

WETTBEWERBSRECHT 4.0

WIDER DEN MÄCHTIGEN US-KONZERNEN

So beginnt das neue Jahr

Ausgabe 65 • Februar 2019

Sehr geehrte Damen und Herren,

das neue Jahr beginnt für den einen oder anderen nicht gut. Deutschlandradio fliegt aus dem Kabelnetz von Unitymedia, Media Broadcast hat nicht genug zu tun und Magine TV gleich gar nichts mehr – zumindest im B2C-Bereich. Und im Landkreis Cham fängt das Jahr so an, wie das alte endete: mit Querelen im Breitbandausbau, die sich nun schon über mehr als ein Jahr hinziehen. Immerhin: M-net und der Landrat reden wieder miteinander. Bis Mitte 2019 sollten eigentlich 8.000 Haushalte im Landkreis über Glasfaser im Internet surfen – eigentlich...

Eigentlich wäre der Breitbandausbau auch für Investoren interessant. Dass Glasfasernetze in Zukunft ungenutzt im Boden verweisen, ist ausgeschlossen, denn der Hunger nach Bandbreite ist bei Privathaushalten und Unternehmen gleichermaßen groß. Allerdings schafft es Deutschland, durch Bürokratie und undurchsichtige Fördermaßnahmen auch den letzten Investor zu vertreiben. Was muss sich hier ändern?

Ändern muss sich auf jeden Fall etwas im Wettbewerbsrecht. Amazon, Google oder Facebook tanzen Gerichten und Kartellwächtern auf der Nase rum. Glücklicherweise tut sich hier etwas, wie die Verfahren des Bundeskartellamts und der EU belegen. Und an Ideen für ein Wettbewerbsrecht 4.0 mangelt es nicht – Stichwort Aufmerksamkeitsmarkt.

Aber das neue Jahr hält auch gute Nachrichten bereit. Wie der Breitbandausbau gelingen kann, macht Mecklenburg-Vorpommern vor. Im Interview mit MediaLABcom erklärt Digitalminister Christian Pegel, wie er die Fördergelder von Bund und Land einsetzt, um flächendeckend für Highspeed-Internet zu sorgen. Ein Vorbild für andere Bundesländer?

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

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

Inhalt

[„Breitbandversorgung wie in Hamburg oder Berlin“ – Digitalminister Christian Pegel hat viel vor für Mecklenburg-Vorpommern](#)

[Kommunales Wissensdefizit trifft auf Finanzierungsbürokratie](#)

[Der Fluch vom Cham! Wann erhalten die Bürger Glasfaser?](#)

[Wettbewerbsrecht 4.0 – Wie auf die scheinbare Übermacht globaler Digitalkonzerne reagiert wird](#)

[Magine TV stellt TV-Streamingdienst ein](#)

[Neuer Kabelstreit: Unitymedia entfernt Deutschlandradio](#)

[Media Broadcast führt 4-Tage-Woche ein](#)

[Veranstaltungshinweis](#)

[Kurzmeldungen](#)

„Breitbandversorgung wie in Hamburg oder Berlin“ –
Digitalminister Christian Pegel hat viel vor für Mecklenburg-
Vorpommern

Marc Hankmann

Surfen auf Ostsee und Müritz ist laut Christian Pegel, Minister für Energie, Infrastruktur und Digitalisierung in Mecklenburg-Vorpommern, kein Problem. Im Internet mit Highspeed surfen hingegen schon. Doch der SPD-Politiker hat bereits 2015 viele Hebel in Bewegung gesetzt, um die

Breitbandversorgung in seinem Bundesland zu verbessern. Mecklenburg-Vorpommern erhält über 800 Millionen Euro an Fördergeldern. Wie das gelang und wohin das Geld fließt, verrät Pegel im Interview mit MediaLABcom.

[Lesen Sie mehr](#)

Kommunales Wissensdefizit trifft auf Finanzierungsbürokratie

Heinz-Peter Labonte

Laut Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD wird die Bundesregierung für „flächendeckende Glasernetze, möglichst direkt bis zum Haus“ sorgen. Zehn bis zwölf Milliarden Euro plant die Bundesregierung hierfür ein. Es ist aufschlussreich, wie die Bundesregierung auf die Fragen der FDP-Bundestagsfraktion und der Abgeordneten Michael Theurer, Reinhard Houben und weiterer Kollegen in der [Drucksache 19/3343](#) des Bundestages bereits am 9. Juli 2018 antwortete. So sollen die Erlöse aus der Vergabe der 5G-Lizenzen zweckgebunden bereitgestellt und bis 2021 im Haushalt vorgehalten werden.

[Lesen Sie mehr](#)

Der Fluch vom Cham! Wann erhalten die Bürger Glasfaser?

Marc Hankmann

Dass der Breitbandausbau mühselig ist, steht außer Frage. Doch im Landkreis Cham scheint es wie verhext. Für mediales Aufsehen sorgte in den vergangenen Wochen das Telekommunikationsunternehmen M-net, dem in der Presse bereits wegen Problemen beim Breitbandausbau in Cham die Pleite nachgesagt wurde. Selbst die BILD-Zeitung berichtete, sehr knapp allerdings, und warf gleich alles in einen Topf. Was ist da los in der Oberpfalz? Denn für die 127.000 Bürger begann der Ärger nicht erst vor ein paar Wochen.

[Lesen Sie mehr](#)

Wettbewerbsrecht 4.0 – Wie auf die scheinbare Übermacht globaler Digitalkonzerne reagiert wird

Marc Hankmann

Achim Wambach schaut beim Einkaufen im Supermarkt nicht auf die Preise. „Der Wettbewerb ist gut genug, die Preise sind schon günstig“, verlässt sich der Präsident des Leibniz-Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung auf die Marktwirtschaft. Würde der Supermarktleiter jedoch von Wambachs Verhalten, würde er die Preise sofort anheben, sobald der Professor den Laden betritt (vorausgesetzt, er verfügt über die technischen Möglichkeiten einer solch flexiblen Preisanpassung). Doch in diesem Fall ist der Kunde durch seine Anonymität geschützt. Diesen Schutz genießt er jedoch nicht im Internet. Der Online-Anbieter besitzt genug Informationen über den Kunden, um Preise zu individualisieren. Und es könnte noch schlimmer kommen, wie Wambach, Professor für Volkswirtschaftslehre, weiß.

[Lesen Sie mehr](#)

Magine TV stellt TV-Streamingdienst ein

Dr. Jörn Krieger

Magine TV wird seinen TV-Streamingdienst in Deutschland zum 28. Februar 2019 einstellen. Den Nutzern wird angeboten, zum Konkurrenten Zattoo zu wechseln, der das B2C-Geschäft übernimmt. Magine will sich nunmehr auf seine weltweiten B2B-Aktivitäten von MaginePro konzentrieren, dem Anbieter von Video-Streaming-Plattformen und Video-Streaming-Lösungen für Websites und Content Provider. Das Spektrum erstreckt sich von der technischen Plattform bis zum vollständig verwalteten End-to-End-OTT-Service für lineares Live-TV-Streaming sowie für Video-on-Demand-Inhalte.

[Lesen Sie mehr](#)

Neuer Kabelstreit: Unitymedia entfernt Deutschlandradio

Dr. Jörn Krieger

Unitymedia hat die drei Programme des Deutschlandradios am 22. Januar 2019 aus seinem Kabelnetz herausgenommen. Betroffen ist sowohl die analoge als auch die digitale Verbreitung (UKW/DVB-C). Hintergrund ist eine Auseinandersetzung über die Konditionen der Kabeleinspeisung.

[Lesen Sie mehr](#)

Media Broadcast führt 4-Tage-Woche ein

Dr. Jörn Krieger

Die Geschäftsführung von Media Broadcast und die Gewerkschaft ver.di haben sich in Tarifverhandlungen auf die Einführung einer 4-Tage-Woche ab 1. April 2019 geeinigt. Die Wochenarbeitszeit wird von 38 auf 32 Stunden gesenkt und zukünftig auf in der Regel vier Tage verteilt. Das Bruttogehalt wird bei den tariflichen Mitarbeitern mindestens um 7,29 Prozent gesenkt. Das neue Arbeitszeitmodell gilt für alle Mitarbeiter.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweis

Wiesbadener Mediensymposium 2019

Die Vorstellung der neuen Streaming-Plattform, die ProSiebenSat.1 und Discovery im Sommer starten wollen, ist eines der Themen des Wiesbadener Mediensymposiums am 19. März 2019. Die Veranstaltung, die von der Fernseh- und Kintotechnischen Gesellschaft e.V. (FKTG) und der Hochschule RheinMain ausgerichtet wird, befasst sich außerdem unter anderem mit neuen Entwicklungen bei Ultra HD/HDR, Cloud TV, Payout und Next Generation Audio.

[Lesen sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Gigabit-Internet erreicht zehn Millionen Haushalte

Der Ausbau der deutschen Breitbandnetze auf Gigabit-Geschwindigkeiten hat zum Jahresende die Schwelle von zehn Millionen Anschlüssen überschritten. Davon sind 7,3 Millionen Anschlüsse über glasfaserbasierte Kabelnetze (HFC) buchbar, wie der Kabelverband ANGA in Köln mitteilte. 3,4 Millionen Haushalte werden über reine Glasfasernetze (FTTB/H) erreicht. Vorreiter ist der Kabelnetzbetreiber Vodafone, der inzwischen sechs Millionen Haushalte mit 1-Gbit/s-Internetzugängen versorgen kann - und damit rund die Hälfte seines Kabelnetzes entsprechend aufgerüstet hat. Die von der ANGA vertretenen Netzbetreiber planen, bis 2025 drei von vier Haushalten mit Gigabit-Anschlüssen zu versorgen. Hinzu kommt der Anschluss hunderter Gewerbegebiete und Schulen.

[Lesen Sie mehr](#)

Breitbandversorgung wie in Hamburg oder Berlin“ – Digitalminister Christian Pegel hat viel vor für Mecklenburg-Vorpommern

Marc Hankmann

Surfen auf Ostsee und Müritz ist laut Christian Pegel, Minister für Energie, Infrastruktur und Digitalisierung in Mecklenburg-Vorpommern, kein Problem. Im Internet mit Highspeed surfen hingegen schon. Doch der SPD-Politiker hat bereits 2015 viele Hebel in Bewegung gesetzt, um die Breitbandversorgung in seinem Bundesland zu verbessern. Mecklenburg-Vorpommern erhält über 800 Millionen Euro an Fördergeldern. Wie das gelang und wohin das Geld fließt, verrät Pegel im Interview mit MediaLABcom.

MediaLABcom: Herr Pegel, wie sah die Breitbandversorgung in Mecklenburg-Vorpommern aus, bevor Sie sich entschlossen, am Bundesförderprogramm des damaligen Verkehrsministers Alexander Dobrindt teilzunehmen?

Christian Pegel: Mitte 2014 waren in Mecklenburg-Vorpommern nur 42,7 Prozent der Haushalte mit Bandbreiten von mehr als 50 Mbit/s versorgt. Mitte 2018 waren es bereits 66,5 Prozent.

MediaLABcom: Was haben Sie unternommen, um den Breitbandausbau in Ihrem Land auf möglichst breiter Basis anzustoßen?

