

## FREQUENZAUKTION

ES STEHT 5G DRAUF, ABER ES IST NICHT VIEL 5G DRIN

### Bilder vom Merkur

Ausgabe 62 • November 2018

#### Sehr geehrte Damen und Herren,

vor Kurzem ist die Sonde BepiColombo mit zwei Satelliten an Bord Richtung Merkur gestartet. Aufgrund der Anziehungskraft der Sonne muss BepiColombo ständig abgebremst werden, indem die Sonde zuerst die Erde, dann die Venus und zum Schluss auch den Merkur mehrfach umrundet, bevor sie beide Satelliten aussetzt. Das Ganze dauert sieben Jahre, so dass mit ersten Bildern vom sonnennächsten Planeten erst im Jahr 2025 zu rechnen ist.

Während BepiColombo lautlos durchs All düst, röhren auf der Erde die Bagger, angetrieben von Bauleitern, die in enger Abstimmung mit breitbanderfahrenen Kommunen Glasfaser verlegen und 5G-Funkmasten aufstellen. Denn wenn die Merkur-Bilder eintreffen, müssen wir fertig sein, um die Fotos möglichst schnell möglichst vielen Menschen zeigen zu können. Angesichts der momentanen Situation im Breitbandausbau ergeben sich jedoch Zweifel, ob das wirklich bis 2025 zu schaffen ist. Auch der 5G-Rollout soll in Gefahr sein, weil die Ausbaupflichtungen der Bundesnetzagentur im Rahmen der 5G-Frequenzauktion nicht weit genug gehen sollen.

Bewahrheitet sich, dass wir auch nach 2025 noch nicht überall im Land Gigabit haben, werden einige von uns auf ihre PC-Bildschirme oder Smartphones starren und gebannt darauf warten, bis sich die Bilder vom Merkur endlich aufgebaut haben. Vielleicht sollte man nicht nur Satelliten und Sonden ins Weltall schießen, sondern auch mal den einen oder anderen Politiker, der die Zeichen der Zeit verschlafen hat, auf den Mond.

Aus einem solchen Dornröschenschlaf ist der TV-Empfang via Satellit erwacht. Lange war HD+ die einzige Plattform über Astra 19,2 Grad Ost. Inzwischen gibt es Konkurrenz wie etwa Diveo. MediaLABcom sprach mit Oliver Rockstein, der als Executive Vice President der M7 Group für die Plattform zuständig ist, darüber, wie sich Diveo bislang entwickelt hat und wo die Reise hingehen soll. Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

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

#### Inhalt

[Maßgeschneidert für eine Marktlücke – Oliver Rockstein über die Erfolgchancen von Diveo](#)

[Ordnungspolitik ade... oder Leo Kirchs Sommerträume reloaded](#)

[Keine Bagger, keine Bauleiter, keine Breitbandkenntnisse: So steht es um den Gigabit-Ausbau](#)

[Noch 'ne Bürokratie... oder wie sich der Bitkom politischen Einfluss vorstellt](#)

[Mogelpackung? Auf der Frequenzauktion steht 5G drauf, aber es ist wenig 5G drin](#)

[Alle Trümpfe ausgespielt – EU weist Beschwerde des FRK zurück](#)

[Media Broadcast in Schwierigkeiten: 4-Tage-Woche geplant](#)

[Kurzmeldungen](#)

## Maßgeschneidert für eine Marktlücke – Oliver Rockstein über die Erfolgchancen von Diveo

Marc Hankmann

Für lange Zeit zog die Satellitenplattform HD+ einsam ihre Bahnen. Inzwischen ist in den Markt Bewegung gekommen, so dass inzwischen mehrere Plattformen um die Gunst des Kunden buhlen. Eine davon ist Diveo, für die Oliver Rockstein, Executive Vice President der M7 Group, verantwortlich ist. Im Interview mit MediaLABcom erklärt er, was Diveo von den anderen Plattformen unterscheidet und welche Pläne er für die Zukunft hat.

[Lesen Sie mehr](#)

## Ordnungspolitik ade... oder Leo Kirchs Sommerträume reloaded

Heinz-Peter Labonte

Leo Kirch wollte um das Jahr 2000 Programm und Infrastruktur vereinen. Inhalte wollte er mit seinem Filmstock über die heutige ProSiebenSat.1-Familie nebst den öffentlich-rechtlichen Sendern vermarkten, während die Deutsche Telekom die Infrastruktur vorhielt. Die katholische K- und K-Monarchie hätte damals vielleicht sogar funktioniert.

[Lesen Sie mehr](#)

## Keine Bagger, keine Bauleiter, keine Breitbandkenntnisse: So steht es um den Gigabit-Ausbau

Marc Hankmann

Wofür setzen sich Landfrauen, Architekten und Call-Center-Betreiber gemeinsam ein? Für den Glasfaserausbau, lautet die nicht gerade offensichtliche Antwort. 22 Verbände und Organisationen – zugegeben viele aus den Bereichen Telekommunikation und IT, aber eben auch der Deutsche Landfrauenverband, die Bundesarchitektenkammer sowie der Call Center Verband Deutschland – haben ein Papier unterzeichnet, in dem sie die flächendeckende Versorgung mit Glasfaseranschlüssen fordern.

[Lesen Sie mehr](#)

## Noch 'ne Bürokratie... oder wie sich der Bitkom politischen Einfluss vorstellt

Heinz-Peter Labonte

Aktionismus. Nicht nur der politisch Verantwortlichen, wohin man blickt. Jetzt auch beim Deutschen Städte- und Gemeindebund (DStGB), Arm in Arm mit dem IT-Verband Bitkom. Sie brauchten eine Umfrage, um zu erkennen, dass zwar rund 90 Prozent der Städte und Gemeinden die Chancen der Digitalisierung realisieren, sie aber gleichzeitig zugeben müssen, dass sie derzeit noch keine Strategie für den notwendigen Umbau besitzen.

[Lesen Sie mehr](#)

## Mogelpackung? Auf der Frequenzauktion steht 5G drauf, aber es ist wenig 5G drin

Marc Hankmann

Deutschland soll 5G-Leitmarkt werden, so hat es der ehemalige Bundesverkehrsminister Alexander Dobrindt formuliert. Deshalb sollen im Frühjahr 2019 Frequenzen im 2-GHz-Band sowie zwischen 3,4 und 3,8 GHz versteigert werden. Die Politik macht Druck, die Mobilfunkunternehmen warnen vor zu großen Belastungen und mittendrin befindet sich die Bundesnetzagentur (BNetzA), an deren Auflagen sich die Geister scheiden.

[Lesen Sie mehr](#)

## Alle Trümpfe ausgespielt – EU weist Beschwerde des FRK zurück

RA Ramón Glaß

Die Fusion von Unitymedia und Kabel BW ist bereits seit einigen Jahren vollzogen und doch beschäftigte die Thematik die Beteiligten sowie den Fachverband für Rundfunk und Breitbandkommunikation (FRK) noch bis vor Kurzem.

[Lesen Sie mehr](#)

## Media Broadcast in Schwierigkeiten: 4-Tage-Woche geplant

Dr. Jörn Krieger

Der Technikdienstleister Media Broadcast befindet sich nach Angaben der Gewerkschaft ver.di in schwieriger wirtschaftlicher Lage. Um Kündigungen zu vermeiden, plane der Arbeitgeber die Einführung einer 4-Tage-Woche.

**Mehr Relevanz und Wahrnehmung: "Lokal-TV muss weh tun"**

Unter dem Titel "Smartes Lokal-TV – Neue Wege der Vermarktung" fand am 24. und 25. September 2018 in Potsdam der von den fünf ostdeutschen Landesmedienanstalten initiierte [Lokal-TV-Kongress](#) statt. Bereits bei der Begrüßung durch MABB-Direktorin Anja Zimmer (Direktorin), Michael Sagurna, Präsident des SLM-Medienrats, und TLM-Direktor Jochen Fasco wurde die Wichtigkeit von Lokal-TV für Demokratie und Meinungsvielfalt hervorgehoben. Gleichzeitig kämpfen viele lokale Sender in Deutschland mit finanziellen Problemen. Eine bessere Nutzung digitaler Technologien könnte hier ein Ausweg sein.

[Lesen Sie mehr](#)**Maßgeschneidert für eine Marktlücke – Oliver Rockstein über die Erfolgchancen von Diveo**

Marc Hankmann

Für lange Zeit zog die Satellitenplattform HD+ einsam ihre Bahnen. Inzwischen ist in den Markt Bewegung gekommen, so dass inzwischen mehrere Plattformen um die Gunst des Kunden buhlen. Eine davon ist Diveo, für die Oliver Rockstein, Executive Vice President der M7 Group, verantwortlich ist. Im Interview mit MediaLABcom erklärt er, was Diveo von den anderen Plattformen unterscheidet und welche Pläne er für die Zukunft hat.

**MediaLABcom: Herr Rockstein, während alle Welt von Netflix, Amazon Prime Video oder DAZN spricht, kam in jüngster Zeit insbesondere im Sat-TV-Bereich Bewegung in den Markt. Neben Sky, HD+ und freenet TV Sat haben Sie Mitte Februar 2018 Diveo gestartet. Was macht diesen Markt so attraktiv?**

**Oliver Rockstein:** In Deutschland gibt es rund 17 Millionen Sat-TV-Haushalte, die alle ein gemeinsames Problem hatten: Lange Zeit stagnierte der Sat-Markt in seinen Möglichkeiten. Für Nutzer bedeutete dies wenig technische Weiterentwicklung und keine Wahlmöglichkeit zwischen verschiedenen Produkten sowie Preisen. Vor dem Markteintritt haben wir den deutschen Markt genau analysiert und waren überzeugt, dass das Potenzial für ein hybrides Produkt sehr groß ist. Denn die Ansprüche der Nutzer haben sich geändert. Sie erwarten auch bei Sat-TV mehr als nur brillante Bildqualität und haben ein Bedürfnis nach Flexibilität, Unabhängigkeit und Zeitoptimierung. Damit einhergehend hat sich natürlich auch die Nutzungsweise geändert: Aus der aktuellen gfu-Studie geht hervor, dass Smart TVs inzwischen zu 85 Prozent mit dem Internet verbunden sind, 61 Prozent der Befragten nutzen mittlerweile auch weitere Angebote aus dem Netz über ihren TV. Diveo stellt die logische Antwort auf diese veränderten Nutzungsbedingungen und das Bedürfnis innerhalb des Marktes dar, indem es die Vorteile der Sat-TV-Infrastruktur mit den Stärken des Internets kombiniert. Die Attraktivität des Sat-Marktes fußt also vor allem auf der Lücke, die im Markt vorhanden war und für die Diveo maßgeschneidert ist.

**MediaLABcom: Wie hat sich Diveo denn seitdem entwickelt?**

**Oliver Rockstein:** Mit der bisherigen Entwicklung Diveos sind wir sehr zufrieden. Unsere Einschätzung des Marktes hat sich als richtig erwiesen. Belegt wird das unter anderem durch die Starts von freenet TV, Sky Q und EntertainTV kurz nach Diveos Markteintritt. Auffällig ist, dass sich alle Produkte hinsichtlich Funktionsumfang und Kostenpunkten sehr stark unterscheiden. Mit der Markteinführung von Diveo haben wir es geschafft, frischen Wind in den Sat-Markt zu bringen. Inzwischen wurde Diveo mit elf Testsiegeln renommierter Fachmagazine, wie beispielsweise "Computer Bild", ausgezeichnet und hat sich somit eindeutig auch im Praxistest bewiesen. Seit Beginn bestätigen uns unsere Kunden jeden Tag aufs Neue, dass wir ein Produkt auf den Markt gebracht haben, das ihren Anforderungen gerecht wird. Sowohl Kunden als auch der Fachhandel sind von Diveo begeistert. Dies ist vor allem der zu Marktbeginn versprochenen stetigen Weiterentwicklung zu verdanken. Seit der Markteinführung im Februar 2018 optimieren wir die Benutzerfreundlichkeit und erweitern Diveo stetig um weitere Inhalte und Funktionen.

**MediaLABcom: Zum Start der Plattform fehlten die Mediatheken von ARD, ZDF und RTL. Sind sie inzwischen mit an Bord?**

**Oliver Rockstein:** Die Meta-Mediathek ist ein wichtiges Feature von Diveo. In ihr werden die Mediatheken vieler TV-Sender über eine gemeinsame, intuitiv bedienbare Oberfläche integriert. Seit Markteintritt konnten wir diese stetig erweitern. Bisher sind die drei genannten Mediatheken leider noch nicht Teil der Meta-Mediathek. Die Integration neuer Mediatheken bringt immer einen sehr hohen Entwicklungsaufwand mit sich. Dennoch arbeiten wir natürlich auch mit Hochdruck an dieser Front. Wir stehen in intensiven Gesprächen mit möglichen Partnern, um die Meta-Mediathek weiter vergrößern und den Usern ein noch breiteres Angebot bieten zu können.

**MediaLABcom: Die Smart-TV-App war anfangs nur auf ausgewählten Samsung TV-Modellen verfügbar. Inzwischen ist LG dazugekommen. Auf welchen Modellen der beiden Hersteller ist die App vorhanden?**

**Oliver Rockstein:** Wir freuen uns sehr darüber, dass nach Samsung im Mai nun im September auch LG Electronics als Kooperationspartner folgte. Beide Hersteller haben das Potenzial von Diveo und der integrierten Nutzung erkannt. Vorhanden ist die App nun auf allen Samsung Smart-TV-Geräten und auch auf allen LG Smart-TVs jeweils ab Baujahr 2015. Usern bietet sich durch die App ein noch größerer Funktionsumfang ihres TV-Geräts. Es ist quasi wie ein neues Betriebssystem für den Fernseher.

