

DEUTSCHE-GLASFASER-CEO UWE NICKL

ÜBER AUSBAU, VERKAUF UND DIE TELEKOM

Wahrscheinlichkeiten und Tatsachen

Ausgabe 73 • Oktober 2019

Sehr geehrte Damen und Herren,

auf dem Medienfrühstück des Verbands PROdigitalTV im September 2019 wurde gezeigt, wie mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz (KI) Wahrscheinlichkeiten für ein Überholmanöver in der Formel 1 während eines Boxenstopps oder den nächsten Spielzug in einem American-Football-Spiel errechnet und für den Zuschauer auf dem Fernseher angezeigt werden. Schöne neue Fernsehwelt. Was KI und Cloud noch alles (in Zukunft) können, lesen Sie in dieser Ausgabe.

Wie wahrscheinlich ein Verkauf von Deutsche Glasfaser ist, belegt Uwe Nickl zwar nicht mit Zahlen, aber dafür erklärt der CEO im Interview, welche Ziele er mit seinem Unternehmen verfolgt und wie viel Wahrheit in den Zahlen der Deutschen Telekom steckt.

Von den Wahrscheinlichkeiten zu den Tatsachen: Wenn der Breitbandausbau nicht an Dynamik zulegt, mutiert Deutschland zum digitalen Entwicklungsland. Deshalb ist im Rahmen des Digital-Gipfels oft von Beschleunigung die Rede. Aber was steckt konkret dahinter? Beschleunigung und mehr Dynamik im Breitbandausbau wollen auch die Teilnehmer des Gigabit-Symposiums. Darin waren sie sich einig. Allein über den Weg in die Gigabit-Gesellschaft gibt es durchaus unterschiedliche Ansichten.

Einer Meinung sind hingegen die Kritiker des Unitymedia-Verkaufs an Vodafone. Welche rechtlichen Maßnahmen sie gegen diese Fusion unternehmen können, erklären unsere Rechtsexperten Hanna Löschan und Ramón Glaßl. Welche Maßnahmen auf der Hauptversammlung der Tele Columbus AG beschlossen wurden, erklärt Heinz-Peter Labonte. Er widmet sich auch deren Auswirkungen oder besser: wahrscheinlichen Auswirkungen.

Neuigkeiten vom Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation, dem Bundesverband Lokal TV, 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

[„Nette kleine Zahl mit einem Körnchen Wahrheit“ – Deutsche-Glasfaser-CEO Uwe Nickl über den Breitbandausbau und Investoren](#)

[Neuer Anlauf zur Beschleunigung der Glasfasererschließung... oder Wiederholung der Analogabschaltungserfahrungen?](#)

[Gigabit-Ausbau: So wollen Politik und Unternehmen die Ära des Echtzeit-Internets erreichen](#)

[Breitbandmangelwirtschaft und Funklochrepublik... oder Beispiel eines bürokratischen Förderprogramms für Populismus?](#)

[TV der Zukunft: Cloud und KI verändern schon heute das Fernsehen](#)

[Vodafone startet Unitymedia-Integration - analoges Kabelradio bleibt](#)

[Unitymedia-Verkauf: Wie Betroffene gegen die Fusion vorgehen können](#)

[Tele Columbus – Beginn der Paralyse... oder Beginn der Übernahme in Richtung Neuanfang?](#)

[Neues vom FRK](#)

[Neues vom BLTV](#)

[Veranstaltungshinweis](#)

[Kurzmeldungen](#)

Wenn es um FTTH geht, führt kein Weg an der Deutschen Glasfaser vorbei. CEO Uwe Nickl und sein Team haben sich nicht nur den Respekt der Branche verdient, sie ziehen auch die Aufmerksamkeit der Investoren auf sich. Im Interview mit MediaLABcom erklärt Nickl, welche strategischen Ziele die Deutsche Glasfaser verfolgt, was die Telekom hätte besser machen können und warum die Frage, ob man auf Vectoring verzichten kann, gar nicht so einfach zu beantworten ist.

[Lesen Sie mehr](#)

Neuer Anlauf zur Beschleunigung der Glasfasererschließung... oder Wiederholung der Analogabschaltungserfahrungen?

Heinz-Peter Labonte

Der diesjährige Digitalgipfel der Bundesregierung am 29. Oktober 2019 in Dortmund meint es ernst. Ernst mit Methoden zur Nutzung des digitalen Fortschritts, ernst mit dem Ende der Funklochrepublik Deutschland, ernst mit dem Ausbau der Festnetzinfrastruktur. Man darf getrost unterstellen, dass es neben den politisch Verantwortlichen auch alle übrigen Beteiligten ernst meinen. Doch die Erfahrung zeigt: Skepsis ist zumindest nicht unangebracht.

[Lesen Sie mehr](#)

Gigabit-Ausbau: So wollen Politik und Unternehmen die Ära des Echtzeit-Internets erreichen

Marc Hankmann

An Zahlen mangelt es nicht, wenn die Telekommunikationsunternehmen ihre Ausbaubemühungen unterstreichen wollen. Vodafone schließt alle drei Stunden eine LTE-Baumaßnahme ab, Telefónica baut sogar alle 60 Minuten einen LTE-Standort aus. 15,2 Millionen Haushalte und Unternehmen verfügten Mitte 2019 über einen Gigabit-Anschluss. Das sind ein Drittel aller deutschen Haushalte. Diese Zahlen erfuh man auf dem Gigabit-Symposium, veranstaltet vom Verband Deutscher Kabelnetzbetreiber (ANGA), dem Bundesverband Glasfaseranschluss (Buglas), dem Verband der Internetwirtschaft (eco) und dem Verband der Anbieter für Telekommunikations- und Mehrwertdienste (VATM).

[Lesen Sie mehr](#)

Breitbandmangelwirtschaft und Funklochrepublik... oder Beispiel eines bürokratischen Förderprogramms für Populismus?

Heinz-Peter Labonte

In welchem Verhältnis stehen die Wahlergebnisse im Osten zu der Entleerung des ländlichen Raums und dem vergeblichen Versprechen, gleiche Lebensbedingungen zwischen ländlichem Raum und Städten zu schaffen? Landflucht durch Mangel an breitbandiger Zukunfterschließung bis hin zu Ärztemangel und Gewerbeansiedlungen? Gute Frage? Ja, mangelnde Breitbanderschließung steht gewissermaßen als pars pro toto.

[Lesen Sie mehr](#)

TV der Zukunft: Cloud und KI verändern schon heute das Fernsehen

Marc Hankmann

Eine dunkle Bedrohung wirft ihre Schatten voraus. Sie war mal ganz süß mit ihren zwei kreisrunden, schwarzen Ohren, doch nun macht sich ein Imperium auf den Weg, den Streaming-Markt neu zu ordnen. Die Rede ist vom Medienriesen Disney, dessen Markenzeichen zwar immer noch Mickey Mouse ist, der aber mit Star Wars den Online-Videomarkt aufmischen will, denn zum Start von Disney+ lockt das Video-on-Demand-Angebot (VoD) mit einer Star-Wars-Serie. Wer kann bei diesem Franchise schon mithalten?

[Lesen Sie mehr](#)

Vodafone startet Unitymedia-Integration - analoges Kabelradio bleibt

Dr. Jörn Krieger

Vodafone hat nach der [Genehmigung der Übernahme von Unitymedia durch die EU-Kommission](#) mit der Integration der Netze und Produkte begonnen. In den mehr als 600 Vodafone- und Unitymedia-Shops in den von Unitymedia versorgten Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg startet als erster Schritt die Vermarktung gemeinsamer Festnetz- und Mobilfunk-Produkte.

[Lesen Sie mehr](#)

Unitymedia-Verkauf: Wie Betroffene gegen die Fusion vorgehen können

*RAin Hanna Löschan und
RA Ramón Glaß*

Nachdem die Europäische Kommission am 18. Juli 2019 die geplante Übernahme von Unitymedia sowie weiterer Gesellschaften im osteuropäischen Raum durch Vodafone nach eingehender Prüfung unter Auflagen genehmigt hat (MediaLABcom [berichtete](#)), wird bereits in den Medien spekuliert, ob von Seiten der Wettbewerber Vodafones mit einem Vorgehen gegen die Übernahme zu rechnen ist.

[Lesen Sie mehr](#)

Tele Columbus – Beginn der Paralyse... oder Beginn der Übernahme in Richtung Neuanfang?

Heinz-Peter Labonte

Die im August 2019 veranstaltete Hauptversammlung der Tele Columbus AG ist Geschichte. Das Ergebnis ist eindeutig. Hat Tele Columbus jetzt die Chance, in Deutschland die dritte Kraft mit United Internet zu werden? Wird sie nach der „kalten Eingliederung“ in die Struktur von United Internet zur Hebung wechselseitiger Synergien beitragen? Oder ist der kaltschnäuzige Auftritt des Vertreters von United Internet der Beginn bzw. die Fortsetzung der Paralyse von Tele Columbus?