Christian Pegel: Um die Umsetzung des Bundesförderprogramms vorzubereiten, haben wir frühzeitig die kommunale Ebene eingebunden. Den Auftakt dazu bildete ein Gespräch zwischen Vertretern von Energieministerium, Städte- und Gemeindetag sowie Landkreistag im März 2015. Um der Kommunalstruktur in Mecklenburg-Vorpommern mit 753 Gemeinden gerecht zu werden, haben wir uns für das Kreismodell entschieden. Dabei haben sich die Landkreise bereit erklärt, als Antragsteller für gemeindeübergreifende Ausbauprojekte zu fungieren.

Durch diese großflächigen Ausbauprojekte mit einem geringeren Koordinierungsaufwand konnten wir frühzeitig handeln und bereits im ersten Förderaufruf des Bundes mit 24 Förderanträgen ins Rennen gehen. Dafür haben wir alle förderfähigen Gebiete im Land in Projektgebiete zusammengefasst. Idee war, dass keine weißen Flecken übrigbleiben, die hätten entstehen können, wenn wir nicht als Land „von oben“ die Projektgebietszuschnitte vorgegeben hätten, sondern sich die Gemeinden selbst zusammengefunden hätten. Durch unser zentrales Planen der Zuschnitte haben wir verhindert, dass Bereiche im Land herausgefallen sind.

MediaLABcom: Welche Unterstützung gibt Ihr Ministerium den Landkreisen und Kommunen, damit sie den Breitbandausbau angehen können?

Christian Pegel: Das Energieministerium finanziert das Breitbandkompetenzzentrum Mecklenburg-Vorpommern (BKZ M-V), das die Landkreise, Ämter und Kommunen bei der Umsetzung der Breitbandziele unterstützt. Das BKZ M-V dient als Koordinierungsstelle und steht den Antragstellern während des gesamten Verfahrens beratend und unterstützend zur Seite.

Darüber hinaus hat das Energieministerium den TÜV Rheinland mit mehreren Gutachten zu den Kosten des Breitbandausbaus in Mecklenburg-Vorpommern beauftragt sowie mit der Erstellung der Planungsunterlagen, die für die Antragstellung beim Bund erforderlich sind. Zusätzlich zur technischen Beratung bedurfte es einer rechtlichen Expertise zur Gestaltung der Breitbandausschreibungen. Dafür wurden Beraterleistungen durch eine externe Anwaltskanzlei in Auftrag gegeben.

Zudem hat das Energieministerium einen monatlich tagenden Arbeitskreis eingerichtet, an dem Vertreter vom Breitbandreferat des Energieministeriums, des Breitbandkompetenzzentrums, des Finanzministeriums sowie die Breitbandbeauftragten der Landkreise teilnehmen.

MediaLABcom: Das Dobrindt-Programm hielt für Ihre Pläne einige Hürden bereit. Welche waren das und wie gelang es Ihnen, diese zu überspringen?

Christian Pegel: Auch der Bund hat mit der Breitbandförderung Neuland betreten. Dadurch waren viele Dinge anfangs komplizierter als sie vielleicht hätten sein müssen. Ein Beispiel sind etwa die umfangreichen Gutachten und Planungsdaten, die bereits mit der vorläufigen Antragstellung einzureichen waren. Hier hat das Land die Antragsteller aus M-V von Anfang an unterstützt und entsprechende Beratungsleistungen koordiniert und finanziert.

Zugleich hat das Land die Entwicklung der Förderstruktur und die zuwendungsrechtlichen Regularien beim Bund in zahlreichen Bund-Länder-Gesprächen auf Staatssekretärs-, Abteilungsleiter- und Arbeitsebene von Anfang an aktiv begleitet. Dabei haben wir immer wieder für eine grundsätzliche Vereinfachung des Förderprozesses geworben. Diese hat der Bund im Sommer 2018 auch umgesetzt.

MediaLABcom: Mecklenburg-Vorpommern wurden 832 Millionen Euro zugesprochen - fast ein Viertel der damaligen Bundesfördermittel. Waren Sie überrascht, dass es am Ende eine so große Summe geworden ist?

Christian Pegel: Wir sind im Vorfeld des ersten Förderaufrufs aktiv auf unsere Landkreise und Zweckverbände zugegangen, um diese als Antragsteller beim Bundesprogramm zu gewinnen. Anders als sonst üblich haben wir während des gesamten Prozesses die Erstellung der Förderanträge aktiv koordiniert und unterstützt. Entscheidendes Argument war für uns dabei immer, dass wir wegen der günstigen Förderquoten für finanzschwache Kommunen für jeden eingesetzten Euro Landesmittel rund zwei Euro Bundesförderung ins Land holen können. Ohne eine möglichst umfangreiche Teilnahme am Bundesprogramm wäre eine flächendeckende Breitbandförderung für Mecklenburg-Vorpommern nicht finanzierbar gewesen. Nach den Erfolgen im ersten Förderaufruf hat das Verfahren dann eine sehr große Eigendynamik entwickelt.

MediaLABcom: Im Vergleich zu anderen Ländern haben sie sich für einen relativ kleinteiligen Zuschnitt der Projektgebiete entschieden. Welche Vorteile sehen Sie in dieser Strategie?

Christian Pegel: Nein, ganz im Gegenteil. Wir haben mit die größten Projektgebiete aller Antragsteller gebildet und in die Antragstellung geschickt. Aber unser Zuschnitt der Projektgebiete orientierte sich parallel an der Maximalförderung des Bundes in Höhe von zehn bzw. 15 Millionen Euro. Jede weitere Vergrößerung wäre zu Lasten des Landes gegangen.

MediaLABcom: Welche Rolle spielen neben den kommunalen Gebietskörperschaften mittelständische Kabelnetzbetreiber und welche Kooperationsformen werden in Mecklenburg-Vorpommern zwischen unabhängigen mittelständischen Breitbandnetzbetreibern und den kommunalen Gebietskörperschaften praktiziert?

Christian Pegel: Auch die mittelständischen Netzbetreiber haben sich bisher tatkräftig auf die öffentlichen Ausschreibungen beworben. Erfolgreiche Beispiele finden Sie etwa im westlichen Mecklenburg oder auf der Insel Rügen, wo kommunale beziehungsweise regionale mittelständische Anbieter den geförderten Breitbandausbau durchführen, ebenso im Landkreis Vorpommern-Greifswald, wo ein regionaler Mittelständler, der vor Ort ansässig ist, bauen wird, und in der Mecklenburgischen Seenplatte, wo die Stadtwerktochter aus Neubrandenburg im ländlichen Raum baut.

MediaLABcom: In der Diskussion um den deutschlandweiten Breitbandausbau werden immer wieder die bürokratischen Anforderungen für die Beantragung von Fördermitteln, fehlende Tiefbaukapazitäten und damit verbundene Preissteigerungen, der Mangel an Fachkräften wie Bauleiter sowie das fehlende Know-how in der Verwaltung kritisiert. Womit haben Sie in Mecklenburg-Vorpommern am meisten zu kämpfen?

Christian Pegel: Bisher erhalten unsere Antragsteller auf ihre Ausschreibungen hin mindestens zwei bis drei unterschiedliche Angebote. Die Telekommunikationsunternehmen waren in der Regel gut auf das lange angekündigte Bundesförderprogramm vorbereitet und haben sich entsprechende Kapazitäten im Voraus gesichert. Wir hören aber auch, dass die Tiefbaukapazitäten und die Planungsbüros zunehmend auf Engpässe zulaufen. Dies wird durch das bundesweite Loslegen beim Ausbau verschärft. Richtig ist natürlich auch, dass mit der anlaufenden Umsetzung der Förderprojekte eine ungewöhnliche Vielzahl von Verfahren auf die öffentlichen Verwaltungen zukommt. Auch hier unterstützten wir als Land und wollen mit einer engen Koordinierung und – wo möglich – mit Verfahrensvereinfachungen zu einem zügigen Prozessablauf beitragen.

MediaLABcom: Der jetzige Bundesverkehrsminister Andreas Scheuer hat das Förderprogramm überarbeitet. Was erwarten Sie von seinem Upgrade für Mecklenburg-Vorpommern?

Christian Pegel: Durch die Vereinfachung des Antragsverfahrens und den Wegfall des sogenannten Scorings können wir das Update in Mecklenburg-Vorpommern vor allem zum „Lückenschluss“ in Gebieten nutzen, in denen Förderanträge bislang keine Aussicht auf Erfolg gehabt hätten wie zum Beispiel in den Städten. Wir brauchen dafür aber jetzt schnell die EU-Notifizierung für eine deutlich höhere Aufgreifschwelle, ab der ein Förderantrag wegen „ausreichender Breitbandversorgung“ ausgeschlossen wird. Die aktuell europarechtlich akzeptierten 30 Mbit/s sind nicht mehr zeitgemäß. Ich bin überzeugt, dass bei einem Ausbauziel „Glasfaser“ auch die Aufgreifschwelle „Glasfaser“ heißen muss. Zu gut Deutsch: Wer kein Glasfaserkabel hat, ist mit seinem Projektgebiet förderfähig.

MediaLABcom: Werden die Landkreise oder eventuell jetzt auch die Kommunen aus Mecklenburg-Vorpommern Förderanträge stellen?

Christian Pegel: Ja! Erste Landkreise und Zweckverbände aus Mecklenburg-Vorpommern haben bereits Anträge im sechsten Förderaufruf gestellt. Ich gehe davon aus, dass in den nächsten Wochen weitere folgen.

MediaLABcom: Wie ist der aktuelle Stand beim Breitbandausbau in Ihrem Land? In wie vielen Projektgebieten baut wer mit welcher Technologie aus?

Christian Pegel: Von unseren 93 Projektgebieten haben aktuell 36 einen endgültigen Zuwendungsbescheid erhalten und es wurde ein Ausbauprojekt mit einem Telekommunikationsunternehmen abgeschlossen. Die ausführenden Unternehmen reichen von kleinen und mittelständischen kommunalen Unternehmen wie der Wemacom oder der Neubrandenburger Neu-Medianet bis zu Branchengrößen wie der Deutschen Telekom. Bislang wird in allen endgültig bewilligten Projektgebieten Glasfaser bis an die Gebäude der Endkunden verlegt (FTTB).

MediaLABcom: Auf dem Kongress des Fachverbands Rundfunk und Breitbandkommunikation (FRK) sagten Sie, dass Sie beim Breitbandausbau rund vier bis fünf Jahre Vorsprung vor anderen Bundesländern hätten. Wie soll dieser Vorsprung genutzt werden?

Christian Pegel: Ich habe darauf hingewiesen, dass wir im ländlichen Raum derzeit eines der Schlusslichter bei guter Breitbandversorgung sind. Durch unsere 93 Projektgebiete, die beinahe alle und vorrangig im ländlichen Raum die Versorgung verbessern werden, werden wir verglichen mit anderen ländlichen Räumen für einige Jahre die beste Versorgung auf dem Land haben. Ich gehe aber davon aus, dass die anderen Bundesländer für ihre ländlichen Räume die kommenden Förderaufrufe des Bundes intensiv nutzen werden und ebenfalls in Ausbauprozesse eintreten. Wir werden also Anfang der 2020er-Jahre zunächst besser dastehen, aber der Aufholprozess aller anderen Länder ist absehbar.