**MediaLABcom: Welche weiteren Hersteller werden demnächst dazukommen?**

**Oliver Rockstein:** Mit Samsung und LG Electronics als Kooperationspartner können wir schon große Teile des Marktes abdecken. Um auch Nutzern anderer TV-Geräte das Fernsehen der Zukunft zum Gerätekauf gleich mitliefern zu können, treiben wir einen kontinuierlichen Rollout voran. Selbstverständlich befinden wir uns daher in Gesprächen und teilweise auch schon in der technischen Entwicklung mit weiteren Partnern. Konkrete Angaben kann ich hierzu noch nicht machen. Mit Samsung und LG Electronics konnten wir verhältnismäßig schnell zwei Kooperationen abschließen – so soll es auch weiter gehen.

**MediaLABcom: Wollen Sie langfristig in Sachen Abonnenten die Nummer 1 unter den Satellitenplattformen werden oder wo soll sich Diveo zwischen Sky, HD+ und freenet TV Sat einordnen?**

**Oliver Rockstein:** Wir blicken optimistisch in die Zukunft, da wir ein kundenzentriertes, starkes Produkt an den Start gebracht haben, das Begehrlichkeiten weckt. Natürlich ist es unser Ziel, so viele Sat-TV-Nutzer wie möglich von Diveo und seinen Produkteigenschaften zu überzeugen. Diveo hat eindeutige Pluspunkte im Vergleich zu den anderen Plattformen, da es die Vorteile verschiedener existierender Produkte kombiniert. So können wir das TV-Erlebnis unabhängig von Ort und Zeit absolut flexibel gestalten. Denn Nutzer können parallel auf bis zu fünf Endgeräten wie TV, Notebook, Tablet und Smartphone die Inhalte ihrer Wahl schauen. So bieten wir eine wirkliche Innovation im Sat-TV-Markt. Deshalb sind wir überzeugt, dass wir uns gegenüber dem Wettbewerb behaupten und Diveo als Top-Sat-TV-Plattform auf dem Markt positionieren können.

**MediaLABcom: In jüngster Zeit scheint Sky sein Profil schärfen zu wollen, indem sich der Pay-TV-Anbieter von einer Reihe an Drittsendern verabschiedete. Gereicht Ihnen das zum Vorteil? Immerhin könnten die betroffenen Sender die verlorene Reichweite wieder zurückgewinnen, wenn sie über Diveo verbreitet würden.**

**Oliver Rockstein:** Natürlich planen wir unser Portfolio kontinuierlich auszuweiten, um Diveo-Nutzern eine möglichst große Vielfalt an TV-Sendern zur Auswahl zu stellen. Die Wahlmöglichkeiten und die Größe des Angebots ist ein entscheidender Faktor für die Kunden. Dies wird durch die große Beliebtheit unseres "Vielfalt"-Pakets unterstrichen, welches neben über 50 Sendern in HD-Qualität zusätzlich 27 Premium-TV-Sender bietet. Sender anzubieten, die Wettbewerber in ihrer Senderauswahl nicht auflisten, stellt dabei einen Vorteil dar. Bei der Wahl der Sender, die in Diveo integriert werden, orientieren wir uns selbstverständlich vor allem an den Präferenzen der Kunden. Dies hilft uns zu ermitteln, welche Integrationen den Nutzern einen echten Mehrwert bieten. Daher übernehmen wir nicht jeden Sender, prüfen allerdings alle Möglichkeiten.

**MediaLABcom: Es wird ein weiterer Versuch unternommen, ein deutsches Hulu aus der Taufe zu heben. Würde eine solche Plattform mit allen großen deutschen TV-Sendern nicht alle anderen Sat-Plattformen obsolet machen, die keine exklusiven Rechte für Ultra-HD-Inhalte, Spielfilme oder Sport besitzen?**

**Oliver Rockstein:** Natürlich würde durch diese Entwicklung eine komplett neue Situation auf dem Markt geschaffen werden und veränderte Dynamiken entstehen. Zunächst gilt es hier zu eruieren, wie genau diese Plattform aussehen könnte. Mit der Kombination aus HD-Bildqualität, Meta-Mediathek, Videothek und interaktiven Funktionen können wir uns sicherlich weiterhin von anderen Angeboten auf dem Markt abgrenzen. Denn Diveo bietet mehr als nur ein großes Senderportfolio. Die stetige Weiterentwicklung und Optimierung von Diveo, die wir zu Markteintritt versprochen haben, ist darauf begründet, solchen Situationen vorzubeugen. Unser Anspruch war es ein Produkt zu schaffen, dass es in gleicher Form so auf dem Markt nicht gibt. Damit können wir uns jetzt auch in geänderter Wettbewerbssituation auf dem Markt behaupten.

**MediaLABcom: Auf Diveo gibt es keine exklusiven TV-Sender. Worin unterscheiden Sie sich also von Wettbewerbern?**

**Oliver Rockstein:** Wie bereits erwähnt, liegt der Unterschied zu Wettbewerbern vor allem darin begründet, dass Diveos Angebot nicht allein auf lineares Fernsehen ausgerichtet ist. Aktuelle Studien zeigen bereits, dass der Trend hin zu TV-Inhalten zur Wunschzeit und weg vom vorgeschriebenen TV-Programm geht – Angebote wie Netflix und Co. boomen. Die meisten Wettbewerber haben dafür jedoch keine Antwort, sie bieten vor allem eins: scharfe Bildqualität. Diveo hingegen verspricht nicht nur „besseres“ Fernsehen. Als hybride Plattform verknüpft es die Qualitätsvorteile der TV-Infrastruktur Satellit über intelligente, eigenentwickelte Technologie mit den Stärken des Internets. Die Überwindung der Grenzen zwischen linearem und non-linearem Fernsehen in Kombination mit unserem Angebot an Premium-Sendern macht Diveo zu einem exklusiven Produkt. In dieser Form und zu unserem Preis kann das keiner unserer Wettbewerber bieten.

### **MediaLABcom: Was zeichnet denn Diveo besonders aus? Was wird von den Kunden gern genutzt?**

**Oliver Rockstein:** Bis zu 70 Sender in HD-Qualität, davon bis zu 27 Premium-TV-Sender, Zugriff auf die größten Mediatheken, eine komfortable App für Mobile Devices und eine Videothek on top. Diveo ist dank der Usability der Plattform in Kombination mit zahlreichen smarten Funktionen ein absolut konsumentenzentriertes Produkt. Laut Kundenfeedback sind besonders interaktiven Features wie Neustart oder Pause beliebt. Im Vergleich zur Konkurrenz bieten wir angesichts der Vielzahl an integrierten Services einen sehr fairen Preis. Dies gilt vor allem, wenn man bedenkt, dass keine versteckten Kosten dazukommen. So ist beispielsweise die Nutzung der Diveo-App schon im monatlichen Festpreis inkludiert und muss nicht, wie bei anderen Anbietern, dazugekauft werden.

### **MediaLABcom: Und welche Features oder Funktionen planen Sie für Diveo in Zukunft? Wie sieht es mit Ultra-HD-Inhalten aus?**

**Oliver Rockstein:** Aktuell bieten wir den Empfang von UHD-Sendern noch nicht an. Das liegt daran, dass sich der Marktanteil der Sender, die Programmangebote in Ultra HD ausstrahlen, momentan noch im „Promillebereich“ bewegt. Wir beobachten aber den deutschen Markt intensiv, um Diveo einhergehend mit den aktuellen Trends weiterzuentwickeln und unsere Kunden dadurch in die Zukunft des TV-Erlebnisses mitzunehmen. Besitzer eines Ultra-HD-TV-Gerätes mit Sat-TV- und Internetanschluss sind mit Diveo allerdings auch jetzt schon optimal ausgerüstet. Denn die Geräte bieten bei HD-Content ein faszinierendes TV-Erlebnis. Welche Features genau in der Zukunft implementiert werden, kann ich heute nicht versprechen. Es gibt noch einige weiße Flecken auf der Sat-TV-Landkarte – da müssen wir Prioritäten setzen, um die wichtigsten zu erschließen. Genau wie bei der Auswahl der TV-Sender orientieren wir uns daher auch in diesem Punkt an den Präferenzen und Wünschen unserer Kunden, denn die Nutzerfreundlichkeit ist uns sehr wichtig.

### **MediaLABcom: Fußball ist bei Plattformbetreibern sehr begehrt. Interessiert sich die M7 Group für die Rechte an der Bundesliga oder den europäischen Pokalwettbewerben?**

**Oliver Rockstein:** Bei Diveo geht es um das gesamte TV-Erlebnis. Fußball ist dabei ein plakatives Anwendungsbeispiel, bei dem Diveo-Kunden dank der interaktiven Funktionen und der Bildqualität auch jetzt schon kein Tor verpassen. Vorerst planen wir nicht, einen Fokus auf die Rechte an der Bundesliga oder europäischen Pokalwettbewerben zu legen.

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

Ordnungspolitik ade... oder Leo Kirchs Sommerträume reloaded *Heinz-Peter Labonte*

Leo Kirch wollte um das Jahr 2000 Programm und Infrastruktur vereinen. Inhalte wollte er mit seinem Filmstock über die heutige ProSiebenSat.1-Familie nebst den öffentlich-rechtlichen Sendern vermarkten, während die Deutsche Telekom die Infrastruktur vorhielt. Die katholische K- und K-Monarchie hätte damals vielleicht sogar funktioniert.

Schön wär's gewesen. Denn so oder so ähnlich hatten die Freunde Kirch und Helmut Kohl sich die schöne neue Fernsehwelt wohl vorgestellt. Und dann kam die FDP unterstützt von den Verfechtern der sozialen Marktwirtschaft in der CDU auf die Idee, die Trennung von Infrastruktur und Programminhalten politisch und über das Kartellamt sicherzustellen.

### **Oligopolitik der Regierung und EU**

Was daraus wurde, ist bekannt. Die Telekom ging an die Börse, das ältere Zweidrahtkupferkabel behielt sie, die modernen Kupferkoaxialkabel musste sie verkaufen. Von den insgesamt neun regionalen Kabelgesellschaften sind inzwischen sechs bei Vodafone wiedervereignet und die übrigen drei bei Unitymedia, die zu John Malones Liberty-Global-Imperium gehört. Wenn jetzt der Verkauf von Unitymedia an Vodafone durchgeht, dann ist doch 20 Jahre nach dem Börsengang in angelsächsischem Besitz wieder zusammen, was einstens dem deutschen Steuerzahler gehörte.

Immerhin, das Monopol mutierte zum Duopol; denn die Telekom hat, betriebswirtschaftlich sinnvoll, mit Vectoring und, wie im "[Handelsblatt](#)" zu lesen ist, rund 500.000 Glasfaserkilometer als Erschließungspotenzial zwischen Städten und Funkmasten als Voraussetzung für die letzte Meile zum Kunden ausgebaut und sich zu wesentlichen Teilen auch mit öffentlicher Förderung für den Wettbewerb mit dem anderen Duopolisten ertüchtigt. Der Bund der Steuerzahler beschwert sich nicht über diese Oligopolitik der Bundes- und Landesregierungen, weil sie dem Bundeshaushalt eine jährliche Dividende von rund einer Milliarde Euro einbringt.

### **Wettbewerb, dritte, vierte Kraft?**

Freut sich wirklich der Dritte, wenn sich zwei Festnetzbetreiber streiten? Kann man so nicht sagen. Die Kommunen versuchen krampfhaft über Regiebetriebe, Zweckverbände, Kooperationen oder Stadtwerke einen Fuß in den Markt zu bekommen. Die mittelständischen Kabelnetzbetreiber aus Handwerk und Wohnungswirtschaft sind der unheiligen Allianz aus Kommunen mit Telekom, Stadtwerken oder Bundes-

bzw. Landesförderung für Telekom ausgesetzt, die, wie in Brandenburg bis in die Ausschreibungen reicht. Die nationale Ordnungspolitik und Soziale Marktwirtschaft ist zumindest in der Breitband- und damit der Digitalpolitik inzwischen außer Kraft gesetzt. Ist nur noch etwas für Sonntags- und Wahlkampfreden.

### **5G – bleiben die Autos auf dem Land stehen?**

Oder vielleicht doch nicht? Denn inzwischen dämmert es auch unter der Berliner Politikinsider-Glocke: Was ist, wenn nach der Ausschreibung der 5G-Frequenzen die Verkehrsmobilität so endet: „Und die Fahrer stehen stumm an der blöden Ausfahrt rum“? Wenn nämlich bei der Ausschreibung die Oligopolisten nebst Telefónica Deutschland auch beim Mobilfunk die ländlichen Regionen den Ertragsinteressen der Oligopolisten geopfert werden.

Hier zeigt sich, dass die Liaison von Tele Columbus, Versatel, Drillisch und United Internet über die Intervention von fünf CDU/CSU-Bundestagsabgeordneten inzwischen sogar das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur sowie das Bundeswirtschaftsministerium nebst Kanzleramt auf den Plan ruft. Sie alle wollen Garantien für eine Chancengleichheit bei der 5G-Erschließung auch der ländlichen Regionen. Immerhin! Lieber spät als gar nicht aufwachen.

### **Netzallianz, Digitalisierungsgipfel**

Man möchte aufschreien, was haben all die IT-/Breitband-/Digitalisierungsgipfel, was haben Netzallianz und die vielen Veranstaltungen auf kommunaler, Länder- und Bundesebene, was haben all die Messen, Workshops und Digitaltage gebracht? Wenn erst der Aufschrei eines Vorzeigeunternehmers aus dem Westerwald, das für seinen Markteintritt wenigstens eine zeitweise Einschränkung der Monopolisten durch nationales Roaming benötigt, die Politik zum Handeln zwingt?

### **Deutsche UKW-Konsequenz!**

Es erinnert an die Abschaltung der analogen Rundfunkverbreitung. Erst wird die TV-Abschaltung für 2010 angekündigt und dann auf 2012 „beschleunigt“. Aber nur für die Satellitenverbreitung. Im Kabel genügt die Intervention der Oligopolisten und sie wird nochmals „beschleunigt“ – bis 2018, 2019. Für den Hörfunk (Radio) gibt es dann die totale Verwirrung: Auf Intervention und Druck eines Oligopolisten wird zumindest in Sachsen, Bayern und Bremen die Spreizung zwischen terrestrischer und Kabelverbreitung gesetzlich vorgeschrieben. Damit die Mittelständler dem Oligopolisten keine Kunden im Wettbewerb abjagen können. Sehr verbraucherfreundlich!