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

Mittelständische Breitbandnetzbetreiber für oberirdische Glasfaserverkabelung

„Wir nehmen Bundeskanzleramtsminister Helge Braun (CDU) beim Wort. Jetzt hat er Gelegenheit, Ankündigungen Taten folgen zu lassen“, erklärt der Vorsitzende des Fachverbands Rundfunk und BreitbandKommunikation (FRK), Heinz-Peter Labonte. Er bezieht sich damit auf Brauns Aussage bei der Geburtstagskonferenz des Internetportals Netzpolitik.org am 13. September 2019. Dort hatte sich Braun für die oberirdische Verkabelung als „Game Changer“ und alternativen Weg für den beschleunigten Glasfaserausbau ausgesprochen.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom BLTV

Lokal-TV-Kongress 2019: Brandenburg will kommerzielle lokale Medienanbieter finanziell unterstützen

Auch auf dem diesjährigen Lokal-TV-Kongress stand die Zukunft lokaler Medien in der digitalen Gesellschaft im Mittelpunkt vieler Diskussionen. Für diese Zukunft braucht es eine ausreichende finanzielle Ausstattung, um aktuelle, professionelle und facettenreiche Berichterstattung über lokale Themen zu gewährleisten. „In Zeiten politischer und gesellschaftlicher Veränderungen muss journalistische Unabhängigkeit gewahrt werden“, heißt es in einer gemeinsamen Pressemitteilung der den Kongress veranstaltenden Landesmedienanstalten aus Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern und Berlin/Brandenburg.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

HbbTV Symposium and Awards veröffentlicht Konferenzprogramm

Die HbbTV Association hat das Konferenzprogramm des 8. HbbTV Symposiums and Awards vorgestellt, das am 21. und 22. November 2019 in Athen, Griechenland, stattfindet.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

NetCom BW vertreibt waipu.tv

Der Netzbetreiber NetCom BW bietet seinen Kunden ab sofort waipu.tv als TV-Angebot an. Das baden-württembergische Telekommunikationsunternehmen nutzt dafür das Kooperationsmodell, das die Einkaufsgemeinschaft des Bundesverbands für Breitbandkommunikation (BREKO) im Januar 2018 mit der waipu.tv-Betreiber-Gesellschaft Exaring vereinbart hat. Um den Service starten zu können, müssen die Netzbetreiber ein IP-Peering (Netzkopplung) und eine Schnittstelle für das Management der Kundendaten zu Exaring einrichten.

[Lesen Sie mehr](#)

„Nette kleine Zahl mit einem Körnchen Wahrheit“ – Deutsche-Glasfaser-CEO Uwe Nickl über den Breitbandausbau und Investoren

Marc Hankmann

Wenn es um FTTH geht, führt kein Weg an der Deutschen Glasfaser vorbei. CEO Uwe Nickl und sein Team haben sich nicht nur den Respekt der Branche verdient, sie ziehen auch die Aufmerksamkeit der Investoren auf sich. Im Interview mit MediaLABcom erklärt Nickl, welche strategischen Ziele die Deutsche Glasfaser verfolgt, was die Telekom hätte besser machen können und warum die Frage, ob man auf Vectoring verzichten kann, gar nicht so einfach zu beantworten ist.

MediaLABcom: Herr Nickl, auf der ANGA COM 2019 in Köln nannte sie Vodafone-Deutschland-CEO Hannes Ametsreiter den ungekrönten Glasfaserkönig von Deutschland. Hat er Recht?

Uwe Nickl: Ob er Recht hat oder nicht, wird sicherlich die Zukunft zeigen. Viel wichtiger an dieser Aussage ist mir die damit verbundene Wertschätzung für unsere Arbeit bei Deutsche Glasfaser – und vor allem für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

MediaLABcom: Wie hat sich Ihr „Königreich“ seit dem Markteintritt im Jahr 2012 verändert? Hat der Glasfaserausbau an Dynamik zugelegt?

Uwe Nickl: Ich erkenne es kaum wieder. Nicht nur wir, sondern auch andere Marktteilnehmer haben einen richtigen Spurt hingelegt. Die Ausbaumengen wachsen jedes Jahr, damit wächst die Anzahl erschlossener Haushalte überproportional. Weil wir aber von Null kommen, macht sich das in manchen Regionen noch nicht bemerkbar. Aber kommen Sie doch mal an den Niederrhein oder ins Münsterland. Für viele Bürgerinnen und Bürger da ist ein hochperformanter richtiger Glasfaseranschluss inzwischen ganz normaler Teil des Lebens.

Die Akzeptanz und das Verständnis für die Notwendigkeit von Glasfaser bei den Bürgerinnen und Bürgern ist gerade in den ländlicher geprägten Regionen gewachsen. Natürlich müssen und werden wir in unseren lokalen Informationsveranstaltungen die Glasfaser immer noch erklären, aber das Interesse verschiebt sich schon stärker auf Themen der Realisierung. Wie der Bau denn abläuft und was man als Kunde beachten muss.

MediaLABcom: Was ist mit der Zeit einfacher geworden, was müsste einfacher werden?

Uwe Nickl: Einfacher werden muss die bürokratische Belastung – nicht nur für uns und die für uns ausbauenden Unternehmen. Auch die örtlichen und regionalen Verwaltungen sind ja vielfach an Regelungen gebunden, aus denen sie sich nicht mal so einfach lösen können – auch wenn sie dies gerne tun würden und Anträgen auf Bau schneller stattgeben möchten. Ein großflächiger Glasfaserausbau in einer Gemeinde ist immer ein gemeinsamer Kraftakt von ausbauendem Unternehmen und der örtlichen und regionalen Verwaltung. Schließlich muss zum Anschluss der Gebäude auch neben fast jeder Fahrbahn der Bürgersteig geöffnet und Rohre verlegt werden. Eine solche Masse an Anträgen und auch an dann notwendigen Inaugenscheinnahmen der wiederhergestellten Oberflächen ist in den letzten Jahrzehnten nicht aufgetreten und wird auch in den nächsten Jahrzehnten nicht wieder auftreten. Da können die Kommunen gut Unterstützung gebrauchen.

MediaLABcom: Dirk Wössner, Vorstandsmitglied der Deutschen Telekom, sagte Ende August 2019, man hätte im Rahmen des Breitbandausbaus nur 20 Prozent der 30 Millionen Haushalte, die nun über Vectoring angeschlossen sind, mit FTTH versorgen können. War oder ist Vectoring also notwendig, um schnelles Internet auszurollen?

Uwe Nickl: Auf diese Frage erwarten Sie von einem in der Wolle gefärbten FTTH-Ausbauer natürlich ein „Nein!“. Aber so einfach ist es nicht. Ein Vectoring-Ausbau kann aufgrund des schnelleren Ausbautempos natürlich einen größeren Teil der Bevölkerung erst einmal auf eine etwas höhere Bandbreitenschwelle heben. Das kann man nicht abstreiten. Auf der anderen Seite hat dieser Ausbau natürlich den Glasfaserausbau massiv verzögert. Zum einen, weil die Telekom seit 2006 ihre Ressourcen, Planungs- und Baukapazitäten darauf fokussiert hat. Hätte sie spätestens ab 2006 auch mit den überschüssigen Einnahmen aus der Vermietung der bestehenden Kupfer-TAL den echten Glasfaserausbau vorangetrieben, wären wir heute bei mehr als 20 Prozent. Schließlich wird immer wieder gerne vergessen, dass über Wettbewerb auch Innovations- und Investitionsdynamik entsteht und wir so in der Lernkurve im Bau, bei Verfahren und Prozessen für die Glasfaserverlegung viel weiter wären. Zum anderen sehen sich viele ausbauwillige Unternehmen hauptsächlich im städtischen Umfeld nun der Konkurrenz aus Vectoring-VDSL und hochbitratigen HFC-Netzen ausgesetzt, was dort die Penetrationserwartungen dämpft und damit die Ausbaugeschwindigkeit. Also sind die 20 Prozent eine nette kleine Zahl mit einem Körnchen Wahrheit, die jedoch einer genaueren Betrachtung nicht standhält.

MediaLABcom: Vor einiger Zeit konnten Sie den 500.000sten Glasfaseranschluss feiern. Wohin soll die Reise gehen, welche Ziele verfolgt die Deutsche Glasfaser?

