikstücke, Videos, Konzerte, Dokumentationen, Interviews und Porträts, die die Nutzer jederzeit abrufen können. Zum Start gibt es rund 400 Beiträge; das Angebot soll laufend ausgebaut werden. Ein lineares Programm gibt es nicht. Als Besonderheit kommt bei einigen Titeln das neue Tonsystem Dolby Atmos zum Einsatz.

Alle Canal+-Abonnenten können Deutsche Grammophon+ ohne Aufpreis empfangen. Ausnahme: Wer das "Essentiel"-Paket bezieht, kann das Angebot als Option für drei Euro pro Monat dazu buchen. Für den Zugang wird die aktuelle Version die von Canal+ vertriebene Set-Top-Box benötigt. [Deutsche Grammophon+](#) ist zudem auf der Streaming-Plattform myCanal verfügbar. Hinter Canal+ und Universal Music steht der französische Medienkonzern Vivendi. Auch die Musikkataloge anderer Labels für klassische Musik, die zu Universal Music gehören, sollen künftig in das Angebot von Deutsche Grammophon+ aufgenommen werden.

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](#)