Die nötigen Um- und Aufrüstgeräte für die Stereoanlagen der Verbraucher sind in Bayern schon vergriffen, Lieferengpässe? Interessiert doch die Oligopolisten und die sie unterstützenden Parteien bzw. Landesregierungen nicht. Es bleibt bei der terrestrischen analogen Verbreitung bis 2025 und dem Verbot der Einspeisung in die Kabelnetze ab 2019. Zumindest in Sachsen, Bayern und Bremen. Und dann wundert man sich in den Berliner Parteizentralen über Wahl Niederlagen in den Ländern.

### **Und Comcast macht den Leo**

In diese deutsche Idylle spekuliert nun die "[Financial Times](#)" Anfang Oktober 2018, dass Leo Kirchs und Helmut Kohls Traum doch noch Wirklichkeit werden könnte. Aber nicht mehr unter deutschen, sondern gleichsam unter „America First“-Führung. Und das geht so: Erst hat die US-amerikanische Kabelfirma Comcast den Pay-TV-Veranstalter Sky übernommen. Damit ist die Integration der Programminhalte und Infrastruktur in Europa und Großbritannien nur noch einen weiteren Schritt entfernt.

### **Alles aus einer (angelsächsischen) Hand**

Denn nach diesem spekulativen Artikel der "FT" könnte Comcast nach Sky auch Vodafone übernehmen. Nach der angekündigten Übernahme von Unitymedia durch Vodafone wäre Deutschlands größter Infrastrukturbetreiber mit seinen fast 30 Millionen Endkundenhaushalten (über 70 Prozent der deutschen Haushalte) in der Hand von Comcast und damit Infrastruktur- und Inhalteanbieter vereint.

### **Fazit**

Monopole schaden nur denen, die sie nicht besitzen. Das stimmt. Aber: Soziale Marktwirtschaft schafft die politischen Rahmenbedingungen, in denen Monopole verhindert und Oligopole vermieden werden. Dies wurde zwischen 1990 und 2000 ebenso praktiziert wie in den 1950er- und 1960er-Jahren des (west-)deutschen Wirtschaftswunders.

Und schon damals, 1968, schrieb Jean-Jacques Servan-Schreiber seinen Bestseller „Die amerikanische Herausforderung“ mit der Aussage „Hilfe, jetzt kauft uns Amerika“. Sage doch bitte keiner, Kirch reloaded sei heute im Zeitalter der Globalisierung nicht verhinderbar. Denn die Inhalte von Sky, die (inter-)nationalen Infrastrukturen von Comcast nebst allen Urheberrechten für alle Verbreitungswege im Kabel sowie über Satellit und im Internet (zum Beispiel mit Sky Q) lassen Netflix und Amazon als Anfänger erscheinen, denen das Monopol von Comcast wirklich schaden würde.

Aber in Deutschland richten wir ein Kompetenzzentrum zur Digitalisierung ein und verbieten in Sachsen per Gesetz in Kabelnetzen die analoge Einspeisung von terrestrisch weiterhin verbreiteten UKW-Programmen. Denk ich an Deutschland in der Nacht, fällt mir nur noch Heinrich Heine ein, aber etwas

abgewandelt, denn heute hat uns die Angst vor der eigenen Gestaltungscourage und dem Wettbewerb um den (ordnungs-)politischen Verstand gebracht.

## Keine Bagger, keine Bauleiter, keine Breitbandkenntnisse: So steht es um den Gigabit-Ausbau

Marc Hankmann

Wofür setzen sich Landfrauen, Architekten und Call-Center-Betreiber gemeinsam ein? Für den Glasfaserausbau, lautet die nicht gerade offensichtliche Antwort. 22 Verbände und Organisationen – zugegeben viele aus den Bereichen Telekommunikation und IT, aber eben auch der Deutsche Landfrauenverband, die Bundesarchitektenkammer sowie der Call Center Verband Deutschland – haben ein Papier unterzeichnet, in dem sie die flächendeckende Versorgung mit Glasfaseranschlüssen fordern.

Die einzelnen Punkte dieses Papiers würden sicherlich auch jeder Politiker, Netzbetreiber und Unternehmer unterschreiben. Es geht um eine bessere Koordination bei Genehmigungsverfahren, Anreize für den privatwirtschaftlichen Breitbandausbau oder Augenmaß bei der Vergabe von Fördergeldern. Nichts wirklich Neues, abgesehen von der Bandbreite an Organisationen, die hinter diesen Forderungen stehen. Allein das unterstreicht aber bereits die große Bedeutung des Breitbandausbaus für die wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands, ja sogar letztendlich für den gemeinschaftlichen Zusammenhalt.

### Zu optimistische Zahlen?

Anhand aktueller Zahlen könnte man meinen, dass eigentlich alles prima läuft. Im Vergleich zu 2017 wird laut der aktuellen TK-Marktanalyse des Verbands der Anbieter für Telekommunikations- und Mehrwertdienste (VATM) die Zahl der Breitbandanschlüsse in diesem Jahr um 1,1 Millionen auf 34,4 Millionen steigen. Das monatliche Datenvolumen pro Festnetzanschluss erhöht sich im Jahresvergleich um 8,2 Prozent auf rund 90 Gigabyte. Vor drei Jahren war das Volumen nicht einmal halb so groß. Bis Ende 2018 sollen 3,44 Millionen Haushalte einen Glasfaseranschluss beziehen können. Im vergangenen Jahr waren es etwas mehr als 2,9 Millionen Haushalte.

Teilweise sind die Zahlen noch optimistischer. So soll die Zahl der Glasfaseranschlüsse laut Breitbandstudie des Bundesverbands Breitbandkommunikation (Breko) Ende 2017 schon bei 3,9 Millionen gelegen haben. „Das halte ich platt gesagt für falsch“, kontert hingegen Professor Dr. Torsten J. Gerpott, wissenschaftlicher Beirat der Dialog Consult GmbH, die für den VATM die Marktzahlen erhoben hat. „Das deckt sich mit keiner anderen Erhebung, die wir finden konnten“, erklärte Gerpott bei der Präsentation der TK-Marktanalyse Anfang Oktober 2018 in Berlin. Auch die Prognose des Breko von neun Millionen Glasfaseranschlüssen bis 2020 hält Gerpott vor dem Hintergrund der Wachstumszahlen für falsch.

### 5,5 Milliarden Euro an Investitionen

Die Deutsche Telekom legt noch einen oben drauf und behauptete auf ihrem Netzetag Mitte Oktober 2018 in Berlin, dass sogar 33 Millionen Haushalte an Glasfaser angeschlossen seien. Das stimmt aber nur, wenn man damit die Verbindung zum Hauptverteiler meint, also die FTTC-Versorgung. „Mit dem Glasfaserausbau bis zum Bürgersteig sind wir auf der Zielgeraden“, sagte Telekom-CEO Tim Höttges in Berlin, „anschließend starten wir die nächste Stufe.“ Bis Mitte 2019 wollen die Bonner den Vectoring-Ausbau abschließen. Rund zehn Millionen Haushalte können Stand heute mit bis zu 250 Mbit/s im Internet surfen. Im kommenden Jahr sollen es dann 28 Millionen sein.

Glasfaser bis zum Ende wird die Telekom aber für 5G benötigen, vor allem, wenn sie ihre Pläne für den Rollout der fünften Mobilfunkgeneration umsetzen will. Bis 2025 wollen die Bonner 99 Prozent der Bevölkerung und 90 Prozent der Fläche Deutschlands mit 5G versorgen. Dafür plant die Telekom, jedes Jahr über 2.000 neue Mobilfunkstandorte zu errichten. „Viele davon in den sogenannten weißen Flecken“, sagte Höttges auf dem Netzetag. Darüber hinaus will der TK-Konzern 10.000 kleinere Funkzellen an Stellen mit besonders hoher Nachfrage oder in Gebäuden aufbauen. Dafür will die Telekom jährlich 5,5 Milliarden Euro investieren.

Der 5G-Rollout ergibt aber nur dann Sinn, wenn die Mobilfunkmasten mit Glasfaser angeschlossen sind. Laut Höttges ist das heute bei 80 Prozent der Fall. Während des Netzetags feierte der Konzern den 500.000sten Glasfaserkilometer. Damit verfügt die Telekom zwar über Deutschlands größtes Glasfasernetz, jedoch reicht die Glasfaser meist eben nur bis zum Hauptverteiler. Das soll sich nun ändern, denn die Bonner wollen jährlich bis zu zwei Millionen Haushalte mit FTTH versorgen.

### Infrastruktur- und kein Modegeschäft

Versorgen bedeutet jedoch noch lange nicht nutzen. Von den 3,44 Millionen Haushalten mit einem Glasfaseranschluss surft tatsächlich nur knapp ein Drittel über Glasfaser im Internet. Schon wird eine Nachfragerücke herbeigejammert, die Professor Gerpott allerdings für überzogen hält. „Der Glasfaserausbau ist ein Infrastruktur- und kein Modegeschäft, in dem sich die Nachfrage schnell ändert“, erklärte der TK-Experte in Berlin. Die Haushalte würden nach und nach auf Glasfaser migrieren.

Damit das geschieht, muss der Breitbandausbau natürlich vorangehen. Das Jahreswachstum bei FTTH/H-Anschlüssen von rund einer halben Million könnte nach Gerpotts Ansicht auf 0,75 bis eine Million

gesteigert werden. Mit einer flächendeckenden Versorgung in den nächsten fünf bis zehn Jahren rechnet er daher nicht. Es sei ein Bündel an Gründen, warum der Breitbandausbau noch so viel Zeit in Anspruch nehmen werde. „Politisch wurde viel zu spät damit begonnen, das Thema mit Konsequenz, Geld und Priorität aufzugreifen“, fasst Gerpott die Gründe zusammen.

### **Micro Trenching als Alternative**

Jetzt muss man die Konsequenzen ausbaden. Auf dem 4. Gigabit-Symposium Anfang September 2018 in Berlin legten verschiedene Marktakteure den Finger in die Wunde. Hier wurde auch das Thesenpapier der 22 Verbände präsentiert. Darin geht es unter anderem auch um den verstärkten Einsatz alternativer Verlegetechniken. Dafür sprach sich auch Telekom-Chef Höttges auf dem Netzetag aus. „Wir können durch einfachere Verfahren wie Micro Trenching bis zu 40 Prozent der Tiefbaukosten einsparen“, erklärt Höttges. Aber: „Die Kommunen verlangen die Verlegung in 120 Zentimeter Tiefe.“

Rainer Helle vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Technologie des Landes Schleswig-Holstein kann die Haltung der Kommunen verstehen. „Wir haben mit Micro Trenching auch schlechte Erfahrungen gemacht“, sagt Helle. Insbesondere im Winter hatten die Kommunen mit aufgeplatzten Bürgersteigen zu kämpfen. Dabei geht es dann auch um Haftungsfragen. „Eine ungewisse Haftung schafft immer Unsicherheiten bei neuen Technologien“, sagt Tim Brauckmüller, Leiter des Breitbandbüros des Bundes. „Die Widerstände werden aber geringer.“

### **Fehlende Erfahrung und Fachkräfte**

Einigkeit herrscht aber bei der Forderung, dass Antrags- und Genehmigungsverfahren verschlankt und beschleunigt werden müssen. So werden beispielsweise kaum überbezirkliche Bauanträge gestellt, berichtete Andrea Huber, Geschäftsführerin des Kabelnetzbetreiberverbands ANGA, auf dem Gigabit-Symposium. Der Grund: Es sei laut Huber unmöglich, dass zwei Bauämter zeitgleich Baugenehmigungen erteilen. „Solche Fälle werden sehr oft an uns herangetragen“, erklärt die ANGA-Geschäftsführerin. „Man muss an die Verwaltungsvorgaben ran.“

Laut Brauckmüller sei auch die Masse an beantragten Genehmigungen für den Breitbandausbau ein Problem in den Verwaltungen. „Viele Ämter machen das zum ersten Mal“, erklärt der Leiter des Bundesbreitbandbüros. Es fehlt an Erfahrung und Know-how. „Hilfreich wäre es, wenn Verfahren standardisiert würden“, so Brauckmüller weiter. Auch die Digitalisierung von Genehmigungsverfahren wäre ein Fortschritt.

Das Know-how fehlt jedoch nicht nur auf den Ämtern. Es mangelt an Planern und Bauleitern, ganz abgesehen vom allgemeinen Engpass an Tiefbaukapazitäten. „2017 war das beste Geschäftsjahr für die Bauindustrie seit 21 Jahren“, sagt Iris Plöger, Mitglied der Hauptgeschäftsführung im Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI). Doch der Mangel an Baukapazitäten und Fachkräften sei laut Plöger offensichtlich. 79 Prozent der BDI-Mitglieder nennen den Fachkräftemangel als größtes Wachstumsrisiko. „2010 waren es nur 29 Prozent“, ergänzt die BDI-Geschäftsführerin.

### **„Gift für Investoren“**

Auf all diese Probleme könnte die Politik Einfluss nehmen. Doch laut Béla Waldhauser von der Allianz zur Stärkung digitaler Infrastrukturen in Deutschland fehle es in der Politik an einer breiten Aufmerksamkeit für die Auswirkungen der Digitalisierung. „Ohne digitale Infrastrukturen werden wir nicht wettbewerbsfähig bleiben“, warnte Waldhauser auf dem Gigabit-Symposium in Berlin.