Uwe Nickl: Unser im Markt schon seit längerem kommuniziertes Ziel sind ca. eine Million FTTH-Anschlüsse. Aktuell sind wir schon bei ca. 750.000 Anschlüssen im baulichen Realisierungsprozess. Wenn ich mal in Ihrem Bild mit der Reise bleibe, dann sehe ich bei einem Ziel 1.000.000 FTTH nur eine Zwischenstation. Unser gesamtes Unternehmen skaliert weiterhin stark, nicht nur im Bau, sondern auch in der Planung, dem Betrieb und im Vertrieb. Ich sehe keinen, der dieses immer mehr beschleunigende Unternehmen abbremsen kann – und noch viel weniger will. Auf den Finanzmärkten werden durch Infrastrukturfonds mehr und mehr Anlagegüter gesucht. Wenn man nun ein für den Investor risikominderndes erprobtes Modell für die Schaffung dieser Infrastrukturen hat, steht einer Erweiterung der ursprünglichen Pläne aus 2015 nicht mehr viel im Wege. Sie sehen, genau kann ich da noch nichts

quantifizieren, aber die Reise geht mit zunehmender Geschwindigkeit weiter. Dank vieler Versäumnisse in der Vergangenheit ist das Potenzial für Glasfaser in Deutschland noch riesig.

MediaLABcom: Sie investieren rund 1,5 Milliarden Euro in den Glasfaserausbau. Wie viel davon haben Sie bislang in den FTTH-Ausbau gesteckt und wie viel benötigen Sie noch, um Ihre Ziele zu erreichen?

Uwe Nickl: Die 500.000 sind knapp die Hälfte des ursprünglichen Planes aus 2015, mit den oben genannten 750.000 HP sind auch die Investitionsmittel zu drei Viertel gebunden. Dank der fortschreitenden Skalierung wird der Rest noch schneller gehen. In unseren konkreten Planungen beschäftigen wir uns heute schon mit Potenzialen über den Plan hinaus.

MediaLABcom: Der größte Anteilseigner an der Deutschen Glasfaser ist der Investor KKR. Wird er das benötigte Kapital zur Verfügung stellen?

Uwe Nickl: Das Kapital für den Plan aus 2015 steht ohnehin bereit. Es kann durchaus sein, dass wir noch einmal die Bandbreite unserer originären Investoren erweitern. Auf der Fremdkapitalseite herrschen ähnliche Verhältnisse, wie ich sie oben für langfristig orientierte Infrastrukturinvestoren geschildert habe. Wenn sie ein erprobtes Geschäftsmodell haben, reduzieren sie die Risikoerwartungen der Banken ungemein. Im Ergebnis steht dann ein hohes Interesse vieler Banken, zur Finanzierung dieser Infrastrukturen beizutragen.

MediaLABcom: Laut einem [Bericht des Handelsblatts](#) stehen die Deutsche Glasfaser und inxio zum Verkauf. Gibt es bei Ihnen eine Exit-Strategie mit dem Ziel des Verkaufs?

Uwe Nickl: Ernsthaft interessiert hier nur die Frage, wie und mit welchen neuen Ausbauzielen eine Deutsche Glasfaser für den nächsten Abschnitt der Reise ausgestattet wird. Wir haben dazu schon viel Vorarbeit geleistet. Das Geschäftsmodell trägt, das Unternehmen und insbesondere die Baumaschine skaliert. Der FTTB/H-Ausbau wird in Deutschland mehrheitlich von den Wettbewerbern der Deutschen Telekom betrieben. Allerdings ist der Markt zersplittert.

MediaLABcom: Könnte denn aus Ihrer Sicht ein großer FTTB/H-Netzbetreiber den Wettbewerb mit der Telekom beleben und damit den Glasfaserausbau vorantreiben?

Uwe Nickl: Das tun wir doch schon. Und abgesehen davon, hat die Zersplitterung dann ihr Gutes, wenn damit zusätzliche Ressourcen dem Glasfaserausbau zugeführt werden, die große Unternehmen gar nicht nutzen könnten. Über Open Access und die schon am Markt befindlichen Plattformen wie die unseres Partners vitroconnect werden diese Netze dann – realistisch auf mittlere Sicht – dem Gesamtmarkt zur Verfügung stehen. Wir gewinnen jetzt damit Geschwindigkeit im Ausbau und optimieren dann über Open Access, so dass für die Bürgerinnen und Bürger Vielfalt und Wettbewerb trotz der unterschiedlichen passiven Infrastrukturen gewährleistet sind.

MediaLABcom: Unter wessen Dach oder Marke könnte ein solcher Wettbewerber entstehen?

Uwe Nickl: Der Markt wird sich in seinen Strukturen verändern. Voll integrierte flächendeckende Anbieter wird es in der Glasfaserwelt nicht mehr geben. Das, was Sie oben mit Zersplitterung bezeichnet haben, bedeutet auch die Notwendigkeit, auf unterschiedlichste Marktsituationen mit Geschäftsmodellen reagieren zu können. Wir haben die Deutsche Glasfaser dank unserer infrastrukturzentrierten Ausrichtung hier sehr gut aufstellen können. Neben unserem schon fast klassischen – und von vielen aufstrebenden Marktbegleitern gerne kopierten – Endkundengeschäft mit Vorvermarktung inklusive Open Access gehen wir gerne intensive Kooperationsmodelle mit Energieversorgern wie entega ein. Und dann gibt es noch unsere privaten Betreibermodelle. Wir als Deutsche Glasfaser erstellen die passiven Netze – unsere Kernkompetenz – und verpachten diese langfristig an einen Betreiber. Im Geschäftskundenmarkt ist dies aktuell die Vodafone, für Ausbaugebiete im eher ländlichen Raum haben wir ein erstes Modell mit der htp.

MediaLABcom: Sie sind auch Geschäftsführer der BrightBlue GmbH, die als IPTV-Dienstleister aus der Deutschen Glasfaser hervorgegangen ist. Worin unterscheidet sich BrightBlue von anderen Dienstleistern, die ebenfalls White-Label-IPTV-Lösungen anbieten?

Uwe Nickl: BrightBlue kann auf lange Erfahrung als carrier-grade TV-Plattform gerade für FTTH-Netze zurückgreifen. Die Software wurde im eigenen Haus entwickelt und wird dort kontinuierlich weiterentwickelt für den Einsatz in hochperformanten Netzumgebungen.

MediaLABcom: Im B2B-Markt für derartige IPTV-Lösungen sind einige Unternehmen tätig. Denken Sie, dass es hier zu einer Marktkonsolidierung kommen wird; vielleicht im Zuge einer Konsolidierung im FTTB/H-Markt?

Uwe Nickl: Eine Marktkonsolidierung über Unternehmenszukäufe sehen wir nicht. Die Konsolidierung wird vielmehr über die Leistungsfähigkeit der Plattformen gehen.

MediaLABcom: Wie beurteilen Sie den Zusammenschluss von Unitymedia und Vodafone? Wird der neue, bundesweit agierende Kabelnetzbetreiber den Breitbandausbau voranbringen und wenn ja, auf Basis von Docsis 3.1 oder FTTB/H?

Uwe Nickl: Den Zusammenschluss habe ich auch in der Vergangenheit ja schon eher positiv gesehen. Ob das neu entstehende Unternehmen selbst den Ausbau voranbringen wird, sei dahingestellt. Es wird jedoch den Ausbau gerade in ländlichen Räumen voranbringen, weil die einheitliche Marke dort sehr gut auf die entstehenden Netze gehen kann.

MediaLABcom: In Rio Reisers Klassiker „König von Deutschland“ heißt es: „Das alles und noch viel mehr, würd' ich machen, wenn ich König von Deutschland wär.“ Was würde der Glasfaserkönig von Deutschland machen, wenn er könnte, wie er wollte, um den FTTB/H-Ausbau zu beschleunigen?

Uwe Nickl: Wissen Sie, auch ein ungekrönter König ist immer nur so gut wie die Kritik, der er sich aussetzen muss. Darum bin ich froh, dass wir bei Deutsche Glasfaser so ein diverses Team aus eher regelkonformen Deutschen und pragmatischen Niederländern haben und uns immer wieder gegenseitig herausfordern. Aber um zu dem inhaltlichen Kern Ihrer Frage zu kommen: Wir brauchen bürokratische Entfesselung für Infrastruktur, Vorrang privater Investitionen und damit Priorisierung der Gebiete mit tatsächlicher Nachfrage sowie schlussendlich massives Vorantreiben von E-Government. Davon wird zusammen mit Vouchern eine massive Sogwirkung für die Nachfrage ausgehen.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Neuer Anlauf zur Beschleunigung der Glasfasererschließung...
oder Wiederholung der Analogabschaltungserfahrungen?

Heinz-Peter Labonte

Der diesjährige Digitalgipfel der Bundesregierung am 29. Oktober 2019 in Dortmund meint es ernst. Ernst mit Methoden zur Nutzung des digitalen Fortschritts, ernst mit dem Ende der Funklochrepublik Deutschland, ernst mit dem Ausbau der Festnetzinfrastruktur. Man darf getrost unterstellen, dass es neben den politisch Verantwortlichen auch alle übrigen Beteiligten ernst meinen. Doch die Erfahrung zeigt: Skepsis ist zumindest nicht unangebracht.