Diesen zeitweiligen Vorteil möchten wir gern nutzen. Eine gute Breitbandversorgung ist Voraussetzung dafür, dass die Menschen auch in Zukunft nicht nur in Mecklenburg-Vorpommern leben und arbeiten wollen, sondern auch können. Schnelles Internet ermöglicht im privaten Bereich immer mehr Möglichkeiten, auf die kaum noch jemand verzichten möchte. Und für die Arbeit wird es zunehmend unverzichtbar. Wenn Menschen bei uns nicht nur auf der Ostsee und der Müritz surfen können, sondern auch im schnellen Internet, bedeutet das einen großen Standortvorteil, mit dem wir auch für die Ansiedlung von Unternehmen werben und somit die Wirtschaft stärken können.

Und wir glauben, dass es Familien und Menschen zur Ansiedlung ihres privaten Lebensmittelpunktes animieren kann: Leben, wo andere Urlaub machen – und das ganzjährig –, aber mit Breitbandversorgung wie im Zentrum von Hamburg oder Berlin, lädt diejenigen, die ihre Arbeit entsprechend einteilen können, zum Leben im Land ein.

MediaLABcom: Der Breitbandausbau ist die Voraussetzung, um diese Ziele zu erreichen. Sicherlich müssen auf politischer Ebene aber weitere Weichen gestellt werden. Was unternimmt Ihr Ministerium also darüber hinaus, um die Digitalisierung in Mecklenburg-Vorpommern voranzutreiben?

Christian Pegel: Seit 2017 sind im Energieministerium die Bereiche Breitbandausbau, Digitalisierung der Wirtschaft und E-Government in einem Digitalressort gebündelt. Mit dem Gesetz zur Verbesserung des Onlinezugangs zu Verwaltungsleistungen (OZG) haben sich Bund und Länder das ambitionierte Ziel gesetzt, bis Ende 2022 alle Verwaltungsleistungen auch online über Verwaltungsportale anzubieten.

Darüber hinaus wollen wir aktiv die Digitalwirtschaft im Land stärken. Dazu arbeiten wir beispielsweise an einem Förderprogramm zur Unterstützung von Digital-Startups sowie kleinen und mittelständischen Unternehmen, die ihre analogen Geschäftsprozesse digitalisieren wollen, und werden an allen Hochschulstandorten digitale Innovationszentren vor allem als Geburtshelfer für digitale Startups einrichten.

Im Bereich Breitbandförderung erwarten wir ein Nachfolgeprogramm des Bundes, das dann auch diejenigen Gebiete in den Fokus nimmt, die heute mit 30 Mbit/s versorgt sind. Auch bei diesem Programm wird die Landesregierung versuchen, wieder möglichst viele Fördermittel nach Mecklenburg-Vorpommern zu holen.

MediaLABcom: Sie gehen davon aus, dass bis Ende 2021 sämtliche Fördergelder verbaut sein werden. Wie sieht Mecklenburg-Vorpommern dann aus?

Christian Pegel: In Mecklenburg-Vorpommern werden nach der Umsetzung der 93 Projekte des ersten bis vierten Aufrufs mehr als 90 Prozent der Haushalte und Unternehmen mit Bandbreiten von mehr als 50 Mbit/s versorgt sein, davon viele mit einem gigabitfähigen Glasfaseranschluss bis zum Gebäude. Wir wollen aber – mit den kommenden Bundesförderaufrufen und nach Anhebung der Aufgreifschwelle – möglichst das ganze Land gigabitfähig machen. Das Bundesziel 2025 ist dabei ambitioniert, bei uns aufgrund der begonnenen Prozesse in den 93 Projektgebieten aber möglicherweise als einem der wenigen Flächenbundesländern machbar – wenn uns eine Riesenanstrengung gelingt und das Bundesprogramm weiterhin ausfinanziert bleibt. Das muss der Bund leisten.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Bundestagsfraktion und der Abgeordneten Michael Theurer, Reinhard Houben und weiterer Kollegen in der [Drucksache 19/3343](#) des Bundestages bereits am 9. Juli 2018 antwortete. So sollen die Erlöse aus der Vergabe der 5G-Lizenzen zweckgebunden bereitgestellt und bis 2021 im Haushalt vorgehalten werden.

Déjà-vu-Programm der GroKo

Gefragt, bis wann der „flächendeckende Ausbau mit Gigabit-Netzen“, auch in den ländlichen Gebieten, abgeschlossen sein wird, lautet die Antwort der Bundesregierung, sie „strebt einen flächendeckenden Ausbau mit Gigabit-Netzen bis 2025“ an. Damit dieses Ziel erreicht werden kann, unterstützt die Bundesregierung die privatwirtschaftlich agierenden Netzbetreiber beim Ausbau der Breitbandinfrastrukturen dort, wo dieser nicht privatwirtschaftlich realisiert werden kann“. Dank FDP-Fraktion wissen wir nun seit einem halben Jahr: Ein Déjà-vu-Programm der letzten Legislaturperiode erwartet die Wähler auf dem Lande. Denn bis Ende 2018 sollten flächendeckend alle Haushalte mit mindestens 50 Mbit/s erreicht werden.

Wissensdefizit trifft auf Zuständigkeitsdefizite

Es war ein Versprechen, das nicht erfüllt wurde. Maximal 75 Prozent der Fläche waren Ende letzten Jahres entsprechend versorgt. Und jetzt wird dies noch getoppt, denn nicht zum Ende dieser Legislaturperiode wird ein Versorgungsgrad versprochen! Nein! Wohlwissend, dass dann eine andere Bundesregierung verantwortlich sein wird, wird zu Lasten dieser Nachfolgerin erneut ein Versprechen gegeben, das sogar erst zum Ende der nächsten Bundesregierung erfüllt werden soll.

Dabei wird nicht berücksichtigt, dass wesentliche Ursache der Nichterfüllung mangelnde Koordination der unterschiedlichen Zuständigkeiten in der Bundesregierung, Wissensdefizite in den kommunalen Selbstverwaltungsorganen und mangelnde Koordination mit den Länderprogrammen ist. Kurz: Das Beschäftigungsprogramm für Förderungsberater der Kommunen war ein voller Erfolg, sogar bis Ende 2018. Die dafür vorgesehenen rund 150 Millionen Euro flossen ab und erfreuten auch viele ehemalige Mitarbeiter der Deutschen Telekom.

Babylonische Programmverwirrung

Aber auch die Breitbandbüros von Bund und Ländern sowie die inzwischen in der Praxis zu Breitbandbeauftragten und Digitalisierungsspezialisten weitergebildeten ehemaligen Wirtschaftsförderer der kommunalen Gebietskörperschaften blicken noch nicht durch in der Förderkulisse. Deshalb gibt es reihenweise kommunale Informationsveranstaltungen des Bundesbreitbandbüros in den Ländern. Dort wird erklärt, wie die Fördermodelle heißen, was ein Wirtschaftlichkeitslückenmodell, ein Betreibermodell, ein Eigenwirtschaftlichkeitsmodell ist, wie jedes einzelne funktioniert, welche Modifikationen es im Vergleich zu den noch nicht richtig verstandenen Förderprogrammen der letzten Legislaturperiode gibt bzw. welche gerade geplant oder noch diskutiert werden. Eine (Vorsicht Ironie!) echt gute Voraussetzung für eine erfolgreiche flächendeckende Erschließung auch der ländlichen Räume. Vor allem aber eine Aufforderung an Herrn Theurer und seine Kollegen aus der FDP-Bundestagsfraktion, bereits jetzt für den Jahrestag der Antwort auf ihre Kleine Anfrage, den 9. Juli 2019, nochmals den Fortschritt zur Erreichung des Versorgungsziels zu erfragen.

Fragenvorschläge

Dann könnte man ja auch beispielsweise erfragen, wie viele Workshops des Bundesbreitbandbüros, wie viele Beratungshonorare an PwC, TÜV und andere Beratungsfirmen gezahlt, wie viele Firmen in der Rechtsberatung und für Infrastruktur beteiligt und von welchen öffentlichen Ausschreibungsstellen beauftragt wurden. Übrigens sollte die FDP nicht davor zurückschrecken, diese Fragen dann in allen Bundesländern zu stellen, in parlamentarischen oder außerparlamentarischen Initiativen.

Auf ein Neues

Die Antworten werden vermutlich ergeben, dass der Zuspruch für entsprechende Informationsveranstaltungen der Breitband-, Glasfaser-, Kommunal- und Telekommunikationsverbände nur die komplexere Neuauflage der Veranstaltungen der letzten vier Jahre auf dem Weg zur Erfüllung der Ankündigung „der flächendeckenden Versorgung Deutschlands mit 50 Mbit/s“ ist. Es wäre sicherlich der Ergebnistransparenz dienend, wie politische Vorgaben im bürokratischen Umsetzungsdickicht bei mangelnder Führung zur Fehlallokation von Steuergeldern führen.

Und der private Sektor?

Aber ist der private Sektor erfolgreicher? Nein! Betrachtet man einen Teil der Lobbyverbände, so ergehen sie sich in Informationsveranstaltungen in einem Zwischending aus larmoyanter Beschwerdeführung bei für wichtig gehaltenen politisch Verantwortlichen über die Bundesnetzagentur, Lizenzausschreibungen, bürokratische Verfahren einerseits und über die Darstellung vermeintlicher Vertretung der „wirklichen Interessen“ ihrer Mitglieder andererseits. Gleichzeitig suchen diese den Ausweg der politischen Schuldzuweisung an „die Telekom und ihres Hauptgesellschafters“ für die Ausrede, nicht selbst zum Beispiel alternative lukrative Angebote für die überlegene Inhouse-Verkabelung mit Glasfaser entwickeln zu müssen. Man könnte sich ein praktisches Beispiel an den Pionieren der Koaxialverkabelung gegen die vorhandenen Leitungen der terrestrischen TV-Antennenversorgung nehmen.

Die helfende Hand am Ende des eigenen Arms

Wenn man doch von der Überlegenheit des FTTH-Ausbaus, also der Glasfaser bis in die Wohnung des Endkunden, selbst überzeugt ist, dann kann man doch auch den Wohnungsbesitzer und die Mieter davon überzeugen, dass der symmetrische Anschluss langfristig den Wohnwert verbessert und das Hoch- und

Herunterladen ebenso verbessert, wie auch in der HbbTV-Welt die Empfangsqualität bereits heute für die Zukunft optimiert. Das Risiko ist überschaubar, wenn man langfristig investiert.

Für die fünfjährigen Investitionsrhythmen von Private-Equity-Unternehmen ist dies nicht lukrativ. Warum also sollten nicht die Kunden überzeugt werden können, dass es sich auch für langfristige Investitionen lohnt, die existierende Inhouse-Vabelung zu überbauen oder zu ersetzen? Nur wer überzeugt ist, kann nämlich auch überzeugen! Denn es gilt immer noch die alte Weisheit der Handwerker: Wenn ich eine helfende Hand suche, schaue ich zuerst am Ende des eigenen Arms. Lokale Unternehmer sind auch besser in Lage, auf den Einzelfall bezogene Geschäftspläne zu entwickeln.

Deutsche Banken und langfristige Finanzierungen...

...sind für die Kunden aus dem Mittelstand immer noch weitgehend Fehlanzeige. Auch hier fühlt man sich an die Pioniertage der Versorgung mit Kupferkoaxial für breitbandiges Kabel-TV erinnert. Die Banken verlangten Sicherheiten. Nach Möglichkeit vorhandene Immobilien. Erst angelsächsische Private-Equity-Fonds schienen damals die Augen auch deutscher Investmentbanker für Cashflow-Finanzierungen geöffnet zu haben. Und heute? Banken orientieren sich an der Finanzierungsstruktur der öffentlichen Fördermodelle. Man finanziert die Gesellschaft, der die passive Infrastruktur gehört. Legt eine Amortisation von 20 oder mehr Jahren fest und sucht einen Pächter, der die passiven Netze betreibt. Darüber hinaus muss er Bürgschaften auslegen, die einen Mittelständler und seine Bilanz in der Regel für weiteres Wachstum lähmen.