Es hagelt Kritik an allen Fronten. Deutsche Telekom, Vodafone und Telefónica Deutschland wettern unisono gegen die Auflagen zur Versteigerung der 5G-Frequenzen (lesen Sie hierzu den [Beitrag](#) in dieser Ausgabe). „Auf Veränderungen in der Regulierung reagieren Investoren immer angespannt“, erläutert Peter Selgert vom Beratungsunternehmen BSO Performance. Auch das DigiNetz-Gesetz hält Selgert nicht für „sauber gestrickt“. „So etwas ist Gift für Investoren“, meint der Berater.

### **„Politik macht dicke Backen“**

Es gibt also noch einiges zu tun, auch nach dem Upgrade des Bundesförderprogramms durch Verkehrsminister Andreas Scheuer, sei es bei Baugenehmigungen, im Fachkräftemangel oder bei regulatorischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen. Rainer Helle aus dem schleswig-holsteinischen Wirtschaftsministerium ist sich jedenfalls sicher, dass der Breitbandausbau auch noch nach 2025 auf der politischen Agenda stehen wird. „Wir werden uns dann um die Inhouse-Verkabelung kümmern müssen“, erklärte Helle auf dem Gigabit-Symposium. Dass der Breitbandausbau ein Dauerthema ist, sollte seiner Meinung nach auch so von der Politik kommuniziert werden.

„Die Politik macht dicke Backen, aber ihre Maßnahmen halten sich in Grenzen“, resümiert Professor Gerpott und wirft den Blick zurück. Die Versorgungsquote mit 50 Mbit/s lag laut Breitbandatlas Ende 2017 bei 80,5 Prozent. Bis Ende des Jahres könnte sie nach Gerpotts Ansicht eventuell auf 87 Prozent steigen. Das Ziel der flächendeckenden 50-Mbit/s-Versorgung wird damit jedoch verfehlt. Gerpotts Kommentar dazu: „Breitbandziele kommen und gehen, Politiker bleiben.“ Leider, muss man wohl hinzufügen.

Aktionismus. Nicht nur der politisch Verantwortlichen, wohin man blickt. Jetzt auch beim Deutschen Städte- und Gemeindebund (DStGB), Arm in Arm mit dem IT-Verband Bitkom. Sie brauchten eine Umfrage, um zu erkennen, dass zwar rund 90 Prozent der Städte und Gemeinden die Chancen der Digitalisierung realisieren, sie aber gleichzeitig zugeben müssen, dass sie derzeit noch keine Strategie für den notwendigen Umbau besitzen.

### **Je mehr man hat...**

...desto mehr man will. Zwar haben sie und auch jeder Landkreis einen Digitalverantwortlichen. Aber den Wirtschaftsförderern der kommunalen Gebietskörperschaften wurde schon vor Jahren die Zusatzverantwortung für Digitalisierung als „Breitbandbeauftragte“ übertragen. Damals hieß der Digitalgipfel der Bundesregierung noch „Breitbandgipfel“.

Um von der eigenen Kurzsichtigkeit abzulenken, wird nun in einem gemeinsamen „Strategiepapier“ von DStGB und Bitkom nach einem bundesweiten Kompetenzzentrum „Digitale Städte und Regionen“ unter Federführung des Bundes in enger Kooperation mit den kommunalen Spitzenverbänden gerufen.

### **Pulitzerpreisverdächtig**

Schon im in „IT-Gipfelprozess“ umgetauften „Breitbandgipfelprozess“ waren die Texte der Lobbyverbände pulitzerpreisverdächtig. Wie wurde gerungen. Um Worte, um Texte. Und dann war plötzlich in der Endredaktion doch der Inhalt verändert. Vectoring war geboren. Wäre das anders gewesen, wenn es schon damals ein „Kompetenzzentrum Digitalisierung“ gegeben hätte? Nein! Die kommunalen Spitzenverbände inklusive Landkreistag waren und sind ebenso wie der Bitkom maßgeblich eingebunden.

### **Kommunale Selbstverwaltung?**

Der Eindruck von außen drängt sich insbesondere im Mittelstand auf: Trotz Breitband-/Digitalisierungsbeauftragten der kommunalen Gebietskörperschaften, eines inzwischen sehr effizient arbeitenden Breitbandbüros des Bundes versteckten sich die kommunalen Repräsentanten teilweise untergehakt mit den Länderrepräsentanten lieber hinter der Deutschen Telekom.

Der Eindruck der organisierten Verantwortungslosigkeit machte insbesondere im Mittelstand die Runde. In Brandenburg zum Beispiel wurde mit Billigung vieler Kommunen und der Industrie- und Handelskammern, bei denen ja bekanntlich auch die Mitglieder des Bitkom in den Gremien sitzen, das Programm „Glasfaser 2020“ selbst in den mit fast 100 Millionen Euro geförderten Ausschreibungslosen so auf die Telekom und deren Interessen „maßgeschneidert“, dass selbst Arbeitsgemeinschaften von mittelständischen Kabelnetzbetreibern nicht zum Zuge kommen konnten.

Heute verstecken sich die Verantwortlichen in Wirtschaft und kommunaler Selbstverwaltung hinter dem selbst erzeugten Eindruck, dass die Telekom und die Bundesregierung an allem schuld seien. Wie sagte doch Ernst Reuter vor fast 70 Jahren: „Kommunale Selbstverwaltung bedeutet die Freiheit, Dummheiten auf eigene Kosten zu machen.“ Reuter war aber noch gewohnt, selbst Verantwortung zu übernehmen und nicht seine Verantwortung „wegzuorganisieren“.

### **Besser den Digitalgipfel revitalisieren**

Es braucht deshalb auch kein neues Instrument, bei dem die Verantwortlichen ihre selbstverschuldeten Versäumnisse über nicht selbst verantwortliche Berater wie TÜV Rheinland oder PwC „wegorganisieren“. Viel besser wäre allen gedient, wenn der Digitalgipfel der Regierung revitalisiert würde.

Hier können, wie ursprünglich auch geplant und zum Beispiel bei der Abschaltung der analogen Satellitenverbreitung praktiziert, alle gesellschaftlichen, kommunalen, wirtschaftlichen, sozialen und politischen Interessen artikuliert und in die gegebenenfalls notwendigen Kompromisse eingebracht werden.

### **Klare Sprache**

In diesem organisierten System der „Checks and Balances“ herrschte in den Anfangsjahren Transparenz bei Vorschlägen und Entscheidungen. Die Summe der Teilöffentlichkeiten konstituierte auch hier „die Öffentlichkeit“. Eine Binsenweisheit? Ja. Aber die Medien, allen voran die Zeitungs-, Magazin- und Rundfunkjournalisten, erfüllten hier ihre Aufgabe.

### **Fazit**

Natürlich, jeder kann zu der von Bitkom und Messe Berlin kommerzialisierten „Smart Country Convention“ gehen, seine 120 Euro (Bitkom-Mitglieder) oder 170 Euro (Nichtmitglieder) Eintritt zahlen. Dümmer wird man vom Besuch dieser (wievielten eigentlich?) „Digital“-Messe sicherlich nicht. Auch ist dem Bitkom, seinen Vertretern und der Berliner Messe ein Erfolg zu gönnen, der auch die Vertreter der kommunalen Selbstverwaltung erleuchtet in ihre Kommunen zurückfahren lässt.

Aber wozu wird eigentlich wenige Tage vorher der Digitalgipfel der Bundesregierung in Nürnberg durchgeführt? Warum wird dieser weitergeführt, wenn der mitveranstaltende Bitkom nun ein weiteres „Kompetenzzentrum Digitalisierung“ mit vermutlicher Tendenz zur Bürokratisierung vorschlägt? Der Digitalisierungsgipfel hat doch schon mit der genauso „effizienten“ Netzallianz seine Wettbewerbsveranstaltung. Vielleicht versuchen die offenbar unter einem Mangel an Insidertreffen leidenden Funktionäre es einmal mit direkten Gesprächen und Aufklärung bzw. Weiterbildung der kommunalen „Breitband-/Digitalisierungsbeauftragten“.

**Mogelpackung? Auf der Frequenzauktion steht 5G drauf, aber es ist wenig 5G drin**

*Marc Hankmann*

Deutschland soll 5G-Leitmarkt werden, so hat es der ehemalige Bundesverkehrsminister Alexander Dobrindt formuliert. Deshalb sollen im Frühjahr 2019 Frequenzen im 2-GHz-Band sowie zwischen 3,4 und 3,8 GHz versteigert werden. Die Politik macht Druck, die Mobilfunkunternehmen warnen vor zu großen Belastungen und mittendrin befindet sich die Bundesnetzagentur (BNetzA), an deren Auflagen sich die Geister scheiden.

### **Die Auflagen der BNetzA**

Ende September 2018 hat die BNetzA ihrem Beirat einen Entwurf für die anstehenden 5G-Auktion vorgelegt, der eigentlich niemanden richtig gefällt. Der Entwurf sieht Versorgungsverpflichtungen vor, die für Kritik sorgen. Dabei geht es nur einmal um 5G. Wer Frequenzspektren im Bereich 3,6 GHz erwirbt, muss bis Ende 2022 500 5G-Basisstationen errichten. Im selben Zeitraum sollen alle Lizenznehmer dazu verpflichtet werden, in ihren Netzen eine Abdeckung von 98 Prozent mit mindestens 100 Mbit/s zu erreichen und an fahrgaststarken Bahnstrecken mindestens 50 Mbit/s bereitzustellen. Fahrgaststark meint ein Aufkommen von über 2.000 Fahrgästen pro Tag.

Insbesondere die Frequenzen im 2-GHz-Band sind mit einigen Auflagen verbunden. So wird ein Block mit 2 x 10 MHz versteigert, mit dem die Verpflichtung einhergeht, sämtliche Autobahnen und Bundesstraßen mit 100 Mbit/s versorgen. Außerdem müssen 2-GHz-Lizenznehmer 500 Basisstationen mit mindestens 100 Mbit/s in den sogenannten „weißen Flecken“ installieren.

### **Neueinsteiger willkommen**

Damit sich auch Neueinsteiger für die 5G-Frequenzen interessieren, will die BNetzA regionale und lokale Lizenzen vergeben. Des Weiteren gelten für neue Marktteilnehmer mildere Auflagen. Sie sollen ab Verfügbarkeit der ersteigerten Frequenzen einen Versorgungsgrad der Haushalte von mindestens 25 Prozent innerhalb von drei Jahren und mindestens 50 Prozent innerhalb von fünf Jahren gewährleisten.

Im Großen und Ganzen betreibt die BNetzA eine Fortschreibung bereits geltender Auflagen. Deutsche Telekom, Vodafone und Telefónica Deutschland sind dazu verpflichtet, bis zum Jahr 2020 98 Prozent der Haushalte im Bundesgebiet und mindestens 97 Prozent der Haushalte in jedem Bundesland mit 50 Mbit/s zu versorgen. Daraus werden mit der nächsten Versteigerung 100 Mbit/s plus die genannten Auflagen mit Blick auf die 500 5G-Basisstationen, Bahnstrecken, Bundesstraßen und Autobahnen sowie breitbandig unterversorgte Regionen. Diese Verpflichtungen sind jedoch nicht an die 5G-Frequenzen gebunden. Sie können auch mit bereits vorhandenem Spektrum erfüllt werden.

### **Verhandlungsgebot**

Die BNetzA hält ihre Auflagen für maßvoll. Ihre Absicht ist es, den Dienstewettbewerb zu fördern. Deshalb werden die Markteintrittshürden durch mildere Auflagen für Neueinsteiger gesenkt und regionale sowie lokale Lizenzen vergeben. Der Regulierer wünscht sich zudem eine diskriminierungsfreie Verfügbarkeit von Frequenzkapazitäten, damit nicht nur die Lizenznehmer, sondern auch reine Diensteanbieter neue Mobilfunkdienste entwickeln und anbieten können.

Diese Verfügbarkeit schreibt die BNetzA den Lizenznehmern aber nicht vor. Vielmehr leitet sie aus dem geltenden Diskriminierungsverbot ein Verhandlungsgebot für die Lizenznehmer ab. „Zuteilungsinhaber sollen unter Beachtung des Telekommunikations- und Kartellrechts diskriminierungsfrei über die Mitnutzung bestehender bundesweiter Netze (sog. Roaming) sowie über Infrastruktur-Sharing verhandeln“, heißt es in dem Entwurf zur Frequenzauktion.

### **Kritik aus der Politik**

Das ist der Politik jedoch zu wenig. Parteiübergreifend bleiben die Auflagen hinter den Erwartungen zurück. Bundesverkehrsminister Andreas Scheuer fordert Nachbesserungen hinsichtlich der Flächenabdeckung. Wie das Magazin „Der Spiegel“ berichtet, wurde BNetzA-Präsident Jochen Homann ins Bundesverkehrsministerium zitiert. Nach Angaben des Magazins wollen Verkehrsminister Andreas Scheuer, Wirtschaftsminister Peter Altmaier und Kanzleramtschef Helge Braun eine Garantie für schnelles Internet in ländlichen Räumen, indem die Mobilfunknetze dort nur ein Netz aufbauen und sich das dann teilen. Außerdem soll die Verpflichtung zur Versorgung von Autobahnen und Bundesstraßen auf kommunale Straßen ausgedehnt werden, damit der Einführung des autonom fahrenden Autos nichts im Wege steht.

Die Einmischung aus Berlin ist nicht ohne, wie der "Spiegel" weiter berichtet. Laut BNetzA müsse die Auktion ohne Einflussnahme der Regierung durchgeführt werden. Ansonsten drohen Klagen der Mobilfunkunternehmen. Wie dem auch sei, die Intervention zeigt deutlich: Berlin sieht den 5G-Leitmarkt in Gefahr. „Die Auflagen müssen zu einer 5G-fähigen Infrastruktur führen, die hinsichtlich Bandbreite und Latenz sowie der sicherzustellenden Netzabdeckung 5G-Anwendungen der Zukunft auch in der Fläche ermöglichen“, sagt etwa der digitalpolitische Sprecher der SPD, Jens Zimmermann.