Beschleunigung des Netzausbaus

Immerhin hatte bereits der ehemalige Bundeswirtschaftsmister Günther Rexrodt im Oktober 1998 in Leipzig das Ende der analogen TV-Verbreitung über Satellit und Breitbandkabel bis zum Jahr 2010 versprochen. Zur Umsetzung wurde unter Federführung seines Ministeriums der damalige „Digitalisierungsprozess“ unter Beteiligung der relevanten Marktteilnehmer begonnen. Es wurde die Stunde der Bedenkenträger aus Lobby und Unternehmen.

Ergebnis: Die Analogabschaltung wurde auf 2012 „beschleunigt“. Und tatsächlich wurde 2012 nur die analoge Satellitenverbreitung abgeschaltet. Die großen Kabelnetzbetreiber und die Wohnungswirtschaft machten Druck auf „die Politiker“ und im Kabel wurden die Signale „reanalogisiert“. Die letzten Analogprogramme im Kabel werden in diesen Tagen abgeschaltet

„Mehr Tempo beim Glasfaserausbau“

Man muss ja nur alt genug werden und sein Gedächtnis pflegen, um zum Beispiel angesichts des Titels einer sehr effizient arbeitenden Gruppe namens „Mehr Tempo beim Glasfaserausbau“ nicht an Rexrodts Ankündigung vor 21 Jahren und den ihr folgenden „bürokratischen Konsensprozess“ von „allen Marktbeteiligten“ zu denken. Werden die konstruktiven Vorschläge aus dieser Arbeitsgruppe vielleicht auch hier wieder in den „übergeordneten Leitungsgruppen“ der „Sherpas“ und „Ministerialen nebst Firmenchefs“ zu ineffizienten Formelkompromissen verwässert?

Beispiele

So werden neben sinnvollen Entbürokratisierungsmaßnahmen, bessere Abstimmung der Förderungsmaßnahmen des Bundes und der Länder auch die Rückverlagerung von Entscheidungen auf die Kommunen diskutiert. Auch werden alternative Verlegetechniken, wie zum Beispiel die in der Vergangenheit nicht zuletzt nach der Wiedervereinigung in Ostdeutschland bewährte oberirdische Verlegung von Kabelnetzen (heute wäre dies Glasfaserkabel) vorgeschlagen.

So könnten Vorschriften zu Investitionschancen für institutionelle Anleger aus der Versicherungswirtschaft in den Bau und Betrieb von Glasfaserinfrastrukturen erleichtert und damit sowohl der Landflucht entgegengewirkt als auch der Altersversorgung der Versicherten entgegengekommen werden.

Fazit

Als auch an diesem Gipfelprozess wieder teilnehmender Beobachter mit Gestaltungsinteresse bleibt man skeptisch. Skeptisch aus Erfahrung und skeptisch angesichts der erkenntnisleitenden Interessen der auf der obersten Entscheidungsebene Verantwortlichen aus Politik, Verwaltung und Unternehmen.

Aber wie sagt Max Weber in seinem berühmten Aufsatz über Politik als Beruf? „Wer zu all dem ‚Dennoch‘ zu sagen vermag, der hat den Beruf zur Politik“. Man möchte als Optimist ergänzen: und zur konstruktiven Mitarbeit im Digitalgipfelprozess der Bundesregierung.

An Zahlen mangelt es nicht, wenn die Telekommunikationsunternehmen ihre Ausbaubemühungen unterstreichen wollen. Vodafone schließt alle drei Stunden eine LTE-Baumaßnahme ab, Telefónica baut sogar alle 60 Minuten einen LTE-Standort aus. 15,2 Millionen Haushalte und Unternehmen verfügten Mitte 2019 über einen Gigabit-Anschluss. Das sind ein Drittel aller deutschen Haushalte. Diese Zahlen erfuhr man auf dem Gigabit-Symposium, veranstaltet vom Verband Deutscher Kabelnetzbetreiber (ANGA), dem Bundesverband Glasfaseranschluss (Buglas), dem Verband der Internetwirtschaft (eco) und dem Verband der Anbieter für Telekommunikations- und Mehrwertdienste (VATM).

Also alles in Butter? Keineswegs, sagte etwa Theo Weirich auf dem Symposium. Der Geschäftsführer des Netzbetreibers wilhelm.tel warf den etablierten Mobilfunkunternehmen Heuchelei vor. „Den 4G-Ausbau hätten sie schon längst vollziehen können“, wettete Weirich auf der Veranstaltung in Berlin. Dann wäre man jetzt in Sachen 5G schon weiter. Der streitbare Weirich war jedoch der Einzige, der etwas Wasser in den Wein goss.

4G-Lückenschluss und Weiße-Flecken-Auktion

So war Steffen Bilger anderer Meinung. „Vieles ist schon ganz nah“, sagte der Staatssekretär aus dem Bundesverkehrsministerium auf dem Gigabit-Symposium. Er stellte die Eckpunkte einer Mobilfunkstrategie vor, die „technologieoffen und innovationsfreundlich“ sei. Für den 4G-Lückenschluss wurden Verträge abgeschlossen, in denen sich die Mobilfunkanbieter dazu verpflichten, bis Ende 2021 jeden Haushalt mit LTE zu versorgen. Im Gegenzug können sie die Kosten für die 5G-Frequenzauktion bis 2030 in Raten bezahlen.

Bilger appellierte an die Mobilfunkanbieter zu mehr Kooperationsbereitschaft, insbesondere bei der Versorgung ländlicher Regionen. Ganz ohne den Staat werde es aber nicht gehen, wie Nadine Schön sagte. Die stellvertretende Vorsitzende der CDU/CSU-Bundestagsfraktion geht davon aus, dass ein Prozent der Haushalte nur mit staatlicher Unterstützung LTE erhalten könnten. „Ein Prozent der Haushalte sind zehn Prozent in der Fläche“, sagte Schön auf dem Symposium.

Eine Möglichkeit, auch diese Haushalte mit LTE zu versorgen, brachte Bilger ins Spiel: eine Weiße-Flecken-Auktion, in der derjenige Mobilfunkanbieter den Zuschlag für den Netzausbau erhalten könnte, der dafür den geringsten Förderaufwand benötige. Christoph Clément aus der Geschäftsleitung von Vodafone Deutschland sähe es lieber, wenn Gelder aus dem Digitalfonds für den Mobilfunk abgezweigt würden.

Nach 4G kommt 5G

Nach dem 4G-Lückenschluss soll dann laut Bilger möglichst schnell der 5G-Rollout beginnen. Das Bundesverkehrsministerium wolle frühzeitig auf die Kommunen zugehen, damit sie öffentliche Gebäude für die benötigten Mobilfunkmasten bereitstellen. Genehmigungsverfahren will Bilger vereinfachen. Die Bewilligung eines neuen Mobilfunkstandorts soll innerhalb von vier Monaten vorliegen. Die Errichtung von Small Cells soll ganz ohne baurechtliche Genehmigung auskommen. „Mit diesen Maßnahmen wollen wir in die Ära des Echtzeit-Internets gehen“, erklärte der Staatssekretär auf dem Gigabit-Symposium.

Die Verkürzung von Genehmigungsverfahren strebt das Verkehrsministerium auch für den drahtgebundenen Breitbandausbau an, um dessen Geschwindigkeit zu erhöhen. Erstbescheide sollen bereits nach einem Monat Bearbeitungszeit ausgestellt werden. Darüber hinaus soll es im Rahmen der Novelle des Telekommunikationsgesetzes (TKG) Unterstützung für alternative Verlegemethoden geben. Dabei sei laut Bilger auch die Glasfaserverlegung entlang von Oberleitungen im Gespräch.

Regulierung und Umlagefähigkeit

„Das Thema Geschwindigkeit liegt im Tiefbau“, sagte Vodafone-Geschäftsführer Clément. Hinderlich sei insbesondere, dass niemand verlässliche Informationen über das Vorhandensein von Leerrohren habe. Er begrüßte aber die Unterstützung für alternative Verlegemethoden, mit denen man am Tag 400 bis 500 Meter Glasfaser verlegen könne, während man mit der herkömmlichen Tiefbaumethode nur rund ein Zehntel schaffe.

Clément warnte jedoch davor, die Deutsche Telekom in Sachen Glasfaser gänzlich aus der Regulierung zu nehmen, wie es derzeit diskutiert werde. „Damit würde man der Telekom die Marktgestaltung überlassen“, mahnte Clément. Das würde speziell kleine Netzbetreiber treffen, die einen erheblichen Aufrüstbedarf zum Beispiel in Inhouse-Netzen hätten. Die Basis für diese Aufrüsten sei die Umlagefähigkeit der Kabelanschlussgebühren auf die Betriebsnebenkosten, so Clément.