Warum verstehen weder öffentliche Förderer noch Finanzinstitute, dass es doch viel besser und sicherer ist, die Kunden bei der Besitzgesellschaft der passiven Infrastruktur zu behalten und sich für den Betrieb eine Betreibergesellschaft zu suchen, mit der man einen wirtschaftlich sinnvollen Dienstleistungsertrag aushandelt? Das wäre mittelstandsfreundlicher, stärkte den Wettbewerb und würde die flächendeckende Verkabelung beschleunigen.

Fazit

Das Datum der flächendeckenden Versorgung mit Gigabitnetzen bis 2025 wird angesichts der geschilderten Verhältnisse, Gegebenheiten und Förderlarmoyanz, des weiterhin in weiten Teilen fortbestehenden kommunalen Wissensdefizits und einer öffentlichen wie privaten Finanzierungsbürokratie ein frommer Wunsch bleiben und eine Hypothek der nächsten Bundesregierung und der Wirtschaft werden. Solange die für die Steuergelder und Finanzierungsrisiken Verantwortlichen ihre Verantwortung auf Rechts- und Wirtschaftsberatungsfirmen delegieren, wird die organisierte Verantwortungslosigkeit und Bürokratie die flächendeckende Gigabit-Versorgung nachhaltig verzögern und Industrie 4.0 in Deutschland behindern.

Der Fluch vom Cham! Wann erhalten die Bürger Glasfaser?

Marc Hankmann

Dass der Breitbandausbau mühselig ist, steht außer Frage. Doch im Landkreis Cham scheint es wie verhext. Für mediales Aufsehen sorgte in den vergangenen Wochen das Telekommunikationsunternehmen M-net, dem in der Presse bereits wegen Problemen beim Breitbandausbau in Cham die Pleite nachgesagt wurde. Selbst die BILD-Zeitung berichtete, sehr knapp allerdings, und warf gleich alles in einen Topf. Was ist da los in der Oberpfalz? Denn für die 127.000 Bürger begann der Ärger nicht erst vor ein paar Wochen.

Beschwerden und „grobe Worte“

Bereits vor Jahren wollte der Landkreis Cham zusammen mit der Amplus AG, einem zur CCNST-Group gehörender Netzbetreiber, an die wiederum die M&G Prudential Gruppe beteiligt ist, die Breitbandverfügbarkeit mittels Vectoring und FTTB/H erhöhen. Allerdings kam es zu Beschwerden über ausfallende Internet- und Telefonleitungen. Die Gemeinde Gleißenberg legte zum Beispiel der Amplus zusammen mit dem Breitbandbeauftragten des Landkreises, Siegfried Schollerer, die Beschwerden der Bürger vor und setzte dem Unternehmen ein Ultimatum.

Schließlich kam es zum Bruch zwischen Amplus und Schollerer. Der Netzbetreiber warf ihm vor, gegen die Neutralitätserklärung verstoßen zu haben, die er als Breitbandbeauftragter gegenüber dem Landkreis abgegeben hatte. Wie die Mittelbayerische Zeitung [berichtete](#), behauptete Amplus, Schollerer hätte damit gedroht, dass der Netzbetreiber keinerlei Aufträge mehr erhalte. Es läge allein in seiner Macht, wer bei Ausschreibungen berücksichtigt werde und wer nicht. Schollerer bestreitet diese Aussagen, räumt aber ein, dass es „grobe Worte“ gegeben habe.

Anzeige und Betrugsverdacht

Jedenfalls zeigte ihn die Amplus AG an, woraufhin die Kriminalpolizei im Februar 2018 das von Schollerer geleitete Breitbandzentrum in Cham durchsuchte. Gegenüber MediaLABcom bestätigt die Staatsanwaltschaft Regensburg ein gegen Schollerer immer noch laufendes Verfahren wegen Betrugsverdacht. Schollerer spricht derweil von einem „Rachefeldzug“ und vermutet als Hintergrund seine Empfehlungen an einzelne Kommunen, Fördergelder zurückzuhalten, da sich Amplus nicht an Ausschreibungen gehalten habe.

Landrat Franz Löffler wollte sich aus der Fehde heraushalten und verwies laut Mittelbayerischer Zeitung darauf, dass Schollerer kein Mitarbeiter des Landkreises sei. Amplus hält indes den Beratervertrag zwischen Kreis und Schollerer entgegen und legt sich dann auch mit Löffler an, indem der Netzbetreiber das bislang größte Glasfasernetzprojekt eines bayerischen Landkreises kritisiert: die Kooperation zwischen Cham und M-net.

Mit einem 2.000 Kilometer langen FTTB-Netz will M-net 8.000 Privathaushalte und 1.000 Unternehmen im Landkreis anschließen. Über eine Tiefbautrasse von 1.400 Kilometern werden 4.000 Kilometer neue Glasfaser verlegt. „Mit dem flächendeckenden Glasfaserausbau steigt der Landkreis Cham wortwörtlich in die Breitband-Champions-League ein, weil wir damit über die leistungsfähigste Technik verfügen werden, die es derzeit gibt“, sagte Landrat Löffler anlässlich der Bekanntgabe des Projekts im Mai 2017. Man beachte das nette Wortspiel mit dem Landkreis- und dem Liganamen.

Was dann folgte, war aber eher Kreisliga: Dass sich der bisherige Ausbaupartner Amplus ausgeboten fühlt, dürfte wohl verständlich sein. So lässt der Netzbetreiber kein gutes Wort am M-net-Projekt, spricht gegenüber der Mittelbayerischen Zeitung von „massiven Planungsfehlern und Fehlkalkulationen“. Auch am Landkreis lässt er kein gutes Haar und wirft ihm vor, durch eine Umsatzvorgabe von 80 Millionen Euro in drei Jahren mittelständische Unternehmen von vornherein aus diesem Projekt ausgeschlossen zu haben. Außerdem überbaue der Landkreis durch dieses Projekt bereits versorgte Haushalte mit Fördergeldern.

Keine Qualität, kein Vertrag

Ob die Kritik der Amplus AG an der Planung und Kalkulation des FTTB-Netzes zutrifft, sei dahingestellt. Fakt ist, dass es auch in diesem Ausbauprojekt zu Problemen gekommen ist. Das Ziel der Fertigstellung bis Mitte des Jahres ist nicht mehr zu halten. Seit Dezember 2017 herrscht Baustopp. Von der 1.400 Kilometer langen Tiefbautrasse wurden nur rund drei Kilometer aufgegraben. Was ist passiert?

M-net hat für die Verlegung von Leerrohren sowie den späteren Netzbetrieb die GlasNetz Bayern (GNB) engagiert. Unter den Verträgen fehlten nur noch die Unterschriften. Auf Bitten des Landkreises fing die GNB aber schon an, erste Leerrohre zu verlegen. Allerdings entsprachen die Arbeiten nicht den Qualitätsvorstellungen der M-net, wie Unternehmenssprecher Hannes Lindhuber gegenüber MediaLABcom erklärt. Deswegen sah man bei M-net von einer Vertragsunterzeichnung mit GNB ab.

Bußgeld und Klage

GNB-Geschäftsführer Martin Leybold will das aber nicht hinnehmen. Ebenso wie Landrat Löffler vermutet er gegenüber der Mittelbayerischen Zeitung vielmehr, dass sich M-net verkalkuliert habe. Zwar sucht der Telekommunikationsanbieter nach einem neuen Subunternehmer, will aber allem Anschein nach den Netzbetrieb nun lieber selbst übernehmen. Derweil pocht Löffler auf die Einhaltung der Verträge und verhängte ein Bußgeld in Höhe von einer Million Euro. Leybold strengte eine Schadenersatzklage an, weil er nun auf Leerrohren im Wert von mehreren Millionen Euro sitzt, die eigentlich für den Breitbandausbau im Landkreis Cham gedacht waren.

„Die in den Medien getätigten Spekulationen über mögliche Schadenersatzansprüche oder gar Geldbeträge sind ohne Grundlage, da gemeinsam mit dem Landkreis Cham weiterhin an einer Lösung gearbeitet wird“, erklärt hingegen M-net-Sprecher Lindhuber. Ohne gültigen Vertrag dürften Leybolds Chancen auf einen Erfolg seiner Klage eher gering ausfallen. Ende Januar 2019 setzten M-net und der Landkreis ihre Gespräche in „konstruktiver Atmosphäre“ fort, wie es in einem gemeinsamen Statement heißt. Viel mehr ließen beide nicht verlauten.

Insolvenzgerüchte und offene Fragen

Auch die Vermutungen über eine drohende Insolvenz von M-net weist Lindhuber zurück: „Es bestehen derzeit keine finanziellen Schwierigkeiten.“ Die BILD hingegen [berichtet](#), dass M-net eine Finanzspitze von 50 Millionen Euro wegen der Verzögerungen im Landkreis Cham benötigt. Dabei handelt es sich um eine Kapitalerhöhung, die Florian Bieberbach, Geschäftsführer der Münchner Stadtwerke, größter Anteilseigner der M-net, vor dem Wirtschaftsausschuss der Stadt München ins Spiel brachte, allerdings losgelöst von der Thematik Cham, wie MediaLABcom erfuhr. Unternehmenssprecher Lindhuber versichert derweil, dass die offenen Fragen ausschließlich das Ausbauprojekt in Cham betreffen. Es gäbe keine Auswirkungen auf andere laufende Ausbauprojekte oder auf M-net-Kunden in anderen Regionen.

Eine der offenen Fragen ist, was nun mit den in Aussicht gestellten Fördergeldern vom Bund und dem Land Bayern passiert, die an den inzwischen obsoleten Zeitplan für den Bau des FTTB-Netzes gekoppelt waren. Berlin wollte 25 Millionen, München 16,35 Millionen Euro zuschießen. Außerdem ist noch nicht geklärt, wer anstelle der GNB die Tiefbauarbeiten übernehmen wird. Aufgrund der zahlreichen Projekte im Breitbandausbau mangelt es an Kapazitäten. Ergo steigen die Preise (MediaLABcom [berichtete](#)). Daher wird M-net nicht um Mehrkosten für den Ausbau in Cham umhinkommen. Das Projekt war anfangs 60 Millionen Euro schwer. Da ein neuer Tiefbauer noch nicht gefunden ist, kann über die Höhe der tatsächlichen Kosten derzeit nur spekuliert werden - ebenso über den Zeitpunkt, wann die Menschen im Landkreis Cham ihr FTTB-Netz bekommen.

Achim Wambach schaut beim Einkaufen im Supermarkt nicht auf die Preise. „Der Wettbewerb ist gut genug, die Preise sind schon günstig“, verlässt sich der Präsident des Leibniz-Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung auf die Marktwirtschaft. Wüsste der Supermarktleiter jedoch von Wambachs Verhalten, würde er die Preise sofort anheben, sobald der Professor den Laden betritt (vorausgesetzt, er verfügt über die technischen Möglichkeiten einer solch flexiblen Preisanpassung). Doch in diesem Fall ist der Kunde durch seine Anonymität geschützt. Diesen Schutz genießt er jedoch nicht im Internet. Der Online-Anbieter besitzt genug Informationen über den Kunden, um Preise zu individualisieren. Und es könnte noch schlimmer kommen, wie Wambach, Professor für Volkswirtschaftslehre, weiß.