Die Sozialdemokraten fordern, dass die Mobilfunknetzbetreiber bis 2025 für 98 Prozent der Haushalte und an Verkehrswegen 300 Mbit/s je Antennensektor zur Verfügung stellen. „50 Mbit/s entlang von fahrgaststarken Bahnstrecken, wie von der Bundesnetzagentur vorgeschlagen, werden diesem Ziel nicht gerecht und sind rückwärtsgerichtet“, beschwert sich Zimmermann. Die BNetzA hingegen will die bestehenden Versorgungsaufgaben lieber mit dem Auslaufen bereits vergebener Lizenzen in den Jahren 2025 und 2033 erhöhen.

### **BNetzA-Beirat unzufrieden**

Tabea Rößner, netzpolitische Sprecherin von Bündnis 90/Die Grünen, fordert konkrete Meilensteine für die Abdeckung mit 5G. „Ich habe erhebliche Zweifel, dass die Mobilfunkunternehmen überhaupt die Auflagen aus der letzten Versteigerung der LTE-Frequenzen erfüllen werden – die aktuellen Abdeckungsraten der Unternehmen lassen da nicht gerade hoffen“, sagt Rößner. „Wir müssen aus den Fehlern der Vergangenheit lernen.“ Aus ihrer Sicht wäre eine Verpflichtung zu National Roaming eine Option, um den 5G-Ausbau zu beschleunigen und Ausbaukosten zu senken.

Das sieht auch der Beirat der BNetzA so, der sich bereits vor der Veröffentlichung des Entwurfs für National Roaming aussprach. Auch ihm fehlt es an einer Verpflichtung für den 5G-Ausbau, weshalb das Gremium befürchtet, dass sich der Digital Divide zwischen Stadt und Land vergrößert. Auch die Auflage von 50 Mbit/s an fahrgaststarken Bahnstrecken ist ihm ein Dorn im Auge. Bereits im Sommer wies der BNetzA-Beirat darauf hin, dass eine flächendeckende 5G-Mobilfunkabdeckung insbesondere entlang der Verkehrswege anzustreben sei. Dem steht jedoch ein kalkuliertes Investitionsvolumen in zweistelliger Milliardenhöhe gegenüber. Zum Vergleich: Die Telekom will jährlich 5,5 Milliarden Euro in den Ausbau des Mobilfunknetzes stecken.

### **„Überzogene politische Forderungen“**

Doch bereits die Auflagen aus dem BNetzA-Entwurf stoßen bei den Mobilfunkunternehmen auf Kritik. Telefónica Deutschland spricht zum Beispiel von einer deutlichen Verschärfung der Versorgungsaufgaben für schnelles Internet und „überzogenen politischen Forderungen“. Die zur Versteigerung stehenden Frequenzspektren seien physikalisch nicht dazu geeignet, auf wirtschaftlichem Wege eine bundesweite 5G-Abdeckung zu erreichen, schreibt Telefónica im eigenen Blog. Damit haben die Münchener zwar Recht. Allerdings verlangt die BNetzA im Entwurf auch keine bundesweite 5G-Abdeckung. Sollte eine derartige Auflage noch kommen, dürfte selbst dem Regulierer klar sein, dass die Mobilfunke für ihre vorhandenen Frequenzkapazitäten nutzen müssen.

Darüber hinaus gibt es Kritik zu den Plänen, regionale bzw. lokale Frequenzlizenzen zu erteilen. Auf dem Netztag der Telekom Anfang Oktober 2018 in Berlin äußerte CEO Tim Höttinges sein Unverständnis darüber, dass Kapazitäten in den Frequenzspektren, mit denen 5G ausgerollt werden soll, für eine regionale und lokale Nutzung vorgesehen sind. Sein Vorstandskollege Dirk Wössner ergänzte, dass weder klar sei, unter welchen Bedingungen regionale oder lokale Lizenzen vergeben werden, noch wer sie bekommen könne oder was genau eigentlich regional bzw. lokal heiße.

### **Die Netflix-Gefahr**

Auch das Verhandlungsgebot stößt den Mobilfunkern übel auf. Sie befürchten, dass hierdurch eine Diensteanbieterpflicht durch die Hintertür eingeführt wird, wodurch das erworbene Spektrum durch die Mitnutzung Dritter entwertet würde. „Wir haben im Mobilfunkmarkt über 40 Wiederverkäufer“, erklärt Wössner. „Eine Diensteanbieterpflicht würde nur neue Hürden mit sich bringen.“

Die Mobilfunkbetreiber befürchten insbesondere, dass ein neuer, vierter Mobilfunkbetreiber entstehen könnte, der gänzlich ohne eigenes Netz und Frequenzspektrum Mobilfunkdienste anbietet. Quasi ein Netflix im Mobilfunk, statt Filme und Serien mit günstigen Datentarifen. Ein solches Mobilfunk-Netflix würde zudem von einem National Roaming profitieren, wenn Telekom, Vodafone und Telefónica dazu verpflichtet würden, es in ihre Netze einspeisen zu müssen. Deshalb plädiert die Telekom für National Roaming auf freiwilliger Basis.

### **Zahlung sofort, Ware erst später**

Im Gegensatz zum Mobilfunk-Netflix müssten die drei bestehenden Unternehmen viel Geld in ihre Netze und obendrein noch zusätzlich in den Erwerb der Frequenzen stecken. Für die anstehende Auktion liegen die Mindestangebote im BNetzA-Entwurf zwischen einer Millionen Euro für den Frequenzblock mit der Straßen-Auflage und 75 Millionen Euro für Kapazitäten im 2-GHz-Bereich.

Die Bundesregierung kalkuliert mit Milliardeneinnahmen aus der Versteigerung, die sie laut Entwurf spätestens 65 Banktage nach Auktionsende einstreichen kann. Dabei können einige Kapazitäten frühestens 2021 genutzt werden. Zudem haben sich die Mindestgebote im Vergleich zu früheren

Auktionen laut Telefónica verdoppelt bis verfünffacht. Auch die Mindesthöhe für ein Überbieten habe sich verdoppelt.

All das schmeckt den Mobilfunkern nicht. Sie hätten sich über investitionsfreundlichere Zahlungsbedingungen gefreut. Angesichts von Milliardengewinnen der Mobilfunkbetreiber mag die Erhöhung der Mindestgebote gerechtfertigt sein, zumal im Vergleich zu früheren Auktionen längere Laufzeiten vorgesehen sind. Die Zuteilung der 5G-Frequenzen endet am 31. Dezember 2040. Aber warum man jetzt für etwas bezahlen soll, das man erst zwei Jahre später nutzen kann, leuchtet nicht wirklich ein.

### **Zwischen gewollt und machbar**

Der BNetzA-Beirat diskutiert bis Ende November 2018 über den Entwurf zur 5G-Auktion. Marktteilnehmer und betroffene Unternehmen können Stellungnahmen einreichen. Angesichts der Kritik am Entwurf dürfte das letzte Wort noch nicht gesprochen sein, so dass es fraglich erscheint, ob die 5G-Auktion wirklich im Frühjahr 2019 stattfindet.

In der Zwischenzeit arbeitet das 3rd Generation Partnership Project (3GPP) weiter am 5G-Standard. Noch existiert keine massenmarktaugliche Systemtechnik, geschweige denn 5G-fähige Endgeräte. Deshalb geht der aktuelle "Ericsson Mobility Report" für 2019 lediglich von vier Millionen 5G-Mobilfunkanschlüssen weltweit aus. Danach setzt aber der berühmte Hockey-Stick-Effekt ein und bis 2023 sollen es schon rund eine Milliarde 5G-Anschlüsse sein, davon 118 Millionen in Westeuropa. Wie viele es in Deutschland sein werden, entscheidet sich im Spannungsfeld zwischen politisch Gewolltem und wirtschaftlich Machbarem.

## **Alle Trümpfe ausgespielt – EU weist Beschwerde des FRK zurück**

*RA Ramón Glaßl*

Die Fusion von Unitymedia und Kabel BW ist bereits seit einigen Jahren vollzogen und doch beschäftigte die Thematik die Beteiligten sowie den Fachverband für Rundfunk und Breitbandkommunikation (FRK) noch bis vor Kurzem.

Ende des Jahres 2011 hatte das Bundeskartellamt die geplante Übernahme von Kabel BW durch Unitymedia unter Auflagen freigegeben. Gegen diesen Freigabebeschluss legten die Deutsche Telekom und NetCologne Beschwerde zum Oberlandesgericht Düsseldorf ein. In einer aufsehenerregenden Entscheidung hat dieses den Freigabebeschluss des Bundeskartellamts im Jahr 2013 aufgehoben und den Zusammenschluss untersagt.

Gegen diese Entscheidung wiederum hatte Unitymedia Nichtzulassungsbeschwerde zum Bundesgerichtshof eingelegt. Nunmehr haben sich die Beteiligten Ende 2014 geeinigt: Unitymedia zahlt einen geheim zu haltenden Betrag an die Deutsche Telekom und NetCologne. In der Branche geht man von rund 200 Millionen Euro aus. Dafür haben beide im Gegenzug ihre Beschwerde zum Oberlandesgericht Düsseldorf zurückgenommen. Das Bundeskartellamt stimmte diesem Vergleich zu.

### **Kartellhinweise an Bundeskartellamt und EU**

Hiergegen ging der FRK mit Hilfe der Kanzlei [Schalast Rechtsanwälte Notare](#) vor und wies das Bundeskartellamt auf das nach Ansicht des FRK rechtswidrige Verhalten der Beteiligten hin. Der FRK vertrat hierbei die Ansicht, dass durch die Zahlung des Vergleichsbetrags der Wettbewerb noch weitaus nachteiliger beeinträchtigt werde als durch die Fusion selbst. Darüber hinaus stelle das Verhalten der Beteiligten einen kartellrechtswidrigen Abkauf von Wettbewerb dar.

Das Bundeskartellamt ist dem Hinweis des FRK jedoch nicht nachgegangen, woraufhin der FRK die Angelegenheit der Generaldirektion Wettbewerb der Europäischen Kommission vorgetragen hat. Besonderheit war hier, dass nach Ansicht des FRK das Bundeskartellamt selbst Teil der Kartellabsprache war, weil es dem Vergleich zugestimmt und dem Hinweis des FRK nicht nachgegangen war.

Nach eingehender Prüfung hat die Europäische Kommission nunmehr mitgeteilt, kein Verfahren gegen die Beteiligten einzuleiten. Als Begründung wurde angeführt, dass sich das Bundeskartellamt der Angelegenheit bereits gewidmet habe, sodass keine Zuständigkeit der Europäischen Kommission gegeben sei. Ob das Bundeskartellamt in eigener Sache entscheidungsbefugt war, wurde nicht geprüft.

### **Hohes Kostenrisiko**

Obgleich die Erfolgsaussichten einer Beschwerde gegen die Entscheidung des Bundeskartellamts, ein Verfahren nicht einzuleiten, nach Ansicht des FRK durchaus erfolgversprechend waren, hat sich der Verband dagegen entschieden, diese Entscheidung durch das Oberlandesgericht Düsseldorf überprüfen zu lassen. Hintergrund war das doch erhebliche Kostenrisiko, das im Falle eines Unterlegens ein ernsthaftes Existenzrisiko für den Verband kleiner und mittelständischer Kabelnetzbetreiber bedeutet hätte. So bleibt nun nur die Gewissheit, dass ohnehin finanzkräftige Wettbewerber für eine einfache gerichtliche Beschwerde erhebliche finanzielle Zuflüsse erhalten haben.

*Ramón Glaßl ist Rechtsanwalt bei der Kanzlei Schalast & Partner. Gegründet im Jahr 1998 als Boutique*

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

## Media Broadcast in Schwierigkeiten: 4-Tage-Woche geplant

Dr. Jörn Krieger

Der Technikdienstleister Media Broadcast befindet sich nach Angaben der Gewerkschaft ver.di in schwieriger wirtschaftlicher Lage. Um Kündigungen zu vermeiden, plane der Arbeitgeber die Einführung einer 4-Tage-Woche.

Wegen der "prognostizierten langfristigen negativen Geschäftsentwicklung und des dadurch bedingten verringerten Arbeitsaufkommens" plane Media Broadcast einen Personalabbau in Höhe von mindestens 25 Prozent, berichtet die Gewerkschaft nach Sondierungsgesprächen mit Vertretern der Geschäftsleitung. Laut Arbeitgeberseite bestehe "keine realistische Hoffnung, die dauerhaft sinkende Umsatz- und Erlösperspektive durch Neugeschäft in einer entsprechenden Größenordnung auch nur mittelfristig zu kompensieren", erklärte ver.di.

Die aus ihrer Sicht "ernste wirtschaftliche Lage des Unternehmens" lasse einen sozialverträglichen Abbau mit klassischen Instrumenten wie zum Beispiel Abfindungen oder Altersteilzeit nicht zu. "Durch die dauerhafte Einführung einer 4-Tage-Woche, bei einer Kürzung der Wochenarbeitszeit um 20 Prozent ohne Lohnausgleich für das gesamte Unternehmen, sieht die Arbeitgeberseite eine Möglichkeit, das Unternehmen für die Zukunft stabil auszurichten und auf einen massiven Personalabbau inklusive betriebsbedingter Kündigungen zu verzichten."

### Veränderte Marktanforderungen

Zu den Gründen der aktuellen Lage schreibt verdi: "Unseres Erachtens begründet sich die derzeitige Situation der Media Broadcast zum einen auf die technischen Entwicklungen des Marktsegments und die fehlenden Kompensationsmöglichkeiten, zum anderen aber auch auf Fehlentscheidungen bei der strategischen Ausrichtung des Unternehmens des Managements und der Shareholder."