Seinen Worten zufolge befänden sich in Deutschland rund 15 Millionen Haushalte in großen Wohnblöcken. Durch die Umlagefähigkeit sei es gelungen, die Preise für den TV-Empfang niedrig zu halten. „Ohne die Umlagefähigkeit steigen die Preise um 100 Euro und mehr“, sagte Clément in Berlin. Das sei gerade in sozial schwachen Regionen problematisch. „Wenn die Netzbetreiber nicht aufrüsten, erreicht auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht mehr alle Bürger“, ergänzte Clément. CDU/CSU-Politikerin Schön ergänzte, dass die politische Meinungsbildung zur Umlagefähigkeit der

Kabelanschlussgebühren noch nicht abgeschlossen sei. Im Rahmen der TKG-Novelle wird überlegt, sie abzuschaffen (MediaLABcom [berichtete](#)).

Kooperation zwischen Mobilfunk und City Carriern

Die lokalen und regionalen Netzbetreiber kommen auch beim 5G-Ausbau ins Spiel, denn sie sind es, die bereits heute die Glasfaserinfrastrukturen unterhalten, die für die Anbindung der 5G-Masten benötigt werden. „Man muss auf die City Carrier, die in den großen Städten Glasfaser im Boden haben, zugehen“, appellierte wilhelm.tel-Chef Weirich an die großen Mobilfunkanbieter. Momentan zeigten die den Kleinen aber noch die kalte Schulter. In Sache lokale bzw. regionale 5G-Frequenzen saßen die City Carrier „am Katzentisch und dürften bei den Großen nicht mitreden“, ärgerte sich Weirich.

Bislang gibt es auch noch keine lokalen oder regionalen 5G-Frequenzen, weil man sich innerhalb der Bundesnetzagentur (BNetzA) nicht über die Gebühren einig ist. Wie Buglas-Geschäftsführer Wolfgang Heer auf der Veranstaltung in Berlin jedoch erwähnte, könnten solche Frequenzen in diesen Tagen von der BNetzA zur Verfügung gestellt werden. Dann kann die Ära des Echtzeit-Internets auch auf lokaler Ebene beginnen.

Breitbandmangelwirtschaft und Funklochrepublik... oder Beispiel eines bürokratischen Förderprogramms für Populismus?

Heinz-Peter Labonte

In welchem Verhältnis stehen die Wahlergebnisse im Osten zu der Entleerung des ländlichen Raums und dem vergeblichen Versprechen, gleiche Lebensbedingungen zwischen ländlichem Raum und Städten zu schaffen? Landflucht durch Mangel an breitbandiger Zukunfterschließung bis hin zu Ärztemangel und Gewerbeansiedlungen? Gute Frage? Ja, mangelnde Breitbanderschließung steht gewissermaßen als pars pro toto.

Kind liegt im Brunnen und schreit

Die politische Zweiteilung Ostdeutschlands in eine Einviertel-Dreiviertel-Gesellschaft kommt für den passionierten Wiedervereinigten nicht überraschend. Wer Infrastrukturen abbaut, Polizeidichte in einem ehemaligen auf der Fiktion gesellschaftlicher Geborgenheit basierenden Staatsgebilde abbaut, Hausärztedichte und Polikliniken sehenden Auges abnehmen lässt, wer die teilweise nachträgliche Verklärung der deutsch-sowjetischen Freundschaft in seiner Politik unberücksichtigt lässt, wer sich als Partei(en) nur noch durch Ingroup-Verhalten auszeichnet und wenn der Westen leugnet, seine Personalprobleme zulasten der Ostdeutschen vom Verwaltungsbeamten bis zum im Westen gescheiterten Ministerpräsidenten zulasten der Ostdeutschen gelöst zu haben, muss sich nicht wundern, wenn selbst bis in die Bildungsbürger- und inzwischen wohlhabenden Bürgerschichten hinein der Frust wächst. Erkennt man doch, dass diese mit „Buschzulage“ in der Wendezeit Importierten nicht nur auch mit Wasser kochen, sondern dass deren (intellektuelles) Wasser häufig nur lauwarm war (und ist).

Nicht nur Kohle, sondern auch Kommunikation

Richtig, die Lausitz braucht Hilfe bei der Umstrukturierung. Aber wäre es nicht auch gut, wenn nicht allein in der Lausitz bei der Kohle angesetzt würde? Wenn Kommunikation zunächst die Infrastrukturen schaffte, um die medizinische Versorgung sicherzustellen? Warum wurde bei Glasfaser 2020 in Brandenburg die Ausschreibung an den Mittelständlern im Osten vorbeiorganisiert? Wieso wurde und wird die nach der Wende aus revolutionärem Elan und Idealismus entstandene Lokalfernsehlandschaft mit dem Hinweis auf die Nazi-Historie von Verantwortlichen der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien nicht auch inhaltlich bis zur eigenständigen Lebensfähigkeit unterstützt? Warum haben sich die Verantwortlichen in IHK und DIHK nicht nachhaltiger für die örtlichen Kommunikations- und Wirtschaftsinitiativen eingesetzt und stattdessen lieber mit ihren aus dem Westen importierten Entscheidern weiter auf staatliche Förderung vertraut?

Vertrauen in demokratische Strukturen, auch der Selbstverwaltung, muss man sich in einer Gesellschaft in der nachrevolutionären Selbstfindung durch beispielhaftes Handeln und nicht durch Ingroup-Verhalten erwerben – nach dem Motto, haben wir im Westen schon immer so gemacht und die werden sich im Osten schon anpassen.

Fazit

Für diejenigen, die seit der Wendezeit versuchen, mit ihren Partnern und Freunden in Ostdeutschland voneinander lernend auf gleicher Augenhöhe und mit hoher Achtung vor der Aufbauleistung seit 1989 zu kommunizieren, ist es nicht ohne Ironie, wenn sie heute feststellen müssen, dass selbst die Bedrohung der traditionellen Werte und Verhaltensweisen von politisch radikalisierten Westimporten in die nicht mehr neuen, aber immer selbstbewussteren ostdeutschen Bundesländern ausgeht.

TV der Zukunft: Cloud und KI verändern schon heute das Fernsehen

Marc Hankmann

Eine dunkle Bedrohung wirft ihre Schatten voraus. Sie war mal ganz süß mit ihren zwei Kreisrunden,

schwarzen Ohren, doch nun macht sich ein Imperium auf den Weg, den Streaming-Markt neu zu ordnen. Die Rede ist vom Medienriesen Disney, dessen Markenzeichen zwar immer noch Mickey Mouse ist, der aber mit Star Wars den Online-Videomarkt aufmischen will, denn zum Start von Disney+ lockt das Video-on-Demand-Angebot (VoD) mit einer Star-Wars-Serie. Wer kann bei diesem Franchise schon mithalten?

Angebot steigt, Zeitbudget bleibt gleich

Nach Netflix und Amazon Prime Video kommt nun die zweite VoD-Generation auf den Markt, denn neben Disney schicken sich auch Apple und Warner Bros. an, einen eigenen Streaming-Dienst zu lancieren. Damit dürfte die Marktsättigung schnell erreicht sein, denn eines steht auch fest: Das Zeitbudget des Zuschauers ist begrenzt. „90 Prozent unserer ehemaligen Abonnenten haben als Grund für die Kündigung angegeben, dass sie keine Zeit mehr hätten, um unser Programm zu schauen“, berichtete Alsterfilm-Geschäftsführer Holger Kreymeier über eine Umfrage, die er für sein Programm massengeschmack.tv durchgeführt hat.

Kreymeier stellte das Programm auf dem 50. Medienfrühstück des Verbands PROdigitalTV vor, das in den Räumen der Düsseldorfer Rechtsanwaltskanzlei Heuking Kühn Lüer Wojtek stattfand. Mit einer ausgeklügelten Abo-Struktur von monatlich 6,99 bis 49,99 Euro sammelte massengeschmack.tv bislang rund 3.000 Abonnenten. Auf YouTube erreicht Kreymeier mit dem Content 92.000 Abonnenten, wodurch er seine Abo-Umsätze um Werbeeinnahmen ergänzt. Aber auch Kreymeier spürt, dass es immer mehr Streaming-Angebote gibt. „In letzter Zeit stagnieren die Abo-Zahlen eher“, sagte der Medienmacher in Düsseldorf.

Verbreitungskosten und Lastenspitzen

Also müssen sich die Streaming-Anbieter auch überlegen, wie sie Kosten sparen können. „Gerade für kleinere Veranstalter ist die Kostenreduzierung durch Video Processing in der Cloud sehr interessant“, erklärte Andreas Kastner, Field Operations Manager DACH bei AWS Elemental Technology, einer Tochter von Amazon Web Services, auf dem Medienfrühstück. Auch Pierre Hofer, CEO der pferdewetten.de AG, nutzt IP. „Früher hatten wir hunderte von Satellitenschüsseln, um Pferderennen aus der ganzen Welt zu empfangen“, erklärte Hofer in Düsseldorf. Neben den Livestreams verfügt pferdewetten.de über ein Archiv mit 650.000 Rennen, die wettbegeisterte Nutzer als Informationsquelle für ihre Wetten nutzen.