Das Pseudo-Kartell der Algorithmen

Intelligente Preisalgorithmen könnten zukünftig in der Lage sein, Preise durch den Abgleich mit anderen Anbietern anzupassen. Dadurch könnten Quasi-Kartelle entstehen, in denen verschiedene Hersteller für ein Produkt nahezu synchron den Preis anpassen. Stillschweigende Kollusion nennt das der Fachmann. Juristisch wäre es jedoch sehr schwierig, in solchen Fällen ein Kartell zu belegen, da es keine Nachweise zum Beispiel für Absprachen gibt, denn letztendlich sind „nur“ die Preise gestiegen.

Wambach kennt noch etliche weitere Beispiele, wie sich die Digitalisierung auf die Marktwirtschaft auswirkt. Heutige marktbeherrschende Unternehmen wie Google haben nur wenig mit typischen Monopolisten gemein. Wer ein Marktmonopol besitzt, hat normalerweise wenig Interesse an Innovation. Googles Mutterkonzern Alphabet gab jedoch 2018 laut einer Studie von PriceWaterhouseCoopers 16,2 Milliarden US-Dollar für Forschung und Entwicklung aus, mehr als Volkswagen (15,8 Milliarden US-Dollar).

Der Netzwerkeffekt

Der Trend zur Monopolisierung in der digitalen Marktwirtschaft wird insbesondere in den USA deutlich. Die amerikanischen Top-100-Unternehmen erwirtschaften 45 Prozent der gesamten Wertschöpfung des Landes. Vor 15 Jahren lag der Anteil bei 33 Prozent. Ursache dieser Entwicklung sind die durch die Plattformökonomie erzeugten Netzwerkeffekte. Eine Plattform wird umso größer, je mehr Nutzer sie nutzen. Je mehr Nutzer auf der Plattform sind, desto attraktiver wird sie für andere Nutzer und desto größer wird sie und verdrängt gleichartige Plattformen. Google, Facebook und Amazon sind Paradebeispiele für Netzwerkeffekte. Wer spricht heute noch von Ask.com, Myspace oder Buch.de?

Zwar zeigt sich der Trend zur Monopolisierung im mittelständisch geprägten Deutschland nicht so stark, hier fiel der Anteil der Top-100-Unternehmen in 15 Jahren von 15 auf 13 Prozent, jedoch greifen Digitalunternehmen natürlich auch hier in die Wertschöpfung ein. Die Frage ist, ab wann diese Unternehmen ihre Marktmacht missbrauchen und wie wehrhaft Recht und Gesetz sind. Volkswirtschaftler Wambach setzt dem allgemeinen Gejammer, man könne gegen die Tech-Giganten ohnehin nichts mehr ausrichten, eine etwas differenziertere Analyse entgegen.

Missbrauchsaufsicht statt Fusionskontrolle

Entstand Marktmacht früher durch Fusionen, entsteht sie heute durch die beschriebenen Netzwerkeffekte. Die Fusionskontrolle greift aus zwei Gründen immer weniger. Zum einen fusionieren die marktmächtigen Unternehmen nicht. Zum anderen hängt die Prüfung einer Fusion am Umsatz der fusionierenden Unternehmen ab. Da WhatsApp keinerlei nennenswerte Umsätze generierte, konnte Facebook den Messenger ohne Prüfung kaufen.

Deshalb erfolgt eine Verlagerung von der Fusions- und Monopolkontrolle zur Missbrauchsaufsicht. Die beiden Missbrauchsverfahren der EU gegen Google sind ein Beispiel für diese Entwicklung. Und auch das Bundeskartellamt hat diverse Verfahren zur Prüfung wettbewerbsbeschränkender Praktiken eingeleitet. Sei es gegen die Hotelportale HRS oder Booking.com, gegen den Kartendienst HERE, den Ticketdienstleister CTS Eventim oder gegen die Schwergewichte Facebook und Amazon.

Relative Marktmacht

Das Problem dabei: Weder Amazon noch Google besitzen Marktmacht im klassischen Sinn. Nur jedes fünfte Buch wird online über Amazon verkauft. Nutzer kommen über diverse andere Seiten ins Internet. Dafür müssen sie nicht Google aufrufen. Der Gesetzgeber hat jedoch reagiert und in der 9. Novelle des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) die relative Marktmacht eingeführt. Sie beschreibt das Machtverhältnis zwischen einem und den davon abhängigen Unternehmen. Aufgrund der relativen Marktmacht kann das Kartellamt Geschäftsbedingungen und Verhaltenspraktiken auf dem deutschen Amazon-Marktplatz gegenüber den Händlern untersuchen.

Das Verfahren ergänzt die Prüfung der EU zur Erhebung und Nutzung von Transaktionsdaten durch Amazon. Wambach unterstreicht die Bedeutung der EU in solchen Fällen. „Kleine Länder hätten schwere Karten, dagegen vorzugehen“, sagt der ZEW-Präsident. Er weiß jedoch auch, dass derlei Verfahren Neuland sind. „Wir haben zu wenig Rechtsprechung in diesem Bereich“, moniert Wambach. Daher begrüßt er es, dass Google gegen die Entscheidung der EU klagt. „Es werden Gutachten erstellt und die Rechtssicherheit erhöht.“

Update fürs Wettbewerbsrecht

Dank der 9. GWB-Novelle kann das Kartellamt nun auch Sektoruntersuchungen bei Verstößen gegen den Verbraucherschutz durchführen. Zwei Verfahren laufen bereits: eines gegen Preisvergleichsplattformen und ein weiteres gegen Smart-TV-Hersteller. „Smart-TVs stehen stellvertretend für die immer stärkere Vernetzung von Gegenständen im privaten Lebensbereich und die damit einhergehende Problematik der bewussten und unbewussten Preisgabe personenbezogener Daten“, erklärt Kartellamtspräsident Andreas Mundt. Seine Behörde prüft die vertraglichen Bestimmungen der Hersteller zur Verwendung von Nutzerdaten.

Natürlich muss das Wettbewerbsrecht weiter an die digitale Marktwirtschaft angepasst werden. Wambach ist Mit-Vorsitzender der von der Bundesregierung eingesetzten Kommission Wettbewerbsrecht 4.0, die sich mit Fragen zur Datenökonomie und Industrie 4.0 sowie der Verbreitung von Plattformmärkten beschäftigt. Bis zum Herbst 2019 soll die Kommission konkrete Handlungsempfehlungen nicht nur zum deutschen, sondern zum europäischen Wettbewerbsrecht vorlegen.

Plattformgründung und Start-up-Kauf

Erste Überlegungen, die auch im Rahmen der 10. GWB-Novelle eine Rolle spielen, gab Wambach auf einem Vortrag am ifo Institut Anfang Dezember 2018 in München preis. So wird zum Beispiel diskutiert, ob man es Teilnehmern eines Marktes erlauben könne, eine Plattform zu gründen. Was das Bundeskartellamt mit Germany's Gold, dem Online-Videoportal von ARD und ZDF, sowie Amazonas, dem Pendant der Privatsender, noch verbat, wäre dann unter Umständen möglich.

Darüber hinaus wird überlegt, ob es eine spezielle Fusionskontrolle beim Aufkauf von Start-ups geben muss. Viele Start-ups werden mit dem Ziel gegründet, von Google aufgekauft zu werden. Andersherum könnte Google aber auch daran interessiert sein, mögliche Konkurrenten erst gar nicht groß werden zu lassen. Die vom Bundeswirtschaftsministerium in Auftrag gegebene Studie „Modernisierung der Missbrauchsaufsicht für marktmächtige Unternehmen“ schlägt eine Änderung im GWB vor, um den Kauf eines Start-ups untersagen zu können, wenn dahinter eine Gesamtstrategie eines marktbeherrschenden Unternehmens zu erkennen ist, aufgrund derer das Unternehmen den Kauf anstrebt, um potenziellen Wettbewerb im Keim zu ersticken.

Die Studie hat auch untersucht, ob es sinnvoll ist, ins Wettbewerbsrecht neben der Angebots- und Nachfragemacht eine Art Intermediationsmacht aufzunehmen. Das lehnen die Autoren der Studie jedoch ab, da es nicht auf die reine Tätigkeit eines Intermediärs, die Vermittlung zwischen Anbieter und Nachfrager, ankäme, sondern vielmehr auf seine Marktstellung und die damit verbundene Marktmacht. Um eine Gatekeeper-Funktion des Intermediärs zu ermitteln, stünden dem Wettbewerbsrecht aber bereits jetzt ausreichend Instrumente zur Verfügung.

Neue Marktmodelle

Des Weiteren gibt es Überlegungen für neue Marktmodelle. Georgios Gounalakis, Vorsitzender der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), fordert bereits seit Längerem ein Gesamtmeinungsmarktmodell. Ohne Zweifel fokussiert sich das Medienkonzentrationsrecht zu stark auf das Fernsehen. Es sei laut Gounalakis ein Relikt aus analogen Zeiten. Das neue Modell würde sämtliche meinungsbildenden Medienmärkte umfassen. Auch die werbefinanzierten Privatsender sprechen sich für ein Gesamtmeinungsmarktmodell aus.

Einer wahren Umwälzung käme aber wohl die Einführung eines sogenannten Attention-Markts gleich. Er definiert sich darüber, wie viel Zeit ein Verbraucher mit welchem Anbieter verbringt, denn die eigentliche Währung, so die Überlegung, mit der der Konsument bezahlt, ist seine Aufmerksamkeit, also seine Zeit. Dadurch würden sich die Marktanteile neu ordnen. Wahrscheinlich aber nicht zum Vorteil der Fernsehsender, denn während laut Online-Studie von ARD und ZDF das Internet täglich nur 82 Minuten medial genutzt wird, sitzt der Verbraucher nach Angaben der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) 217 Minuten pro Tag vorm Fernseher.

Die Diskussion um ein Aufmerksamkeitsmarktmodell steht noch am Anfang. „Der Gedanke des Attention-Markts hält langsam Einzug in die Wettbewerbsbehörden“, sagt Wambach. „Aber wie er rechtsfest gemacht werden kann, ist noch offen.“ Vielleicht muss man auf der rechtlichen Seite aber gerade derartig neue Ideen in die Tat, sprich: in Gesetze umsetzen, um den enormen Umwälzungen begegnen zu können, die jetzt und in Zukunft auf eine digitale Marktwirtschaft zukommen.

Magine TV stellt TV-Streamingdienst ein

Dr. Jörn Krieger

Magine TV wird seinen TV-Streamingdienst in Deutschland zum 28. Februar 2019 einstellen. Den Nutzern wird angeboten, zum Konkurrenten Zattoo zu wechseln, der das B2C-Geschäft übernimmt. Magine wird sich nunmehr auf seine weltweiten B2B-Aktivitäten von MaginePro konzentrieren, dem Anbieter von Video-Streaming-Plattformen und Video-Streaming-Lösungen für Websites und Content Provider. Das Spektrum erstreckt sich von der technischen Plattform bis zum vollständig verwalteten End-to-End-OTT-Service für lineares Live-TV-Streaming sowie für Video-on-Demand-Inhalte.