Media Broadcast bestätigte das Vorhaben, mit einer 4-Tage-Woche auf die aktuelle Situation zu reagieren: "Die digitale Transformation des Unternehmens, die Trennung von alter Analogtechnik und Fokussierung auf digitale Zukunftstechnologien bringt veränderte Marktanforderungen und Anforderungen an die Art und Weise, wie wir arbeiten, mit sich. Dem stellt sich Media Broadcast zu einem frühen Zeitpunkt", sagte ein Unternehmenssprecher gegenüber MediaLABcom. "Deshalb verhandelt Media Broadcast seit dem 4. Oktober 2018 mit dem Tarifpartner ver.di über ein neues, zeitgemäßes Arbeitszeitmodell. Die Einführung der 4-Tage-Woche bietet die Gelegenheit, die Firma fit für die Digitalisierung zu machen und gleichzeitig notwendige Kostensenkungen auf sozialverträgliche Weise umzusetzen." Zu den Gründen erklärte der Sprecher: "Die Notwendigkeit zu Kostensenkungen ergibt sich aus der absehbar sinkenden Arbeitsauslastung durch den Umstieg auf weniger wartungsintensive neue Technik wie DAB+ und DVB-T2 und aus dem absehbaren weitgehenden Ende des Netzausbaus für DVB-T2 in 2019 sowie aus dem Verkauf weiterer Teile des UKW-Geschäfts."

### Media Broadcast Satellite nicht betroffen

Media Broadcast hatte im Februar 2017 den Verkauf des UKW-Geschäfts angekündigt, das eines der Standbeine und Umsatzbringer des Dienstleisters war. Der Verkauf wurde im Dezember 2017 abgeschlossen. Das Unternehmen, das im März 2016 von der Mediengruppe Freenet übernommen wurde, betreibt außerdem unter anderem Sendernetze für DVB-T2 und DAB+ sowie die Privatsender-Plattform Freenet TV, die über DVB-T2 und das Satellitensystem Astra (19,2° Ost) ausgestrahlt wird.

Nicht betroffen von der Situation ist die Media Broadcast Satellite GmbH. Der ehemalige Satelliten-Geschäftsbereich der Media Broadcast GmbH wurde nicht von Freenet übernommen und ist ein gesellschaftsrechtlich unabhängiges, eigenständiges Unternehmen.

## Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

### Mehr Relevanz und Wahrnehmung: "Lokal-TV muss weh tun"

Unter dem Titel "Smartes Lokal-TV – Neue Wege der Vermarktung" fand am 24. und 25. September 2018 in Potsdam der von den fünf ostdeutschen Landesmedienanstalten initiierte [Lokal-TV-Kongress](#) statt. Bereits bei der Begrüßung durch MABB-Direktorin Anja Zimmer (Direktorin), Michael Sagurna, Präsident des SLM-Medienrats, und TLM-Direktor Jochen Fasco wurde die Wichtigkeit von Lokal-TV für Demokratie und Meinungsvielfalt hervorgehoben. Gleichzeitig kämpfen viele lokale Sender in Deutschland mit finanziellen Problemen. Eine bessere Nutzung digitaler Technologien könnte hier ein Ausweg sein.

Harry Klein, Chefredakteur von "17:30 Sat.1 Bayern", empfahl den Sendern, mittels einer standardisierten Frageliste jede Sendung gemeinsam mit den Zuschauern auszuwerten sowie Social-Media-Monitoring bei der Bewertung von Themen einzusetzen. "Bewegte Bilder sind so 'in' wie nie. Ich wünsche mir mehr

gesellschaftliche Debatten im Lokal-TV, dafür müsste es mehr Formate geben", sagte Thomas Kralinski, Bevollmächtigter des Landes Brandenburg beim Bund und für Medien und Internationale Beziehungen, und verwies dabei auf das Projekt "Smart Village" aus Brandenburg. Marleen Janew, Vorsitzende des Medienausschusses Mecklenburg-Vorpommern, lobte indes die Landespolitik in Brandenburg, an der sich Mecklenburg-Vorpommern ein Beispiel nehmen könne. Der Landtag in Brandenburg hatte in diesem Jahr Mittel in Höhe von rund 500.000 Euro für die Förderung von Lokaljournalismus bewilligt.

Dem schloss sich Thomas Böhm, Geschäftsführer von MV1 und TV:Schwerin, an. Er wünscht sich mehr Unterstützung durch die Politik, etwa für den kostenintensiven Umstieg auf HD-Ausstrahlung, der unabdingbar sei, um auch optisch mit den anderen Programmen im Kabel mithalten zu können. "Lokal-TV muss weh tun", um mehr Relevanz und Wahrnehmung zu bekommen, sagte hingegen Sascha Devigne, Chefredakteur und Geschäftsführer von Studio 47 in Duisburg. Um die Medienpolitik zu bewegen, Lokal-TV zu unterstützen, müssten sich die Sender möglicherweise erstmal unbeliebter machen.

### **Vodafone startet 1-Gbit/s-Internet / Upload-Datenrate soll steigen**

Vodafone bietet in seinem Kabelnetz ab sofort einen Hochgeschwindigkeits-Internetzugang mit einer Datenrate von bis zu 1 Gbit/s im Download an. Die Einführung startet in Landshut und Nürnberg. Das waren die ersten beiden Städte, in denen Vodafone die analogen TV- und Radioprogramme abgeschaltet und den neuen Kabelstandard DOCSIS 3.1 eingeführt hat, auf dem der Gigabit-Anschluss basiert. Die Upload-Datenrate liegt derzeit bei bis zu 50 Mbit/s. "Wir haben die Geschwindigkeit gewählt, da wir diese ohne größeren Optimierungsaufwand in den einzelnen Hausnetzen zur Verfügung stellen können", sagte ein Vodafone-Sprecher gegenüber MediaLABcom. Das Unternehmen arbeite derzeit aber schon an einer höheren Upload-Datenrate von bis zu 100 Mbit/s. "Wann diese verfügbar ist und was das für die Bestandskunden bedeutet, steht aktuell noch nicht fest."

Bis Jahresende sollen allein in Bayern rund fünf Millionen Menschen den 1-Gbit/s-Zugang nutzen können - das entspricht rund drei Viertel der bayrischen Vodafone-Kabelhaushalte. In allen 13 von dem Unternehmen versorgten Bundesländern sollen bis Jahresende insgesamt mehr als zwölf Millionen Menschen mit dem Gigabit-Anschluss versorgt werden. Mitte 2019 will Vodafone 16 Millionen Menschen und bis Ende 2019 22 Millionen Menschen den 1-Gbit/s-Zugang zur Verfügung stellen. Bis Ende 2020 sollen Gigabit-Anschlüsse für rund 12,7 Millionen und damit fast alle Vodafone-Kabelhaushalte bereitstehen. Sollten die Kartellbehörden der geplanten [Übernahme von Unitymedia](#) zustimmen, will Vodafone in den vereinten Netzen bis 2022 Gigabit-Geschwindigkeiten für 50 Millionen Menschen anbieten - und damit für fast zwei Drittel aller Deutschen.

Kabelkunden in den Versorgungsgebieten können den Highspeed-Tarif "[Red Internet & Phone 1000 Cable](#)" ab sofort buchen. Die Monatskosten betragen 19,99 Euro im ersten Jahr. Ab dem 13. Monat kostet der Gigabit-Tarif 69,99 Euro pro Monat. Für die ersten Gigabit-Städte Nürnberg, Landshut, Dingolfing und Fürth gibt es ein Sonderangebot: Wer bis Jahresende den neuen Tarif bucht, erhält den Gigabit-Anschluss zum Preis eines 500-Mbit/s-Anschlusses. Das entspricht einem monatlichen Preisnachlass von 20 Euro ab dem zweiten Vertragsjahr. Der Basispreis liegt dann bei 49,99 Euro pro Monat - dauerhaft.

Unitymedia bietet bereits seit Mai 2018 einen 1-Gbit/s-Internetzugang an. Der Startschuss erfolgte in Bochum, danach folgten weitere Städte.

### **NetCologne bleibt bei M7**

Der regionale Netzbetreiber NetCologne lässt sich weiterhin von M7 mit TV-Programmen beliefern. Die seit über zehn Jahren bestehende Partnerschaft wurde durch ein neues Abkommen gefestigt. Damit erhalten die Kabel-TV-Kunden von NetCologne auch zukünftig Zugang zu über 100 Premium-TV-Sendern, darunter Pay-TV-Kanäle und rund 50 internationale TV-Programme in neun Sprachen, die insbesondere von den wohnungswirtschaftlichen Partnern zur TV-Versorgung ihrer Mieter nachgefragt werden.

Im Rahmen der erneuerten Vereinbarung greift NetCologne auf den schlüsselfertigen 360°-Rundum-Service von M7 zu. Dazu gehört die satellitengestützte Zuführung der linearen TV-Programmpakete Basis HD, Premium HD und Family HD an die Kopfstellen. Zudem verschlüsselt M7 alle Programmpakete und stellt die benötigte Hardware auf der Empfangsseite bereit, etwa CI+-Module und Set-Top-Boxen. NetCologne und ihr Tochterunternehmen NetAachen versorgen rund 260.000 Haushalte im Raum Köln, Bonn, Leverkusen, Aachen, Düren, Düsseldorf und Neuss mit TV-Programmen.

### **wilhelm.tel setzt weiter auf M7**

Der norddeutsche Kabelnetzbetreiber wilhelm.tel hat seine seit 2005 bestehende Zusammenarbeit mit M7 im Rahmen mehrerer Vereinbarungen ausgebaut. Das Unternehmen greift weiterhin auf rund 70 deutsche und internationale Premium-Sender aus dem M7-Portfolio Pay-TV, Basis HD und International TV zurück. Die Partnerschaft umfasst zudem vertriebsunterstützende Maßnahmen für wilhelm.tel zur Kundenbindung und zur Forcierung des Neugeschäfts. Darüber hinaus setzt der regionale Netzbetreiber bei der Programmmzulieferung auf den neuen Service M7 Livestream.

### **Discovery bringt ID. Investigation Discovery nach Deutschland**

Der US-Fernsehveranstalter Discovery führt seine auf Kriminaldokumentationen spezialisierte TV-Marke ID. Investigation Discovery in Deutschland ein. Das Angebot startet allerdings zunächst nicht als eigenständiger Fernsehsender, sondern als Programmfenster beim Frauenkanal TLC. Die True-Crime-

Serien, die der Free-TV-Sender bisher unter der Marke "TLC Crime" zeigte, laufen ab sofort unter der Marke "ID. Investigation Discovery". Das Fenster öffnet sich von Montag bis Mittwoch um 22.15 Uhr und donnerstags bereits um 20.15 Uhr. Ob ID. Investigation Discovery auch als eigenständiger Fernsehkanal in Deutschland startet, bleibt abzuwarten. "Momentan haben wir keine konkreten Pläne diesbezüglich, sind aber generell immer an Wachstum und Ausbau interessiert und halten uns auch im Hinblick auf ID alle Optionen offen", sagte eine Sprecherin von Discovery Communications Deutschland gegenüber MediaLABcom.

#### **Netflix überholt Sky Deutschland bei Kundenzahl**

Amazon Prime Video und Netflix haben ihren Abonnentenbestand weiter ausgebaut und sind die beiden größten Subscription-Video-on-Demand-Plattformen (SVoD) in Deutschland. Das berichtet der SVoD-Anbieter Cirkus unter Berufung auf eine aktuelle Studie des britischen Marktforschungsunternehmens Ampere Analysis. Netflix überholte im dritten Quartal mit rund 5,1 Millionen Kunden den Pay-TV-Veranstalter Sky Deutschland, der Ende Juni 4,8 Millionen Abonnenten in Deutschland hatte. Amazon Prime Video bleibt mit rund 9,9 Millionen Kunden die Nummer eins.

"Dass Netflix gemessen nach Abonnenten Sky Deutschland überholt, ist ein Meilenstein im deutschen Pay-TV-Markt. Es zeigt deutlich, wie sehr deutsche Zuschauer ihre SVoD-Services schätzen und bereit sind dafür zu bezahlen", sagte Mark Bradford, Mitgründer und Geschäftsführer von Cirkus. "Die Herausforderung für kleinere Nischenanbieter wie Cirkus liegt darin, diesen Appetit der Kunden zu nutzen und ergänzende Programmataloge zu Amazon Prime und Netflix anbieten, die sie reibungslos abonnieren können."

Der Trend, mehrere SVoD-Angebote zu nutzen, setzt sich weiter fort. Im dritten Quartal abonnierten bereits mehr als die Hälfte (54 Prozent) der deutschen Breitbandhaushalte zwei oder mehrere SVoD-Dienste parallel. Zwölf Prozent hatten sogar vier oder mehr SVoD-Dienste abonniert. "Das Geschäftsmodell von Cirkus basiert auf der Annahme, dass sich deutsche Zuschauer im Laufe der Zeit ihre eigenen SVoD-Bundles zusammenstellen und ihre Amazon Prime und Netflix-Abos mit ergänzenden Nischenangeboten wie Cirkus füllen werden", sagte Bradford. "Es bestärkt uns zu sehen, dass die Zahl der deutschen Breitbandhaushalte mit mehr als vier SVoD-Diensten weiter wächst. Wir konzentrieren uns darauf, mit Vertriebspartnern zusammen zu arbeiten, um das Abonnieren von Cirkus so einfach wie möglich zu machen."

Seit dem Start bei Schwedens größtem Kabelnetzbetreiber ComHem 2013 hat Cirkus seine Reichweite laufend ausgebaut und ist inzwischen in sieben europäischen Ländern vertreten (Schweden, Norwegen, Finnland, Island, Deutschland, Österreich, Schweiz). Im deutschsprachigen Raum bestehen Vertriebspartnerschaften mit Amazon Prime Video in Deutschland und Österreich sowie mit Kabelnetz- und Telekommunikationsbetreibern wie A1 in Österreich und Swisscom/Teleclub in der Schweiz. In Kürze will Cirkus eine weitere große Vertriebspartnerschaft in Deutschland bekannt geben.