Jedoch muss Hofer etwas Wasser in den Wein gießen. „Durch die IP-Übertragung leidet die Bildqualität“, bemängelte der pferdewetten.de-Chef. Kastner und die Amazon-Tochter AWS Elemental Technology versprechen Abhilfe. Darüber hinaus können mit Cloud Video Processing auch Lastenspitzen wie etwa bei Live-Übertragungen aufgefangen werden. Für Hofer alles schön und gut, doch er sieht das Problem woanders. „AWS ist ein amerikanisches Unternehmen. Wie sieht es mit dem Datenschutz aus?“, fragte er in die Runde.

Künstliche Intelligenz, Augmented Intelligence

Auch Jobst Mühlbach sieht darin eine Herausforderung: „Für Deutschland, die USA und Kanada braucht es bei einem NetPVR-Angebot eine Single Copy, sonst überall auf der Welt eine Shared Copy“, sagte der Associate Vice President Sales Engineering Media & Entertainment von Kaltura und verwies auf die Entwicklungskosten für die entsprechende Technologie. Kaltura ist im Bereich Targeted TV tätig und nimmt mit Hilfe der Künstlichen Intelligenz (KI) Nutzersegmentierungen für die Ausspielung personalisierter Werbung vor.

AWS-Experte Kastner spricht von Augmented Intelligence und nennt als Beispiel die Formel 1. In jedem Rennen werden pro Formel-1-Auto 3.000 Datenpakete pro Sekunde gesammelt und für Statistiken und Wahrscheinlichkeitsangaben ausgewertet. So wird etwa bei einem Boxenstopp auf dem Fernsehbildschirm die Wahrscheinlichkeit eines Überholmanövers eingeblendet, während der stehende Bolide neue Reifen bekommt und betankt wird. Über Amazon Prime Video blendet die Nation Football League in den USA während der Spiele die Wahrscheinlichkeiten für den nächsten Spielzug ein. „Diese Entwicklung kommt, es wird immer mehr“, prognostizierte Kastner während seines Vortrags in Düsseldorf.

Heißt die Zukunft Cognitive TV?

Mühlbach geht davon aus, dass KI-Systeme in drei bis fünf Jahren dazu in der Lage sein werden, zum einen mehrere Nutzer, die sich gleichzeitig vor dem Fernseher befinden, zu erkennen, und zum anderen jeden dieser Nutzer exakt einzuschätzen. Cognitive TV heißt das Schlagwort, mit dem natürlich nicht nur das Fernsehen, sondern auch die Werbung vollständig individualisiert werden soll. Der Nutzer erhält sein persönliches User Interface mit für ihn individuell zusammengestellten Bundles, die Quality of Experience (QoE) oder die Quality of Service (QoS) wird auf seine Bedürfnisse oder technischen Voraussetzungen angepasst usw.

Das ist natürlich noch Zukunftsmusik, aber eventuell für Programmanbieter wie Alsterfilm-Chef Kreymeier der Weg, um mehr Abonnenten zu gewinnen bzw. die bestehenden an sich zu binden. Doch auch wenn KI-gestützte Systeme für kleine Streaming-Anbieter erschwinglich werden, müssen sie sie refinanzieren, d.h. es muss eine Paywall her. Da wirkt der Fernsehempfang via Satellit fast anachronistisch. „Wir sind in Deutschland der einzige kostenlose TV-Anbieter“, sagte Graziella Treffler, Senior Key Account Manager DACH & Benelux bei ASTRA Deutschland – wenn man von den Anschaffungskosten eines

Satellitenspiegels nebst Zubehör einmal absieht.

Keine Engpässe auf dem Satelliten

Natürlich sieht auch Treffler den Trend zum Streaming. Sie verweist jedoch darauf, dass dafür auch die notwendigen Bandbreiten vorhanden sein müssen. „In Deutschland sprechen wir von durchschnittlich 6 bis 8 Mbit/s pro Haushalt“, sagte die Astra-Managerin in Düsseldorf. Der Satellit hingegen biete eine Abdeckung von 99 Prozent und habe keinerlei Bandbreitenengpässe. „Wir könnten theoretisch schon heute 8k oder 16k verbreiten“, erklärte Treffler weiter.

Hohe Bandbreiten sind auch vonnöten, denn im Vergleich zur Einführung von HDTV entwickelt sich UHD um einiges schneller: Ein Jahr, nachdem der erste HD-Sender gestartet war, gab es weltweit deren 13. Bei UHD stieg die Zahl innerhalb eines Jahres auf 33 Sender an. Drei Jahre nach dem ersten UHD-Sender waren es bereits 70. Dagegen gab es drei Jahre nach dem HD-Start nur 32 HD-Programme. Treffler ist sich daher sicher: So schnell wird der kostenlose Sat-Empfang – auch im SD-Bereich – nicht verschwinden, Streaming-Wachstum hin oder her.

Vodafone startet Unitymedia-Integration - analoges Kabelradio bleibt

Dr. Jörn Krieger

Vodafone hat nach der [Genehmigung der Übernahme von Unitymedia durch die EU-Kommission](#) mit der Integration der Netze und Produkte begonnen. In den mehr als 600 Vodafone- und Unitymedia-Shops in den von Unitymedia versorgten Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg startet als erster Schritt die Vermarktung gemeinsamer Festnetz- und Mobilfunk-Produkte.

Darüber informiert Vodafone die Unitymedia-Kunden mit einem persönlichen Willkommensanschreiben. Darin enthalten sind Gutscheincodes für Geschenke wie Mini-WLAN-Router, zusätzliches Datenvolumen fürs mobile Surfen und im Preis reduzierte Kombi-Angebote aus Vodafone-Mobilfunk und Unitymedia-Festnetz. Vodafone-DSL-Kunden im Unitymedia-Versorgungsgebiet können zudem, wo verfügbar, unabhängig von bestehenden Laufzeiten zum leistungsstärkeren Unitymedia-Kabelanschluss wechseln - zu Neukundenpreisen.

Kabel soll komplett digital werden

Die analogen UKW-Kabelradioprogramme im Unitymedia-Kabelnetz bleiben auch nach der Übernahme durch Vodafone erhalten, wie ein Unitymedia-Sprecher gegenüber MediaLABcom bestätigte, nicht zuletzt wegen der vergleichsweise geringen Verbreitung von digitalen Kabelradioreceivern. Man strebe allerdings an, das Kabel zukünftig vollständig zu digitalisieren, habe hierfür aber noch keinen Termin ins Auge gefasst. „Dazu sind wir mit unseren Partnern fortlaufend im Gespräch“, erklärte der Sprecher. „Das freiwerdende Freispektrum kann dann eines Tages für den Ausbau des Internet-Upstreams genutzt werden.“

Vodafone hatte im Zuge der TV-Analogabschaltung auch die analoge Kabelradio-Verbreitung beendet, während Unitymedia seinen Kunden neben dem digitalen DVB-C-Kabelradio-Angebot weiterhin analoge UKW-Programme anbietet.

Unitymedia-Verkauf: Wie Betroffene gegen die Fusion vorgehen können

RAin Hanna Löschan und RA Ramón Glaß

Nachdem die Europäische Kommission am 18. Juli 2019 die geplante Übernahme von Unitymedia sowie weiterer Gesellschaften im osteuropäischen Raum durch Vodafone nach eingehender Prüfung unter Auflagen genehmigt hat (MediaLABcom [berichtete](#)), wird bereits in den Medien spekuliert, ob von Seiten der Wettbewerber Vodafones mit einem Vorgehen gegen die Übernahme zu rechnen ist.

Grund hierfür ist, dass sich durch den Zusammenschluss die wenigen großen Anbieter der deutschen Festnetzbranche, nämlich die Deutsche Telekom, Vodafone und Unitymedia, von drei auf zwei Anbieter verringert haben. Dies führt zu einem erheblich erhöhten Marktanteil von Vodafone und folglich mehr Druck auf die nachgelagerten Märkte. Auch im Bereich der Kabelnetzbetreiber ist der (besonders schützenswerte) Restwettbewerb, den die verbliebenen kleinen und mittelständischen Kabelnetzbetreiber ausüben, angesichts der erheblichen Marktmacht von Vodafone akut gefährdet.

Welche Möglichkeiten bestehen?

Wenn die Richtigkeit der Entscheidung der Europäischen Kommission angezweifelt wird, stellt die Nichtigkeitsklage das adäquate Rechtsmittel dar. Mit ihr können Betroffene eine Entscheidung der Europäischen Kommission überprüfen und ggf. für nichtig erklären zu lassen. Sollten sich beispielsweise die Deutsche Telekom oder einer der anderen Marktteilnehmer dazu entschließen, eine solche Nichtigkeitsklage zu erheben, muss diese innerhalb einer zweimonatigen Klagefrist bei dem Europäischen Gericht eingereicht werden.