Fokus auf B2B-Geschäft

"Magine begann als Anbieter von Web-TV für Endkunden, verfolgt aber seit einiger Zeit die Strategie, in erster Linie ein Business-to-Business-Anbieter zu sein", sagte Kamal Bherwani, Chairman von Magine. "Entsprechend haben wir uns nun entschieden, nicht länger auf mehrere Geschäftsmodelle zu setzen, sondern uns auf unsere B2B-Strategie zu fokussieren. Infolgedessen verkaufen wir unser B2C-Geschäft an unseren renommierten Mitbewerber und heutigen Partner Zattoo. Wir danken allen Nutzern von Magine TV ganz herzlich für ihre Treue. Bei Zattoo sind unsere Nutzer in guten Händen und können wie gewohnt hochwertiges Fernsehen mit einer Vielzahl von TV-Kanälen streamen."

Wechselangebot für Kunden zu Zattoo

Zattoo bietet den rund 150.000 aktiven Magine-TV-Nutzern ein Willkommensangebot: Sie erhalten per E-Mail einen personalisierten Code, mit dem sie das "Zattoo Premium"-Paket zwei Monate lang kostenlos testen können. Kunden, die Magine TV für ein ganzes Jahr abonniert hatten, erhalten einen Ausgleich für den ab März 2019 nicht erbrachten Service. Nick Brambring, CEO von Zattoo International, sagte: "Wir bedauern, dass wir Magine als Partner bei der Entwicklung eines Marktes für moderne TV-Verbreitung in Deutschland verlieren. Dafür gewinnen wir mehr Nutzer und können somit noch stärker in unser Produkt investieren." Der Magine TV-Kundendienst bleibt bis zum 28. Februar 2019 über die bekannten Kanäle erreichbar. Magine TV wurde im März 2013 in Schweden gegründet und startete im April 2014 in Deutschland. Das Angebot umfasste die Livestreams von öffentlich-rechtlichen und privaten Free-TV-Sendern sowie Pay-TV-Kanälen in SD- und HD-Auflösung.

Der Rückzug von Magine TV kommt nicht überraschend angesichts des starken Wettbewerbsumfelds und der dominanten Stellung von Marktführer Zattoo. Im Februar 2015 hatte Magine TV bereits sein TV-Streaming-Angebot in Spanien eingestellt, im Mai 2017 folgte der gleiche Schritt im Heimatland Schweden. Seitdem wurde über den Rückzug aus Deutschland spekuliert, nicht zuletzt angetrieben durch häufige Wechsel in der Strategie und Geschäftsführung. Deutschland war das letzte Land, in dem Magine TV noch einen TV-Streamingdienst für Endkunden betrieb. Marktbeobachter halten eine weitere Konsolidierung für wahrscheinlich.

Neuer Kabelstreit: Unitymedia entfernt Deutschlandradio

Dr. Jörn Krieger

Unitymedia hat die drei Programme des Deutschlandradios am 22. Januar 2019 aus seinem Kabelnetz herausgenommen. Betroffen ist sowohl die analoge als auch die digitale Verbreitung (UKW/DVB-C). Hintergrund ist eine Auseinandersetzung über die Konditionen der Kabeleinspeisung.

Ein Unitymedia-Sprecher erklärte gegenüber MediaLABcom, dass Deutschlandradio im vergangenen Jahr den Vertrag zur Verbreitung seiner Programme im Netz von Unitymedia zum Jahresende 2018 gekündigt und darüber hinaus bekundet habe, dass es eine weitergehende Kabelverbreitung durch Unitymedia nicht nachfragen werde. "Das hierauf erfolgte Angebot von Unitymedia, gemeinsam eine neue Anschlussvereinbarung zur Kabelverbreitung der Programme des DLF zu verhandeln, hat das DLF leider nicht angenommen. Unitymedia hat daher in Konsequenz der Vertragskündigung des DLF nunmehr die Ausspeisung der Radioprogramme entsprechend vorgenommen", sagt der Sprecher. "Sollte seitens des DLF wieder Interesse an einer Kabelverbreitung in den Netzen der Unitymedia bestehen, so sind wir natürlich jederzeit bereit, mit dem DLF eine neue Vereinbarung über die Verbreitung der betroffenen Radioprogramme abzuschließen."

Eine Frage der Einspeiseentgelte

Nach Informationen von MediaLABcom beruht die Vertragskündigung auf der strittigen Frage der Einspeiseentgelte, die Unitymedia fordert, das Deutschlandradio aber nicht zu zahlen bereit ist. In den Einigungen von Unitymedia mit ARD und ZDF zur Kabelverbreitung, die den langjährigen Rechtsstreit um Einspeiseentgelte beendeten, wurden offenbar nur die öffentlich-rechtlichen TV-Sender sowie die Radiostationen der ARD-Landesrundfunkanstalten berücksichtigt, nicht aber die Deutschlandradio-Programme, die in Trägerschaft von ARD und ZDF veranstaltet werden.

Die Herausnahme der Deutschlandfunk-Programme ist rechtlich heikel, denn das Deutschlandradio wird über den Rundfunkbeitrag finanziert und verfügt über einen Grundversorgungsauftrag, aus dem sich eine Verbreitungsverpflichtung, der so genannte Must-Carry-Status, ableiten lässt. Folglich könnte sich das Deutschlandradio juristisch gegen die Herausnahme wehren und die Wiedereinspeisung verlangen.

"Wir nehmen die einseitige Ankündigung von Unitymedia vom 14. Januar 2019 zur Kenntnis, die Programme von Deutschlandradio zum 22. Januar 2019 aus seinem Kabelnetz in Baden-Württemberg, Hessen und NRW zu entfernen", sagt ein Deutschlandradio-Sprecher gegenüber MediaLABcom. "Wir bedauern diesen Schritt und prüfen derzeit das weitere Vorgehen. Digital sind die drei Deutschlandradio-Programme weiterhin über DAB+, Internet und Satellit verfügbar, Deutschlandfunk (DLF) und Deutschlandfunk Kultur darüber hinaus in vielen Regionen auch wie bisher über UKW."

Media Broadcast führt 4-Tage-Woche ein

Dr. Jörn Krieger

Die Geschäftsführung von Media Broadcast und die Gewerkschaft ver.di haben sich in Tarifverhandlungen auf die Einführung einer 4-Tage-Woche ab 1. April 2019 geeinigt. Die Wochenarbeitszeit wird von 38 auf 32 Stunden gesenkt und zukünftig auf in der Regel vier Tage verteilt. Das Bruttogehalt wird bei den tariflichen Mitarbeitern mindestens um 7,29 Prozent gesenkt. Das neue Arbeitszeitmodell gilt für alle Mitarbeiter.

Die Einigung mache das Unternehmen fit für die digitale Transformation und sichere gleichzeitig die Arbeitsplätze, erklärt Media Broadcast in einer Stellungnahme. Hintergrund sei der technologische Umbruch von analoger Technik auf weniger wartungs- und damit auch weniger personalintensive digitale Plattformen. Mit der Einführung der 4-Tage-Woche will der Technikdienstleister vermeiden, dass es ab Mitte 2019 zu Überkapazitäten kommt. Die Einigung eröffne darüber hinaus mehr Spielraum für Zukunftsinvestitionen und Neueinstellungen in Innovationsbereichen. Betriebsbedingte Kündigungen werden bis Ende 2023 ausgeschlossen.

Schwierige wirtschaftliche Lage

Im Oktober 2018 machte ver.di [bekannt](#), dass sich Media Broadcast in schwieriger wirtschaftlicher Lage befinde und man daher über die Einführung einer 4-Tage-Woche verhandle, um Kündigungen zu vermeiden. "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", lautet die Einschätzung von ver.di. Ein Media-Broadcast-Sprecher erklärt zu den Gründen: "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 Dezember 2017 den Verkauf seines UKW-Geschäfts abgeschlossen, das eines der Standbeine und Umsatzbringer des Dienstleisters war. 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.

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

Wiesbadener Mediensymposium 2019

Die Vorstellung der neuen Streaming-Plattform, die ProSiebenSat.1 und Discovery im Sommer starten wollen, ist eines der Themen des Wiesbadener Mediensymposiums am 19. März 2019. Die Veranstaltung, die von der Fernseh- und Kintotechnischen Gesellschaft e.V. (FKTG) und der Hochschule RheinMain ausgerichtet wird, befasst sich außerdem unter anderem mit neuen Entwicklungen bei Ultra HD/HDR, Cloud TV, Playout und Next Generation Audio. Zu den Referenten zählen MP3-Erfinder Karlheinz Brandenburg (Fraunhofer IDMT), Thomas Ruser (ProSiebenSat.1/7TV), Ulrich Voigt (Qvest Media), Benjamin Weiss (IRT) und Arnd Paulsen (Dolby).

Infos & Anmeldung: www.fktg.org

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Gigabit-Internet erreicht zehn Millionen Haushalte

Der Ausbau der deutschen Breitbandnetze auf Gigabit-Geschwindigkeiten hat zum Jahresende die Schwelle von zehn Millionen Anschlüssen überschritten. Davon sind 7,3 Millionen Anschlüsse über glasfaserbasierte Kabelnetze (HFC) buchbar, wie der Kabelverband ANGA in Köln mitteilte. 3,4 Millionen Haushalte werden über reine Glasfasernetze (FTTB/H) erreicht. Vorreiter ist der Kabelnetzbetreiber Vodafone, der inzwischen sechs Millionen Haushalte mit 1-Gbit/s-Internetzugängen versorgen kann - und damit rund die Hälfte seines Kabelnetzes entsprechend aufgerüstet hat. Die von der ANGA vertretenen Netzbetreiber planen, bis 2025 drei von vier Haushalten mit Gigabit-Anschlüssen zu versorgen. Hinzu kommt der Anschluss hunderter Gewerbegebiete und Schulen.

ARD/ZDF: Mediatheken und Restart TV bei Unitymedia

Der Kabelnetzbetreiber Unitymedia hat die Mediatheken von ARD und ZDF als Apps auf seiner Multimedia-Box Horizon verfügbar gemacht. Außerdem können ab sofort mit der Restart-TV-Funktion die Sendungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu jedem beliebigen Zeitpunkt während der Ausstrahlung auf den Beginn zurückgesetzt und von Anfang an gesehen werden. Restart TV kann damit nicht nur bei über 40 Pay-TV-Sendern, sondern auch bei allen öffentlich-rechtlichen Programmen in SD- und HD-Auflösung genutzt werden. Die neuen Funktionen sind kostenfrei.