#### **Bundeskartellamt ermittelt zur Ausstrahlung der Champions League**

Das Bundeskartellamt untersucht in einem Verwaltungsverfahren, ob die Kooperation von Sky Deutschland und Perform mit dem Streamingdienst DAZN zur Ausstrahlung der Champions League in Deutschland kartellrechtskonform ist. Sky hat bei der vom Fußballverband UEFA im Jahr 2017 durchgeführten Ausschreibung der Ausstrahlungsrechte für den Zeitraum von 2018 bis 2021 die Rechte sämtlicher Spiele erworben. Im Anschluss haben Sky und DAZN die Rechte unter sich aufgeteilt. Seit der laufenden Saison 2018/19 wird die Champions League daher nur noch bei Sky und DAZN ausgestrahlt. "Mit der laufenden Saison der Champions League hat sich für die Fernsehzuschauer in Deutschland einiges geändert. Sky und DAZN sind zwei der wichtigsten Anbieter von Premium-Sport im Pay-TV", sagt Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamts. "Wir untersuchen, wann und in welcher Form die Kooperation der beiden Unternehmen beschlossen wurde und ob die Zusammenarbeit den Wettbewerb im Interesse der Verbraucher gefördert oder beschränkt hat."

Sky ist der führende Anbieter von Pay-TV in Deutschland und unterliegt daher unter Umständen besonderen kartellrechtlichen Beschränkungen bei der Kooperation mit Wettbewerbern. Die Vereinbarung mit Perform könnte zu einer weiteren Absicherung der Marktposition von Sky beitragen, erklärte das Kartellamt. Darüber hinaus sind bestimmte Spiele auch deutscher Vereine jetzt nur noch über den Verbreitungsweg Internet (OTT) zu sehen. Im frei empfangbaren Fernsehen sind gar keine Spiele der Champions League mehr zu sehen. Auch insofern kommt laut der Wettbewerbsbehörde eine durch die Kooperation bezweckte oder bewirkte Wettbewerbsbeschränkung in Betracht. Das Bundeskartellamt wird nun zunächst den Sachverhalt ermitteln. Dazu werden Sky und DAZN sowie weitere Marktteilnehmer unter anderem mit Blick auf den genauen Verlauf der Ausschreibung der Ausstrahlungsrechte befragt.

#### **Motorvision TV startet Free-TV-Angebot bei Freenet TV Connect**

Der Motorsportkanal Motorvision TV ist ab sofort auch im hybriden Begleitservice Freenet TV Connect vertreten, der die DVB-T2-Plattform Freenet TV mit zusätzlichen Sendern und Abrufangeboten via Internet ergänzt. Zu sehen ist allerdings nicht der Pay-TV-Sender, sondern eine Playlist mit kurzen, kostenfreien Videos und eingestreuter Werbung. "Bei Freenet TV Connect wird nicht der Pay-TV-Sender von Motorvision TV verbreitet, sondern ein eigenständiges Angebot das auf Shortform-Content basiert und als durchgehende Playliste in Anmutung eines linearen Senders genutzt werden kann", sagte ein Motorvision-TV-Sprecher gegenüber MediaLABcom.

Das Angebot sei damit vergleichbar mit den Motorvision-TV-Inhalten im Smart-TV-Portal TV Plus von

Samsung. Gleichzeitig betonte der Sprecher: "Der Pay-TV-Sender mit längeren Sendungen und Live-Übertragungen wird auch weiterhin nur über Pay-TV-Plattformen verbreitet." Motorvision TV ist nach Eurosport 1 HD und Sport 1 HD das dritte Angebot für Sportfans bei Freenet TV Connect. Für die Nutzung des OTT-Dienstes benötigen die Zuschauer einen Internetanschluss mit einer Datenrate von mindestens 3 Mbit/s sowie einen Freenet-TV-Connect-fähigen Receiver, der am gleichnamigen Logo erkennbar ist. Alternativ eignet sich ein DVB-T2-fähiger Fernseher mit Smart-TV-Funktion. Eine Anmeldung ist nicht erforderlich.

#### **Beate-Uhse.TV startet in HD bei Sky**

Der Erotikkanal Beate-Uhse.TV verbreitet sein Programm seit 1. Oktober 2018 bei Sky Deutschland auch in HD-Qualität. Mit dem Start der HD-Variante, die zusätzlich zur SD-Version angeboten wird, hat der Abo-Sender auch sein Erscheinungsbild erneuert. Die Zusammenarbeit mit Sky Deutschland zur exklusiven Verbreitung von Beate-Uhse.TV in Deutschland und Österreich wurde gleichzeitig um mehrere Jahre verlängert.

"Seit vielen Jahren sind Beate-Uhse.TV und Sky Deutschland feste Partner für anspruchsvolle und anregende Unterhaltung. Wir freuen uns auf die Fortsetzung dieser Zusammenarbeit und darauf, das erotische Programm nun auch in HD anbieten zu können", sagte Manuel Kindervater, Vice President Partner Channels von Sky Deutschland. Andreas Fischer, Geschäftsführer der Beate-Uhse.TV-Betreibergesellschaft tmc Content Group, erklärte: "Nach gut 17 Jahren können wir den Zuschauern das Versprechen unseres Senderclaims 'schärfer fernsehen' endlich auch aus technischer Sicht einlösen." Beate-Uhse.TV ist seit dem Sendestart am 1. März 2001 exklusiv bei Sky zu empfangen und erreicht über das "Entertainment"-Paket bis zu 3,8 Millionen Abonnenten.

#### **Sky führt Sprachsteuerung bei Sky Q ein**

Die Sky-Abonnenten können die Multimedia-Plattform Sky Q ab sofort mit ihrer Sprache steuern. Das funktioniert mit einer neuen Fernbedienung, die per Bluetooth mit der Sky-Q-Box verbunden wird; eine direkte Sichtverbindung ist nicht notwendig. Um einen Befehl einzugeben, etwa "Schalte zu Sky Atlantic HD" oder "Finde 'The Walking Dead'", müssen die Zuschauer den Sprachknopf gedrückt halten und ins Mikrofon sprechen, das in die Fernbedienung eingebaut ist.

Neukunden sowie Sky-Kunden, die zu Sky Q wechseln möchten, erhalten den Sky-Q-Receiver ab sofort inklusive der Sprachfernbedienung. Kunden, die bereits das Gerät besitzen, haben ab Ende Oktober 2018 die Möglichkeit, die Sprachfernbedienung für 19,99 Euro zu bestellen. Sky Q war im Mai 2018 in Deutschland und Österreich gestartet und wird inzwischen von mehr als einer Million Kunden genutzt. Als nächste Schritte will Sky bei Sky Q Netflix integrieren, die Ultra HD/4K-Programmauswahl erhöhen und die Multiroom-IP-Box Sky Q Mini einführen.

#### **Technik-Chef Kuisch verlässt Vodafone**

Eric Kuisch, Chief Technology Officer (CTO) von Vodafone Deutschland, verlässt den Telekommunikationskonzern nach fünf Jahren in der ersten Jahreshälfte 2019, um beruflich neue Wege zu gehen. Über seine Nachfolge soll zu gegebener Zeit entschieden werden. Gleichzeitig gab Vodafone bekannt, dass Chief Financial Officer (CFO) Andreas Siemen zum 31. Oktober 2018 ausscheidet, um neue Aufgaben außerhalb des Konzerns zu übernehmen. Die Nachfolge tritt zum 1. November 2018 Anna Dimitrova an, derzeit Director of Strategy & Innovation bei Vodafone. Über ein Mandat im Vodafone-Aufsichtsrat soll Siemen dem Unternehmen auch nach seinem Weggang verbunden bleiben.

#### **Sascha Molina neuer NDR-Produktionsdirektor**

Sascha Molina wird neuer Produktionsdirektor des NDR. Der NDR-Verwaltungsrat stimmte dem entsprechenden Vorschlag von Intendant Lutz Marmor zu. Molina folgt damit auf Michael Rombach, der zum 1. Januar 2019 neuer Produktionsdirektor des ZDF wird. Molina kam vor mehr als 25 Jahren als Auszubildender zum NDR. Seit 2015 ist der 48-Jährige in der Produktionsdirektion Chef der Hauptabteilung Informations-, Medien- und Verbreitungstechnik.

#### **Marco Hellberg neuer Head of Channel Management bei M7**

Marco Hellberg kommt als Head of Channel Management zu M7 in Deutschland. In der neu geschaffenen Position wird der 37-Jährige das B2B-Channel-Management des Plattformbetreibers leiten. Zu seinen Aufgaben gehören die direkte Betreuung der Schlüsselkunden sowie zusammen mit seinem Team die Kooperationen mit den 140 Netzpartnern in den deutschsprachigen Märkten. Darüber hinaus verantwortet Hellberg die Weiterentwicklung der Plattform in strategischen und wirtschaftlichen Fragen und repräsentiert das Unternehmen in der Medienbranche.

"Ich freue mich sehr, Marco Hellberg in unserem Team bei M7 in Deutschland begrüßen zu dürfen. Er wird uns als wichtiges Mitglied des Management-Teams der Eviso Deutschland mit seinen umfangreichen Erfahrungen und Kontakten in der Medienbranche verstärken und uns helfen, die bestehenden Partnerschaften mit Kabel- und IP-Netzbetreibern weiter zu festigen und unser Neugeschäft mit voranzutreiben", sagte Christian Heinkele, Geschäftsführer von Eviso Germany, Business Partner von M7. Hellberg ist seit über einem Jahrzehnt in verschiedenen Leitungsfunktionen in der Medienbranche tätig. Er stößt von der Mediengruppe RTL Deutschland zu M7. Dort war er von 2012 bis heute als Senior Projektleiter in der strategischen Unternehmensentwicklung tätig. Zuvor verantwortete Hellberg als Director Non-linear TV bei Unitymedia Kabel BW den Bereich Video-on-Demand.

#### **Programmdirektor Carsten Göttel verlässt Super RTL**

Carsten Göttel, Programmdirektor von Super RTL, verlässt den Kinder- und Familienkanal nach über 20

Jahren. "Carsten Göttel hat die Entwicklung unseres Unternehmens zur Kinderunterhaltungsmarke Nummer eins von Anfang an begleitet und in seiner Rolle als Programmdirektor maßgeblich mit gesteuert", sagte Geschäftsführer Claude Schmit in Köln. "Der Erfolg der unangefochtenen Marktführerschaft in der Kinderzielgruppe im linearen TV ist in Zeiten voranschreitender Fragmentierung nicht hoch genug einzustufen. Wir bedauern sehr, dass Carsten das Unternehmen verlässt und wünschen ihm für seine berufliche wie private Zukunft alles Gute." Zu den Gründen für seinen Weggang und seiner neuen Beschäftigung wurden keine Angaben gemacht. Ein Nachfolger steht noch nicht fest.

### **TV-Streaming zunehmend via Smart TV**

Die Nutzung von Live-Fernsehen via Streaming (OTT) auf dem Smart-TV-Gerät nimmt weiter zu. Während anfangs vor allem mobile Endgeräte zum Einsatz kamen, streamen bereits 41 Prozent der Nutzer auf dem Smart TV, wie Zattoo in seinem "TV-Streaming-Report" berichtet. Für die Untersuchung befragten die Marktforscher von Kantar TNS 1.000 deutsche Internetnutzer im Alter von 14 bis 69 Jahren.

Mit Tablet oder Smartphone schauen 26 beziehungsweise 25 Prozent. 63 Prozent der Befragten nutzen YouTube und 59 Prozent Mediatheken. 41 Prozent nutzen Video-on-Demand und 27 Prozent streamen mindestens gelegentlich Live-TV. 43 Prozent können sich vorstellen, in Zukunft Fernsehen ausschließlich über das Internet zu sehen. Drei Prozent nutzen diese Option bereits, lediglich zwölf Prozent können es sich eher nicht vorstellen. Für mehr als jeden Zweiten (54 Prozent) ist das zeitversetzte Fernsehen der größte Vorteil beim TV-Streaming. Für 39 Prozent kommt an zweiter Stelle die Verfügbarkeit auf vielen Geräten, also auf Smartphones, Tablets, Laptops und Smart TVs – und das über diverse Plattformen (iOS, Android, Windows 10).

"Wir sind überzeugt, dass das Fernsehen über das Internet zum Standard wird. Diesen Trend zeigt auch unser erster 'TV-Streaming-Report'", sagte Jörg Meyer, Chief Officer Content and Consumer bei Zattoo. "Fernsehen muss heute genauso individuell und komfortabel funktionieren wie Netflix und YouTube, um den Nutzerbedürfnissen zu entsprechen. Das machen wir mit Funktionen für zeitversetztes Fernsehen wie Live-Pause oder Online Recording möglich. Mit Produkten wie unserer Programmempfehlung 'Recommender' unterstützen wir darüber hinaus die Personalisierung des TV-Erlebnisses." Der Report kann [hier](#) kostenlos als PDF-Dokument heruntergeladen werden.

### **Kinos kämpfen gegen Netflix**

Die Betreiber deutscher Arthouse-Kinos drohen, Filme des Streaming-Dienstes Netflix nicht auf der Leinwand zu zeigen. Auf dem jüngsten Festival von Venedig liefen mehrere von Netflix produzierte Spielfilme im Wettbewerb. Einer davon, Alfonso Cuaróns Schwarz-Weiß-Epos "Roma", gewann den Hauptpreis. Eigentlich sollte es gegen Ende des Jahres auch in deutschen Kinos laufen. Die Kinobetreiber fürchten jedoch mangelnden Publikumszuspruch, weil Netflix den Film nahezu zeitgleich auf seiner Plattform anbieten wolle, berichtet das Nachrichtenmagazin "Der Spiegel".

In der Regel laufen Filme erst im Kino und werden nach einigen Monaten auf DVD sowie als Stream angeboten, bevor sie am Ende der Verwertungskette im Fernsehen gezeigt werden. Die Arthouse-Kinos werfen Netflix vor, "die Grundpfeiler eines Systems zu zerstören, das seinen Erfolg über Jahrzehnte bewiesen hat". Sie fordern den Global Player zu Verhandlungen auf.