Es gibt mehrere Möglichkeiten, um diese Klagefrist in Gang zu setzen. Die häufigste ist in Zusammenhang mit Fusionskontrollverfahren in der Regel die offizielle Veröffentlichung der vollständigen

Entscheidung im Amtsblatt der Europäischen Union. Bis eine solche Veröffentlichung erfolgt, können durchaus noch einige Monate vergehen; Grund hierfür ist, dass zuvor eine Abstimmung der Europäischen Kommission mit den Zusammenschlussbeteiligten über etwaige vertrauliche Informationen der Entscheidung erforderlich ist.

Nachweise und Streithilfe

Neben der fristgerechten Einreichung der Klage muss der Kläger zudem auch nachweisen, dass er von der Entscheidung der Europäischen Kommission unmittelbar und individuell betroffen ist. Dies werden zumindest direkte Mitbewerber und gewerbliche Kunden von Vodafone regelmäßig bewerkstelligen können, da diese unmittelbar von der neuen Marktposition Vodafones beeinträchtigt werden.

Sobald Klage eingelegt ist, können sich weitere Wettbewerber bzw. von der Entscheidung Betroffene dazu entschließen, sich an dem bestehenden Gerichtsverfahren zu beteiligen. Dies erfolgt im Rahmen der Streithilfe. Voraussetzung hierfür ist wiederum, dass der Streithelfer glaubhaft darlegt, ein rechtliches Interesse an dem Ausgang des Rechtsstreits zu haben. Ein solches berechtigtes Interesse könnte der Streithelfer ebenfalls durch eine unmittelbare und individuelle Betroffenheit nachweisen.

Notwendigkeit einer Beteiligung

Eine solche Beteiligung kann in diesem Zusammenhang auch durchaus sinnvoll sein, da sich durch die Beteiligung weiterer vom Zusammenschluss Betroffener neue Erkenntnisse ergeben können. Diese neuen Erkenntnisse können durchaus dazu führen, dass der Ausgang des Verfahrens entsprechend beeinflusst wird. Aus diesem Grund sollte von jedem Marktteilnehmer eingehend geprüft werden, ob eine Beteiligung an einem laufenden Gerichtsverfahren sinnvoll sein könnte.

Letztlich bleibt abzuwarten, ob und in welchem Umfang tatsächlich gegen die Fusion von Vodafone und Unitymedia gerichtlich vorgegangen wird. Zum jetzigen Zeitpunkt gibt es jedenfalls noch keine konkreten Anhaltspunkte, die bestätigen, dass bei dem Europäischen Gericht gegen die Entscheidung der Kommission Klage erhoben wird. Zudem wurde die Entscheidung bislang noch nicht im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht. Und die Gründe zu kennen, mit denen die Europäische Kommission die Fusion freigegeben hat, ist letztlich für alle Beteiligten und Betroffenen von erheblicher Bedeutung.

Hanna Löschan und Ramón Glaßl sind Rechtsanwälte 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.

Tele Columbus – Beginn der Paralyse... oder Beginn der Übernahme in Richtung Neuanfang?

Heinz-Peter Labonte

Die im August 2019 veranstaltete Hauptversammlung der Tele Columbus AG ist Geschichte. Das Ergebnis ist eindeutig. Hat Tele Columbus jetzt die Chance, in Deutschland die dritte Kraft mit United Internet zu werden? Wird sie nach der „kalten Eingliederung“ in die Struktur von United Internet zur Hebung wechselseitiger Synergien beitragen? Oder ist der kaltschnäuzige Auftritt des Vertreters von United Internet der Beginn bzw. die Fortsetzung der Paralyse von Tele Columbus?

Ende des Abwartens

Im Grunde ist diese „kalte Übernahme“ aus einer Minderheitenposition nur konsequent. Nachdem Tele Columbus in der Zeit des alten Managements und Aufsichtsrats alles tat, um die Fachleute mit historischem Firmen- und Kunden-Know-how aus dem Personalstamm und Management zu entfernen, musste United Internet handeln. Der Wahlvorschlag des alten Aufsichtsrates ähnelte dem traditionellen Verhalten amerikanischer Investoren bei der Beteiligung an deutschen Kabelfirmen: „We successfully did it in America this way, and you as the management have to do it in Germany the same way!“ Wohin das führte, freut die Investoren von Callahan in Nordrhein-Westfalen noch heute, um nur ein Beispiel zu nennen.

United Internet als Kenner deutschen Marktes

Die Hauptversammlung zeigte den begrenzten Horizont manches Kleinaktionärsvertreters. Schließlich waren die vom alten Aufsichtsrat vorgeschlagenen Wahlkandidaten, d.h., die vorgeschlagene Besetzung des neuen Aufsichtsrats mit im Schweizer Telekommunikationsmarkt möglicherweise bewährten Persönlichkeiten, nicht unbedingt als lückenloser Nachweis von Sachkompetenz und Erfahrung im deutschen Markt überzeugend vorgetragen. Dagegen war es eben kein subtiler Nachweis Westerwälder Ironie, wenn der Vertreter von United Internet die nicht anwesenden Kandidaten immer wieder mit dem ausdrücklichen Hinweis „deutscher Staatsbürger“ vorstellte. Inwieweit dies ein Vorteil ist, wird noch zu beweisen sein.

Chance für die Kleinaktionäre

Wenn Kleinaktionäre in der Hauptversammlung eine unbefriedigende Antwort der Verwaltung über die Zusammenarbeit mit United Internet erhielten, sollte man die Verantwortlichen daran erinnern: United Internet verfügt mit Versatel über mehr als 40.000 Kilometer Backbone-Netze. Mit 1&1 gibt es einen eingeführten Markennamen erfolgreicher Produkte, der dem alphabetischen Unglücksnamen PYUR (ich habe leider die beiden Punkte über dem aus Selbsterwirklichungsphantasien eines selbstverliebten Werbeagenturmenschen entsprungenen neudeutschen Umlautes Y – bitte zwei Punkte über dem Y mitdenken - nicht auf meinem handelsüblichen PC-Keybord gefunden) weit überlegen ist. Und nun kommt noch der Aufbau der 5G-Infrastruktur seitens des United-Internet-Unternehmens Drillisch hinzu, was nicht nur erhebliche Synergiepotenziale ermöglicht, sondern die Erweiterung des Triple-Play-Angebotes für Tele Columbus um 5G-Mobilfunkprodukte förmlich aufdrängt.

Integrierte dritte Kraft im Telekommunikationsmarkt

Natürlich kann man sagen, dass 1&1 für United Internet ein Übernahmeangebot an die Kleinaktionäre hätte machen sollen. Aber für United Internet ist es risikoloser, den vorhandenen Vorstand angesichts bisher nicht gehobener Synergien mit seinem größten Aktionär über den Aufsichtsrat zu einer für alle Seiten sinnvolle Kooperation „anzuregen“. Bei erfolgreicher Nutzung dieser Chancen wird auch der Aktienwert steigen, was wohl eher im Interesse der übrigen Aktionäre ist, als ein Übernahmeangebot mit 10- oder 20-prozentigem Aufschlag auf den Aktienwert vor der Hauptversammlung entgegenzunehmen.

Fazit

Jetzt bleibt abzuwarten, ob der selbstbewusste Auftritt des United-Internet-Vertreters in der Hauptversammlung der geschilderten sinnvollen Strategie folgt, das derzeitige Management lernfähig ist, United Internet die noch in der Tele Columbus AG verbliebenen Fachleute mit historischem Firmen- und Kunden-Know-how aus dem Personalstamm und Management nutzt und womöglich den vom früheren Management und Aufsichtsrat entfernten Sachverstand beratend integriert.

Dann ist eine Renaissance der Erfolge bei der Wohnungswirtschaft und den Kommunen sogar wahrscheinlich. Ja, dann ist es sogar wahrscheinlich, dass die Tele Columbus AG mit ihren mehr als drei Millionen Kundenverträgen als Teil der dritten Kraft im Telekommunikationsmarkt reüssiert.

Neues vom FRK

Mittelständische Breitbandnetzbetreiber für oberirdische Glasfaserverkabelung

„Wir nehmen Bundeskanzleramtsminister Helge Braun (CDU) beim Wort. Jetzt hat er Gelegenheit, Ankündigungen Taten folgen zu lassen“, erklärt der Vorsitzende des Fachverbands Rundfunk und Breitbandkommunikation (FRK), Heinz-Peter Labonte. Er bezieht sich damit auf Brauns Aussage bei der Geburtstagskonferenz des Internetportals Netzpolitik.org am 13. September 2019. Dort hatte sich Braun für die oberirdische Verkabelung als „Game Changer“ und alternativen Weg für den beschleunigten Glasfaserausbau ausgesprochen.