XITE beendet Kabelverbreitung bei Unitymedia

Der niederländische Musikkanal XITE hat die Verbreitung seines deutschen Programms im Kabelnetz von Unitymedia eingestellt. Auf dem ehemaligen Sendeplatz informiert Unitymedia die Zuschauer in einer Hinweistafel: „Liebe Kunden, XITE hat auf eigenen Wunsch die Verbreitung im Kabelnetz von Unitymedia eingestellt. Vielen Dank für Ihr Verständnis.“ Ein XITE-Sprecher erklärte gegenüber MediaLABcom: „XITE ist in der Tat nicht mehr bei Unitymedia verfügbar. Dies hat mit unserer aktuellen Fokussierung auf ein neues, spannendes Produkt zu tun, das wir derzeit in den USA lancieren. Wir freuen uns, dass wir auch an der baldigen Einführung dieses Produkts in Deutschland arbeiten.“ XITE war am 2. September 2014 bei Unitymedia gestartet. Das deutsche Programm des Free-TV-Senders ist weiterhin auf der Internet-TV-Plattform waiju.tv und als Livestream auf der [eigenen Webseite](#) empfangbar.

eSports 1 auf Sendung

Der TV-Veranstalter Sport1 hat am 24. Januar 2019 um 20 Uhr seinen Video- und Computerspieler-Sender eSports1 gestartet. Den roten Knopf drückten Olaf Schröder, Vorstandsvorsitzender der Muttergesellschaft Constantin Medien und Vorsitzender der Geschäftsführung von Sport1, und Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien auf der Startveranstaltung in München. Der Pay-TV-Kanal, der Live-Übertragungen, Berichte und Magazine bietet, ist auf allen Plattformen in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf dem Programmplatz des Senders Sport1 US zu empfangen, der gleichzeitig eingestellt wird. Dazu zählen Vodafone Deutschland, Unitymedia, Deutsche Telekom, Unitymedia, 1&1, T-Mobile Austria, A1 Telekom Austria, UPC Schweiz und Zattoo. Das Programm kann zudem mit mobilen Endgeräten (Android/iOS) als [Livestream](#) über die eSports1-App für 5,99 Euro pro Monat verfolgt werden.

Mediennutzung der Deutschen steigt

Die Menschen konsumieren immer mehr Audio- und audiovisuelle Medieninhalte: Im zurückliegenden Jahr 2018 stieg die audiovisuelle Mediennutzung der Deutschen ab 14 Jahren erstmals auf über neun Stunden pro Tag. Radio und Fernsehen waren dabei weiterhin mit großem Abstand die meistgenutzten Medien, die Nutzung von Audio- und audiovisuellen Medieninhalten über das Internet legte weiter zu. Dies geht aus der VAUNET-Mediennutzungsanalyse hervor, die der Verband der Privatsender auf Basis von Drittquellen veröffentlicht hat.

Die tägliche Bewegtbildnutzung lag 2018 hochgerechnet bei insgesamt fünf Stunden und zwölf Minuten (Vorjahr: fünf Stunden und sechs Minuten), der Löwenanteil stammt nach wie vor von der Fernsehnutzung, die im Jahr 2018 in der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren bei drei Stunden und 54

Medienangeboten drei Stunden und 58 Minuten lag. Die Audionutzung lag unverändert bei drei Stunden und 52 Minuten. Mit Radiohören verbrachten die Deutschen ab 14 Jahren dabei werktäglich unverändert drei Stunden und zwölf Minuten.

Medienangebote im Internet wurden 2018 im Durchschnitt eine Stunde und 37 Minuten von den 14- bis 69-Jährigen (Vorjahr: eine Stunde und 29 Minuten) genutzt. Davon entfielen mit rund 71 Minuten (Vorjahr: 58 Minuten) bereits 73 Prozent auf die Nutzung von Onlinevideo und Musikstreaming/MP3. Weitere Formen der audiovisuellen Mediennutzung wie Kino, Videospiele, DVDs/Blu-ray und CDs lagen kumuliert bei 47 Minuten (Vorjahr: 50 Minuten) täglicher Nutzung. Im durchschnittlichen Tagesverlauf war Radio von morgens bis in die frühen Abendstunden das meistgenutzte Medium, am Abend ab rund 18 Uhr ist dann das Fernsehen das meistgenutzte und reichweitenstärkste Medium. Die Internetnutzung bleibt im gesamten Tagesverlauf relativ stabil.

Im Jahr 2018 schauten 92,2 Prozent (Vorjahr: 91,8 Prozent) der Deutschen ab drei Jahren regelmäßig fern, 93,8 Prozent der Erwachsenen ab 14 Jahren hörten regelmäßig Radio und 81,2 Prozent der Personen ab 16 Jahren nutzen regelmäßig das Internet. Die jeweiligen Tagesreichweiten betragen im Fernsehen 67,6 Prozent, im Radio 77,6 Prozent und im Internet 52,3 Prozent.

Brexit: DAZN beantragt Lizenzen in Deutschland

Der Streaming-Dienst DAZN will seine europäischen Sportprogramme künftig mit deutscher Lizenz veranstalten. Die Betreibergesellschaft Perform Investment Germany hat dazu bei der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) Zulassungen für DAZN in Deutschland Österreich, Italien und Spanien sowie für die Programme DAZN 1 Bar HD und DAZN 2 Bar HD beantragt, die sich an die Gastronomie richten. Der Lizenzantrag ging am 20. Dezember 2018 bei der MABB ein, die ihn am 14. Januar 2019 der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) zur Prüfung vorgelegt hat.

Die DAZN-Angebote werden bislang mit Lizenz der britischen Medienbehörde Ofcom betrieben. Wegen der unklaren Gültigkeit der britischen Zulassungen in anderen europäischen Ländern im Zuge des Ausstiegs Großbritanniens aus der Europäischen Union (Brexit) hatten zuvor bereits Turner Broadcasting System und NBC Universal deutsche Lizenzen für ihre von der Ofcom zugelassenen internationalen Sender beantragt. Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien erteilte die beantragten Genehmigungen Mitte Dezember 2018.

Brexit: Turner und NBC sichern sich deutsche Lizenzen

Der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat Turner Broadcasting System Deutschland und NBC Universal Global Networks Deutschland Zulassungen für jeweils sechs internationale Fernsehprogramme erteilt. Turner Broadcasting erhielt Lizenzen für TCM (Irland/Malta), TCM (Griechenland), TCM (Frankreich), WBTv (Frankreich), TNT (Polen) und TNT (Rumänien), NBC Universal für Syfy, E! Entertainment (2x), 13 Ulica, SCIFI und DIVA und. Alle zwölf Sender sind Pay-TV-Programme aus dem Bereich Unterhaltung. Sämtliche Lizenzen werden vorbehaltlich der noch ausstehenden Genehmigung der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) vergeben.

Da Lizenzen der britischen Medienbehörde Ofcom nach BLM-Angaben mit dem Ausstieg Großbritanniens aus der EU (Brexit) nicht mehr als Rechtsgrundlage für eine europäische Verbreitung dienen können, hatten Turner Broadcasting und NBC Universal bei der BLM neue Zulassungen für die genannten Programme beantragt. Auch wenn all diese Programme nicht in Deutschland, sondern in anderen EU-Mitgliedsstaaten verbreitet werden, ist die BLM zuständig: Denn die Hauptverwaltung beider Antragsteller liegt in München und die redaktionellen Entscheidungen über deren Programme werden ebenfalls hier getroffen. Beide Unternehmen planen laut BLM, mit Aufnahme des Betriebs unter deutscher Lizenz auch neue Stellen in München zu schaffen.

„Für den Freistaat bedeuten die neuen Lizenzen eine weitere Stärkung des Standorts – für die Unternehmen bedeuten sie Rechtssicherheit“, sagt BLM-Präsident Siegfried Schneider. Hintergrund der Zulassungsanträge von Turner Broadcasting und NBC Universal ist, dass das in der Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste verankerte Herkunftslandprinzip mit dem erwarteten Brexit für britische Medienunternehmen entfällt. Für EU-Mitgliedsstaaten gilt dagegen: Hat ein Medienunternehmen in einem europäischen Land eine Sendelizenz, dann darf das Programm des Veranstalters auch in den anderen EU-Mitgliedsstaaten rechtmäßig verbreitet werden.

ARD-Paket via Satellit komplett in HD

Die ARD verbreitet jetzt alle TV-Sender für Satellitenhaushalte über Astra (19,2° Ost) in HD-Qualität. Die beiden noch letzten fehlenden Programme ARD-alpha HD und Radio Bremen TV HD wurden am 7. Januar 2019 aufgeschaltet. Bisher waren diese beiden Sender nur in herkömmlicher Bildauflösung (SD) über Astra empfangbar. Die Signale werden zunächst in HD-Auflösung hochkonvertiert. Ab Februar 2019 wird das Dritte Radio Bremen TV in nativer HD-Qualität zu empfangen sein. Der Bildungskanal ARD-alpha soll im Laufe des Jahres folgen. Die Verbreitung der beiden neuen HD-Kanäle erfolgt unverschlüsselt und ohne Zusatzkosten auf Transponder 39 (11,053 GHz H, SR 22.000, FEC 2/3).

ARD-alpha HD und Radio Bremen TV HD stehen auch allen Kabelnetzbetreibern zur Weiterverbreitung zur Verfügung. Die beiden größten Kabelgesellschaften Vodafone und Unitymedia speisen beide Programme seit Ende Januar 2019 ein. Der HDTV-Empfang ist bei den Zuschauern bereits sehr verbreitet: Rund 31 Millionen deutsche Fernsehhaushalte verfügen laut „Digitalisierungsbericht 2018“ über einen HD-fähigen Fernseher. Unter den 17,4 Millionen Satellitenhaushalten sind etwa 80 Prozent im Besitz eines HDTV-Geräts.

QVC2 startet via DVB-T2

Der Verkaufskanal QVC verbreitet neben seinem Hauptprogramm ab sofort auch den Ableger QVC2 via DVB-T2. Wie die anderen Verkaufskanäle QVC, HSE24, 1-2-3.tv und Freenet Shopping sowie der christliche Familiensender Bibel TV wird QVC2 im so genannten qHD-Format („quarter HD“) ausgestrahlt, was einem Viertel der HD-Auflösung und damit SD-Bildqualität entspricht. Die sechs qHD-Sender sind

unverschlüsselt über das DVB-T2-Sendernetz zu empfangen, über das auch die Privatsender-Plattform Freenet TV verbreitet wird.

RTL interactive holt Henning Nieslony für TV-Now-Ausbau

Henning Nieslony verstärkt ab 1. Februar 2019 die Geschäftsleitung von RTL interactive. Als neuer Bereichsleiter wird der 33-Jährige das Commercial Management des Bereichs Video-on-Demand (VoD) verantworten. Zu seinen Aufgaben gehört insbesondere der weitere Ausbau von TV Now zu einem vollumfänglichen Streaming-Dienst. Nach Stationen bei IP Deutschland und der Leitung des Büros von Anke Schäferkordt war Nieslony seit 2016 Marketingleiter VoD/Corporate und Leiter Strategie & Media im Marketing der Mediengruppe RTL Deutschland. Nieslony folgt bei RTL interactive auf Robert Dube, der das Unternehmen auf eigenen Wunsch und aus persönlichen Gründen verlässt.

Samuel Bauer neuer Director Product & Customer Experience bei Freenet TV

Samuel Bauer ist seit 1. Januar 2019 neuer Director Product & Customer Experience bei Freenet TV, der von Media Broadcast betriebenen DVB-T2- und Satellitenplattform. In seiner neuen Position ist Bauer für die Weiterentwicklung des Angebots und für den Kundenservice verantwortlich. Bauer kommt von der Unternehmensberatung Seven Principles, für die er Media Broadcast als Teammanager und Senior Consultant bereits bei verschiedenen Projekten beraten hat. Zuvor sammelte er umfangreiche Erfahrungen in Beratungsprojekten für mehrere DAX-Konzerne. Bauer folgt auf Björn Sorge, der als Vice President Experience Design zu ProSiebenSat.1 Digital wechselt.