### **Sky holt sich Premier League von DAZN zurück**

Die Premier League kehrt in der kommenden Saison zu Sky Deutschland zurück. Die neue Vereinbarung, die jetzt mit der ersten britischen Fußball-Liga geschlossen wurde, gilt von 2019/20 bis einschließlich 2021/22. Während der dreijährigen Laufzeit wird Sky die Premier League als einziger Anbieter in Deutschland und Österreich live und exklusiv übertragen. Das Abkommen enthält darüber hinaus die exklusiven deutschsprachigen Rechte in der Schweiz, Luxemburg und Liechtenstein. Der Streaming-Dienst DAZN hatte dem langjährigen Rechteinhaber Sky Deutschland im Dezember 2015 die Premier-League-Rechte weggeschnappt. Der dreijährige Vertrag läuft von 2016/17 bis 2018/19.

Das Abkommen, das Sky abgeschlossen hat, umfasst die exklusiven Live-Übertragungsrechte via Kabel und Satellit sowie IPTV, Web und Mobile. Abonnenten des "Sky Sport"-Pakets können somit sowohl im klassischen linearen Fernsehen als auch per Streaming via Sky Go live dabei sein. Wer noch kein Sky-Abo hat, kann die Spiele über den Streaming-Dienst Sky Ticket auch ohne Vertragsbindung live verfolgen. Darüber hinaus wird die Premier League auch in Sky-Sportsbars und Sky-Hotels zur Verfügung stehen.

### **DAZN sichert sich FA Cup**

Das Sportportal DAZN wird künftig die Spiele des FA Cup in Deutschland, Österreich und der Schweiz exklusiv übertragen. Der Streaming-Dienst erwarb die Rechte am größten Pokalwettbewerb im britischen Fußball für die nächsten sechs Spielzeiten bis 2023/24; finanzielle Details wurden nicht genannt. Die Rechte hielt bislang Eurosport.

DAZN beginnt in der dritten Hauptrunde am 5. und 6. Januar 2019 mit der Übertragung. Zu dieser Runde steigen traditionell auch die großen Clubs der Premier League in den Wettbewerb ein. DAZN zeigt ausgewählte Spiele der Hauptrunde sowie ab dem Viertelfinale alle Partien live. Das Finale wird am 18. Mai 2019 im Wembley-Stadion ausgetragen. Nach dem Verlust der Premier-League-Rechte an Sky Deutschland hat DAZN damit weiterhin britischen Fußball im Angebot.

### **Sky erwirbt Golfrechte**

Sky wird weiterhin alle Turniere der European Tour sowie den Ryder Cup 2020 und 2022 live in

Deutschland und Österreich übertragen. Die entsprechende Partnerschaft mit der European Tour wurde langfristig verlängert. Insgesamt umfasst die Vereinbarung über 40 Wettbewerbe pro Jahr, darunter alle Turniere des Race to Dubai, die vier Turniere der World Golf Championships (WGC) und die acht Turniere der Rolex Series inklusive der DP World Tour Championship in Dubai. Neben den exklusiven Live-Übertragungsrechten über Kabel und Satellit umfasst der Vertrag auch die Verbreitung via IPTV, Web und Mobile.

### **Sky holt Harry-Potter-Kanal zurück**

Sky Deutschland bietet den Fans von Harry Potter erneut einen eigenen Pop-up-Kanal. Zur Einstimmung auf den Kinostart von "Phantastische Tierwesen: Grindelwalds Verbrechen" zeigt Sky Cinema Harry Potter HD von 2. bis 18. November 2018 rund um die Uhr alle bisherigen Filme des Fantasy-Epos. Der Sender ersetzt in dieser Zeit Sky Cinema Hits. Mit Sky Q können alle Filme auch in Ultra-HD-Auflösung angesehen werden. Außerdem stehen die Filme auch im Streaming-Dienst Sky Ticket zur Verfügung. Im November 2016 betrieb Sky Deutschland bereits einen Harry-Potter-Pop-up-Kanal.

### **Alleskino startet bei Amazon Prime Video**

Die Online-Videothek Alleskino hat einen Kanal bei Amazon Prime Video Channels eröffnet. Amazon-Prime-Mitglieder in Deutschland und Österreich können dort zum Pauschalpreis von 4,99 Euro pro Monat deutsche Spielfilme abrufen. Das Angebot, das unter [www.amazon.de/channels/alleskino](http://www.amazon.de/channels/alleskino) zugänglich ist, kann 14 Tage lang kostenlos getestet werden.

Zum Start sind mehr als 250 Produktionen von zahlreichen Lizenzgebern wie Lighthouse-Film, Eurovideo und Progress verfügbar. Das Spektrum reicht von aktuellen Kinofilmen wie "Zeit der Kannibalen" und "Quatsch und die Nasenbärbande" über Dokumentarfilme wie "Unter Kontrolle" und "Der Fall Chodorkowski" bis zu Klassikern des BRD- und DDR-Kinos wie "Zur Sache, Schätzchen" und "Die Legende von Paul und Paula". Bis Jahresende soll das Angebot auf über 300 Filme wachsen. Alleskino war 2013 gestartet. Die Filme lassen sich unter [www.alleskino.de](http://www.alleskino.de) einzeln online mieten oder kaufen, auch ein Pauschaltarif wird angeboten.

### **Zattoo holt ersten Sky-Sender auf Plattform**

Der Sportnachrichtenkanal Sky Sport News HD ist ab sofort bei Zattoo empfangbar. Damit steht erstmals ein Sky-Sender auf der Internet-TV-Plattform von Zattoo zur Verfügung. Der Free-TV-Kanal, der unter anderem die Höhepunkte der Bundesliga und UEFA Champions League zeigt, ist Teil der kostenpflichtigen Abo-Pakete Premium und Ultimate. Zeitversetzte Funktionen wie Restart, Pausieren oder Aufnehmen einer Sendung können beim Streamen von Sky Sport News HD aus lizenzrechtlichen Gründen nicht angeboten werden.

### **Rocket Beans TV startet bei Zattoo**

Der Spiele- und Unterhaltungskanal Rocket Beans TV ist ab sofort bei Zattoo zu empfangen. Das Programm wird sowohl als Livestream als auch zeitversetzt angeboten, auch Abrufinhalte sollen künftig dazu kommen. Der Sender ist sowohl im Gratisangebot als auch für Premium- und Ultimate-Kunden verfügbar. Je nach Abonnement können die Nutzer beim Streamen der Sendungen die Funktionen Restart, Aufnahme und Live-Pause betätigen.

Mit Rocket Beans TV, das 2015 von der ehemaligen Crew der MTV-Gaming-Show "Game One" gegründet wurde, ist erstmals ein reiner Web-TV-Sender bei Zattoo enthalten. Nach waipu.tv ist Zattoo die zweite TV-Plattform, auf der das Programm empfangbar ist. Rocket Beans TV will künftig die von Zattoo entwickelte Dynamic Ad Insertion nutzen, die es ermöglicht, personalisierte TV-Werbung in den Livestream einzubinden.

### **UPC führt Ultra-HD-Box in der Schweiz ein**

Der größte Schweizer Kabelnetzbetreiber UPC hat am 4. Oktober 2018 den neuen Ultra HD/4K-fähigen Digitalreceiver UPC TV Box eingeführt. Das Gerät, das die aktuelle Horizon-Serie ablöst, ist als Multiscreen-Plattform konzipiert, die lineare TV-Programme, Abrufangebote und mobiles Fernsehen kombiniert. Herzstück der neuen Benutzeroberfläche ist eine selbstlernende Sprachsteuerung, zudem gibt es persönliche Empfehlungen, die auf dem Fernsehverhalten des Nutzers beruhen.

Das TV-Basispaket umfasst über 240 Sender, darunter den exklusiven Sportkanal MySports One. Netflix, YouTube und Sky Sport sind als Apps integriert. Über Zusatzoptionen lässt sich das Angebot auf fast 500 TV-Sender aufstocken. Über die UPC TV-App können die Zuschauer nahtlos zwischen Fernseher, Smartphone und Tablet hin- und herwechseln und dort die gerade laufende Sendung weitersehen.

Der Cloud-Speicher bietet Platz für 2.000 Stunden Aufnahmen - unabhängig von der Qualität (SD/HD/4K). Weitere Funktionen sind 7-Tage-Replay, Live-Pause, Vor- und Zurückspulen sowie eine Online-Videothek. [Die UPC TV Box](#), deren Prototyp im Juni 2018 auf der Fachmesse ANGA COM 2018 in Köln vorgestellt wurde, wird zum gleichen Preis wie die bisherige Horizon-Box angeboten.

### **Quickline verschenkt ein Jahr Netflix an Internet-Neukunden**

Der Schweizer Kabelverband Quickline hat eine Zusammenarbeit mit Netflix vereinbart: Im ersten Schritt erhalten Internet-Neukunden den Streaming-Dienst ein Jahr lang kostenlos. "Wir sind stolz darauf, dass wir als relativ kleiner Anbieter mit einem so bedeutenden Unternehmen wie Netflix eine Zusammenarbeit eingehen konnten. Dies ist in Anbetracht der Größenverhältnisse nicht selbstverständlich", sagte Frédéric Goetschmann, CEO von Quickline.

[Die Aktion](#) gilt für Neukunden bei Erstabschluss eines Internet-Vertrags vom 17. Oktober bis 31. Dezember 2018. Bestehenden Netflix-Kunden wird der Totalwert auf ihr Netflix-Abo gutgeschrieben. Das Netflix-Geschenk entspricht einem Wert von 190,80 Schweizer Franken (167 Euro) oder anders ausgedrückt zwölf Monate Netflix Standard (HD) für 15,90 Franken pro Monat. Als nächster Schritt ist ein neues TV-Produkt geplant, bei dem Netflix dabei ist. In Quickline sind 23 unabhängige Netzbetreiber zusammengeschlossen, die insgesamt rund 400.000 Haushalte versorgen. Der Verbund ist der drittgrößte TV-Anbieter und viertgrößte Internet- und Telefon-Anbieter in der Schweiz.

### **Cirkus startet in Österreich bei A1 TV**

Cirkus, der Video-on-Demand-Dienst mit Serien aus Großbritannien und Skandinavien, ist ab sofort auf der IPTV-Plattform A1 TV des österreichischen Telekommunikationskonzerns A1 Telekom Austria empfangbar. A1-TV-Kunden können Cirkus zum Einzelpreis von 2,90 Euro pro Monat abonnieren; der Bezug ist monatlich kündbar. Einen Monat lang lässt sich das Angebot kostenlos testen.

Cirkus wurde von den TV-Managern Mark Bradford und Hugh Williams gegründet und 2013 im skandinavischen Markt eingeführt. 2014 beteiligte sich der britische Privatsender ITV, der inzwischen die Mehrheit hält. Cirkus ist in Österreich neben A1 TV auch bei Amazon Prime Video Channels verfügbar. In Deutschland wird ebenfalls auf der Amazon-Plattform gesendet; für die Schweiz wurde eine Verbreitungspartnerschaft mit dem Teleclub vereinbart. Neben Cirkus betreibt das Unternehmen das auf Dokumentationen aus aller Welt spezialisierte Schwesterangebot Curio, das derzeit in Norwegen und Schweden empfangbar ist.

### **simpliTV holt Fix&Foxi und RiC**

Die österreichische TV-Plattform simpliTV hat die Kinder- und Familienkanäle Fix&Foxi und RiC in ihr Angebot aufgenommen. Die beiden Sender, die vom Münchner Medienunternehmen Your Family Entertainment betrieben werden, gelangen zu den Zuschauern als Livestreams via Internet. Der Streaming-Service erweitert das via Astra (19,2° Ost) und DVB-T2 verbreitete simpliTV-Angebot um zusätzliche Sender und Dienste.

### **ARTE und France Médias Monde kooperieren bei spanischem Angebot**

Um die Sichtbarkeit ihrer spanischsprachigen Online-Angebote zu erhöhen, haben der europäische Kulturkanal ARTE und der französische Nachrichtensender France 24 eine Partnerschaft vereinbart. France 24 en español bietet auf seiner Webseite ab sofort eine [Auswahl von ARTE-Programmen](#) mit spanischen Untertiteln, vor allem Dokumentationen, Hintergrundberichte und Webserien. Im Gegenzug sind auf der Website von ARTE en español eine Reihe spanischsprachiger [Reportagen von France 24](#) verfügbar die sich wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und geopolitischen Themen aus dem Kulturraum Amerika widmen, darunter Beiträge über die sozialen Unruhen in Nicaragua oder die Migrationsproblematik in Mexiko.

Mit ARTE en español hat der Sender mit Unterstützung der Europäischen Union im November 2015 eine spanischsprachige Version seines Online-Angebots geschaffen, das nunmehr in sechs Sprachen verfügbar ist: Neben deutsch- und französischsprachigen Programmen bietet der Sender Inhalte mit spanischer, englischer, polnischer und italienischer Untertitelung und spricht somit 70 Prozent der Europäer in ihrer Muttersprache an. ARTE en español wird neben Spanien auch in den spanischsprachigen Ländern und Gemeinschaften in Amerika abgerufen. Es versteht sich als internationales Schaufenster der europäischen Kultur.

Der im Herbst 2017 gestartete Kanal France 24 en español gehört zur Gruppe France Médias Monde und richtet sich an Nutzer in Lateinamerika. Die sechs spanischsprachigen Programmstunden täglich werden durch Inhalte in französischer und englischer Sprache ergänzt. Das Angebot analysiert das lateinamerikanische und internationale Zeitgeschehen, bietet Hintergrundinformationen und regionale Themen. Das Hauptprogramm France 24 wird weltweit auf Französisch, Englisch und Arabisch rund um die Uhr in 355 Millionen Haushalte auf fünf Kontinenten ausgestrahlt.

### **LABcom GmbH**

Steinritsch 2  
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

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

### **Partner:**

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

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

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)