Schleichwerbung: BLM untersagt „Pastewka“-Folge bei Amazon Prime Video

Die vierte Folge mit dem Titel „Das Lied von Hals und Nase“ der achten Staffel der Serie „Pastewka“ bei Amazon Prime Video verstößt nach Ansicht der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) gegen das Schleichwerbeverbot des Rundfunkstaatsvertrags. Die Medienaufsicht untersagte dem Anbieter Amazon Instant Video daher mit sofortiger Wirkung, die Episode weiter auszustrahlen. Die gesamte Folge sei – vor allem in Bezug auf die Marke MediaMarkt – von häufigen und intensiven Darstellungen und Erwähnungen geprägt, die nicht programmlich-dramaturgisch begründbar seien, so die Begründung der BLM. Da die Amazon Instant Video Germany GmbH ihren Sitz in Bayern hat, ist die BLM für die Aufsicht über die Einhaltung der Werberegeln zuständig.

Amazon wird gegen die Entscheidung vorgehen: „Amazon Prime Video wird Einspruch gegen die Verfügung der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien einlegen“, sagt eine Sprecherin gegenüber MedialAcom. „Ungeachtet dessen wird die beanstandete Episode in Kürze und für den Zeitraum, bis in der Sache entschieden wurde, gegen eine neue Version ausgetauscht. Prime-Mitglieder werden weiterhin alle Folgen von ‚Pastewka‘ ohne Unterbrechung bei Prime Video sehen können.“ Amazon hatte die vormals von Sat.1 ausgestrahlte Serie vor einem Jahr zurückgeholt und von der Produktionsfirma Brainpool neue Folgen erstellen lassen - exklusiv für Amazon Prime Video.

Sky bietet Filmkanal zum Valentinstag

Sky begleitet den Valentinstag auch in diesem Jahr mit einem Pop-up-Kanal. Sky Cinema in Love zeigt vom 8. bis 14. Februar 2019 rund um die Uhr Liebesfilme der vergangenen Jahrzehnte. Zu den 50 Filmen, die auf dem Programm stehen, zählen „Manhattan Love Story“, „Message in a Bottle“, „50 erste Dates“ und „Fifty Shades of Grey - Befreite Lust“. Wie im vergangenen Jahr ersetzt der Sender in dieser Zeit Sky Cinema Emotion. Viele der Titel sind auch auf Abruf sowie im Streaming-Dienst Sky Ticket verfügbar.

Sky startet Sky Cinema Awards

Sky begleitete die diesjährige Oscar-Verleihung mit einem Pop-up-Kanal, auf dem zahlreiche preisgekrönte Filme laufen. Sky Cinema Awards zeigt vom 15. bis 24. Februar 57 Produktionen, die mit insgesamt 145 Oscars ausgezeichnet wurden. Guillermo del Toros Fantasy-Drama „Shape of Water - Das Flüstern des Wassers“, das 2018 vier Oscars gewann, bildet am 24. Februar, dem Abend der diesjährigen Oscar-Verleihung, um 20.15 Uhr den Höhepunkt von Sky Cinema Awards. Außerdem zeigt der Sender an diesem Tag auch fast alle anderen Oscar-Gewinner des vergangenen Jahres. Sky Cinema Awards ersetzt vorübergehend Sky Cinema Emotion. Viele der Filme sind auch auf Abruf und sowie im Streaming-Dienst Sky Ticket verfügbar.

Sky zeigt ATP Tour bis 2023

Sky Deutschland wird vier weitere Jahre die Tennisturniere der ATP Tour live übertragen. Der Pay-TV-Veranstalter sicherte sich von ATP und ATP Media die exklusiven TV-Rechte für Deutschland, Österreich und die Schweiz von 2020 bis 2023. Die Vereinbarung, deren finanzielle Details nicht genannt wurden, umfasst neben den TV-Übertragungsrechten auch die IPTV-, Web- und Mobilrechte. Die ATP Tour wird weiterhin Bestandteil des „Sky Sport“-Pakets sein. Neben dem klassischen Fernsehen können Tennisfans die Übertragungen auch in den Streaming-Diensten Sky Go und Sky Ticket verfolgen.

Sonlife kommt via DNMG ins Kabel

Der christliche TV-Sender SBN Sonlife Broadcasting Network will seine Verbreitung in den deutschen Kabelnetzen ausbauen. Die US-Betreibergesellschaft Family Worship Center Church und die Deutsche Netzmarketing GmbH (DNMG) unterzeichneten dazu einen Rahmenvertrag. Die auf drei Jahre geschlossene Vereinbarung ermöglicht es den über 200 in der DNMG organisierten Kabelgesellschaften, den Sender in ihren Kabelnetzen und über IP-Plattformen auszustrahlen. „Mit Sonlife können unsere Mitglieder ihr christliches Senderbouquet um den international führenden Sender der Fernseh-Evangelisation erweitern“, sagte DNMG-Verhandlungsführer Damian Lohmann. „Sonlife bietet aufwendig produzierte religiöse Fernsehinhalte, die nun auch endlich die Kunden unserer Mitglieder erreichen.“

Burda baut TV Spielfilm live aus

Die Sender von RTL und ProSiebenSat.1 sind ab sofort in HD-Qualität ohne Aufpreis auf der Internet-TV-Plattform TV Spielfilm live zu empfangen. Die RTL-Programme stehen auch zur Aufnahme zur Verfügung. Neu an Bord ist Nachrichtenkanal CNN HD. Die Kunden können zudem neuerdings mit einem Account zwei verschiedene Sender gleichzeitig streamen. „TV Spielfilm live ersetzt zunehmend den

klassischen TV-Anschluss und bietet dabei mehr als Fernsehen. Wir haben über 80 Fernsehsender, davon mehr als 60 in HD. TV-Sendungen lassen sich aufnehmen, restarten und anhalten. Und wer möchte, kann über TV Spielfilm live im EU-Ausland jederzeit fernsehen. So muss auch im Weihnachtsurlaub niemand auf seine Lieblingssendung verzichten“, sagt Managing Director Matthias Kohtes.

Nach der Einstellung des kostenlosen Streaming-Angebots am 1. Oktober 2018 ist die Anzahl der zahlenden Kunden des Live-TV-Pakets nach eigenen Angaben um über 20 Prozent gestiegen. Gleichzeitig habe sich die Conversion Rate bei Neuabschlüssen nahezu verdoppelt. Der von Hubert Burda Media betriebene Streaming-Dienst hat über 2,5 Millionen registrierte Nutzer. Zur Frage, wie viele davon zahlende Kunden sind, äußert man sich nicht. „Die zahlenden Kunden weisen wir nicht explizit aus“, sagt eine Burda-Sprecherin gegenüber MediaLABcom. „Aber so viel: Wir sind sehr zufrieden.“

Tele 5 setzt Dynamic Ad Insertion von Zattoo ein

Mit Tele 5 nutzt ein weiterer Fernsehsender das Werbeformat „Dynamic Ad Insertion“ (DAI) von Zattoo. Mit DAI lässt sich nach Zielgruppen segmentierte TV-Werbung direkt in den Livestream integrieren, indem bestehende Werbeblöcke in Abstimmung mit den TV-Sendern ersetzt werden. Kriterien, nach denen passgenaue Werbung ausgespielt wird, sind zum Beispiel das Alter, Geschlecht und die TV-Vorlieben der Zuschauer.

Das von Zattoo entwickelte Werbeformat setzen bereits Sport1 und der Internetsender Rocket Beans ein. „Als TV-Streaming-Anbieter verbindet Zattoo die Vorteile von TV mit denen der digitalen Welt. Das heißt: ein hochwertiges Werbeumfeld kombiniert mit Online-Reichweite und digitalen Targeting-Möglichkeiten“, sagte Oliver Knappmann, Chief Sales Officer bei Zattoo. „DAI ist die intelligente Weiterentwicklung der TV-Werbung. Denn so können wir passende, interessante Werbung ausspielen.“

„Swissflix“: Schweiz plant eigenes Netflix

Das Schweizer Bundesamt für Kultur (BAK) will eine eigene Streaming-Plattform für Schweizer Filme einrichten. Vorbild ist Netflix, allerdings soll das Schweizer Angebot nach Möglichkeit für die Zuschauer kostenlos sein. Schließlich haben die Verbraucher die Filme schon einmal mit ihren Steuern finanziell unterstützt, sagt Ivo Kummer, Leiter der Sektion Film beim BAK, im [Schweizer Fernsehen](#). Das BAK fördert Schweizer Filmproduktionen jedes Jahr mit rund 30 Millionen Franken (26 Millionen Euro).

Swissflix, so der Arbeitstitel, soll verhindern, dass die Filme in Vergessenheit geraten, wenn sie auf Filmfestivals, im Kino und auf DVD erschienen sind. Das Projekt soll bis 2024 umgesetzt werden. Die lange Vorbereitungszeit ist nötig, weil die Urheberrechte umfassend abgeklärt werden müssen. Das nationale Filmarchiv, die Cinemathèque Suisse in Lausanne, soll nach ersten Plänen für den Schweizer Streaming-Dienst verantwortlich sein.

HD Austria holt vier neue Pay-TV-Sender

Die österreichische Satellitenplattform HD Austria bietet ihren Kunden vier neue Sender: BonGusto, Heimatkanal, Playboy TV und Romance TV. Die Programme sind Teil des hybriden Angebots, das via Internet auf die Bildschirme gelangt. Der Empfang erfolgt über das „HD Austria Kombi Paket“ mit dem HD-Austria-Satellitenreceiver (MZ-101) oder -Rekorder (MP-201), der HD-Austria-Now-App für Smart-TV, Smartphone, Tablet und Laptop oder dem Webplayer via Internet. Die Neuzugänge erscheinen automatisch in der Senderliste, ein Suchlauf ist nicht notwendig.

Post Luxembourg bietet Discovery-Sender via IPTV

Die Post Luxembourg hat mehrere Discovery-Sender in das Pay-TV-Angebot „Entertain Me“ ihrer IPTV-Plattform PostTV aufgenommen. Die Verbreitungsvereinbarung, die die Beratungsfirma Alteox ausgehandelt hat, umfasst Sender wie Animal Planet, Discovery Channel, DMAX, Discovery Science und TLC, die ab der Paketstufe „S“ verfügbar sind. Eurosport 1 auf Deutsch und Französisch ist weiterhin im Basisangebot enthalten, während Eurosport 2 auf Deutsch und Französisch als weiterer Neuzugang bei „Entertain Me“ aufgenommen wurde. Außerdem werden die deutsche, französische und portugiesische Version von Eurosport 1 HD im Rahmen des „S“-Pakets angeboten.

„Die neue Kooperation zwischen Post Luxembourg und Discovery ist für uns ein spannender Schritt und unterstreicht unsere innovative Vertriebsstrategie“, sagte Thomas Bichlmeir, Director Distribution and Commercial Strategy von Discovery Communications Deutschland. „In dem Pilotprojekt mit PostTV - dem ersten dieser Art - bieten wir den Fans die Möglichkeit, die Sender, die sie mögen, individuell für ihr TV-Bouquet auszuwählen.“

Die Neuzugänge sind bereits auf der Plattform verfügbar. PostTV bietet den Kunden kein vorgefertigtes Programmpaket, sondern überlässt ihnen die Entscheidung darüber, welche Sender sie in ihr personalisiertes Pay-TV-Paket aufnehmen. Die Abonnements können monatlich geändert werden. Jeder Kunde kann zudem zwischen verschiedenen Paketgrößen wählen, die in Senderanzahl und Preis variieren.

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

Partner:

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

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

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