Die mittelständischen Netzbetreiber wollen durch oberirdische Glasfaserzuleitungen einen wichtigen Beitrag für die flächendeckende Versorgung der bisher mit Gigabit-Bandbreiten unterversorgten Gebiete leisten. Damit erhalten aus Sicht des FRK auch Kommunen im ländlichen Raum, die bisher in den Ausbauplanungen für die Glasfaser keine Rolle spielten, eine realistische Chance auf die Zukunftstechnologie Glasfaser. Diese ließe sich schnell realisieren und wirtschaftlich effizient zu einem Bruchteil der Kosten einer Glasfaserverlegung im Tiefbau realisieren. „Was in anderen Glasfasernationen möglich ist, sollte auch hier realisierbar sein. Zudem rückt die Bundesregierung ihrem vorgegebenen Ziel 2025 nur so näher“, betont Labonte.

„Hierzu müssen die politisch Verantwortlichen auf allen föderalen Ebenen die richtigen Prioritäten setzen. Die oberirdische Verlegung kann als kostengünstigere Variante durch schnellere Entscheidungen seitens der kommunalen Entscheidungsebenen schon kurzfristig umgesetzt werden. Außerdem haben die Mittelständler seit 1984 beim Ausbau der breitbandigen Kupferkoaxialnetze zur Kabelfernsehvorsorgung ihre diesbezüglichen Fähigkeiten nachhaltig unter Beweis gestellt“, unterstreicht Labonte.

Der FRK-Mitgliederversammlung liegt im Rahmen des diesjährigen Breitbandkongresses in Leipzig ein entsprechender Antrag vor. Dieser fordert die Bundesregierung auf, die notwendigen Schritte auch für andere Verlegetechniken einzuleiten, statt den reinen Tiefbau von Glasfaserinfrastrukturen in der Förderung zu präferieren. Die Kommunen sollten aus Sicht des FRK im Rahmen der kommunalen Selbstverwaltung nicht länger durch Verwaltungsvorschriften daran gehindert werden, das Steuergeld ihrer Bürger für tatsächlich sinnvolle Ausbautechniken einzusetzen.

Neues vom BLTV

Lokal-TV-Kongress 2019: Brandenburg will kommerzielle lokale Medienanbieter finanziell unterstützen

Auch auf dem diesjährigen Lokal-TV-Kongress stand die Zukunft lokaler Medien in der digitalen Gesellschaft im Mittelpunkt vieler Diskussionen. Für diese Zukunft braucht es eine ausreichende finanzielle Ausstattung, um aktuelle, professionelle und facettenreiche Berichterstattung über lokale

Themen zu gewährleisten. „In Zeiten politischer und gesellschaftlicher Veränderungen muss journalistische Unabhängigkeit gewahrt werden“, heißt es in einer gemeinsamen Pressemitteilung der den Kongress veranstaltenden Landesmedienanstalten aus Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern und Berlin/Brandenburg.

Die Kongressteilnehmer sowie die aufgezählten Landesmedienanstalten unterstützen daher den Vorschlag mehrerer Bundesländer für eine Erweiterung der Förderungsmöglichkeiten für kommerzielle lokale Medienanbieter. Insbesondere das Land Brandenburg sorgte mit einem Vorstoß für Aufsehen. Brandenburg will als erstes Bundesland die Erstellung lokaler und regionaler journalistischer Inhalte durch private Medienanbieter finanziell bezuschussen. Bislang erhalten solche Medienanbieter lediglich Fördermittel für technische Verbreitungskosten, nicht aber für die Produktion journalistischer Inhalte.

Staatszuschüsse für private lokale und regionale Medienanbieter sind auch im Rahmen der Novelle zum Medienstaatsvertrag ein Thema. In § 40 (Finanzierung besonderer Aufgaben) soll ein Passus aufgenommen werden, der eine solche Förderung „zur Sicherung der lokalen und regionalen Medienvielfalt“ vorsieht. Der Passus ist jedoch umstritten – nicht zuletzt, weil eine Förderung journalistischer Inhalte durch den Staat die Frage nach der eingangs geforderten Unabhängigkeit des Journalismus aufwirft. Es besteht die Gefahr, dass der Staat als Geldgeber auch mitreden will oder die Zahlungen nach politischer Vorliebe steuert. Welcher Journalist könne schon frei berichten, wenn er damit Gefahr laufe, durch seine Berichterstattung Zuwendungen zu reduzieren, fragen Kritiker einer Staatsförderung. Letztendlich stehe auch die Staatsferne des öffentlich-rechtlichen Rundfunks permanent in Diskussionen und gebe kein gutes Beispiel für den Vorstoß Brandenburgs ab.

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

HbbTV Symposium and Awards veröffentlicht Konferenzprogramm

Die HbbTV Association hat das Konferenzprogramm des 8. HbbTV Symposiums and Awards vorgestellt, das am 21. und 22. November 2019 in Athen, Griechenland, stattfindet. Das Gipfeltreffen der Connected-TV-Branche, das die HbbTV Association in diesem Jahr Zusammenarbeit mit der nationalen griechischen Rundfunkanstalt ERT veranstaltet, informiert über aktuelle Entwicklungen in Bereichen wie Operator Applications (OpApps), Addressable TV, Targeted Advertising und hybride DVB/IP-Dienste, beleuchtet die Erfahrungen, die TV-Sender, Plattformbetreiber, Dienstleister und Gerätehersteller mit HbbTV gemacht haben, und wirft einen Blick auf die Rolle von HbbTV in Zukunftsszenarios wie DVB-I und 5G Broadcast. Das HbbTV Symposium wird von den HbbTV Awards begleitet, die herausragende Leistungen von HbbTV-Anbietern würdigen und auszeichnen. Die festliche Preisverleihung findet am Abend des 21. November 2019 statt.

Infos & Anmeldung: www.hbbtv.org/8th-hbbtv-symposium-and-awards-2019/

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

NetCom BW vertreibt waipu.tv

Der Netzbetreiber NetCom BW bietet seinen Kunden ab sofort waipu.tv als TV-Angebot an. Das baden-württembergische Telekommunikationsunternehmen nutzt dafür das Kooperationsmodell, das die Einkaufsgemeinschaft des Bundesverbands für Breitbandkommunikation (BREKO) im Januar 2018 mit der waipu.tv-Betreiber-Gesellschaft Exaring vereinbart hat. Um den Service starten zu können, müssen die Netzbetreiber ein IP-Peering (Netzkopplung) und eine Schnittstelle für das Management der Kundendaten zu Exaring einrichten.

„Durch waipu.tv können wir sowohl die Kundenbindung unserer Bestandskunden erhöhen als auch neue Kunden für uns und das Produkt begeistern“, sagt Bernhard Palm, Geschäftsführer von NetCom BW. Die Kunden erhalten via waipu.tv Zugang zu über 100 TV-Sendern, davon der Großteil in HD-Qualität, Video-on-Demand und Zusatzfunktionen wie Aufnahme, Instant Restart und Live-Pause. Das Multiscreen-Angebot ist per Smart TV, Amazon Fire TV-Stick, Apple TV, Android TV, Google Chromecast, Smartphone, Tablet, Laptop und PC verfügbar.

Fiberwarehouse holt Nestor Cables nach Deutschland

Fiberwarehouse, Vollsortimenter für Glasfasernetze (FTTH/FTTC), hat eine Partnerschaft mit Nestor Cables, einem finnischen Entwickler und Hersteller von Glasfaserkabelösungen, vereinbart. Die Zusammenarbeit, bei der Fiberwarehouse die Logistik und Konfektionierung übernimmt, ermöglicht Nestor Cables die Expansion in den wachstumsstarken deutschen Markt für Glasfaserausbau. Nestor Cables bietet komplette Verkabelungslösungen aus Glasfaser- und Kupferkabeln für Breitband- und Telekommunikationsanschlüsse einschließlich Microduct-Rohrbündeln und Zubehör.

„Wir freuen uns, dass wir mit Nestor Cables einen der größten und modernsten Glasfaserkabelhersteller Nordeuropas dabei unterstützen können, die deutschen Marktakteure von seinen leistungsstarken Produkten zu überzeugen. Der Ausbau der Glasfasernetze bietet zahlreiche Wachstumschancen, die wir gemeinsam erschließen wollen“, sagt Fiberwarehouse-Geschäftsführer Jürgen Kremling.

Zum Auftakt ihrer Partnerschaft planen Fiberwarehouse und Nestor Cables in der Firmenzentrale im finnischen Oulu eine exklusive Fachveranstaltung für Investoren und Unternehmen zu den Geschäftsmöglichkeiten beim Breitbandausbau über Glasfasernetze und 5G in Deutschland. Die

Teilnahme ist kostenfrei, die Plätze sind limitiert. Infos & Anmeldung: www.fiberwarehouse.de

EU genehmigt M7-Übernahme durch Canal+

Der französische Pay-TV-Veranstalter Canal+ hat von der Europäischen Kommission grünes Licht für die Übernahme des europäischen TV-Plattformbetreibers M7 Group erhalten. Die Transaktion, [die im Mai 2019 bekannt gegeben wurde](#), soll in den nächsten Tagen abgeschlossen werden, wie Canal+ in Paris mitteilte. Der Kaufpreis beträgt etwas mehr als eine Milliarde Euro, basierend auf einem Umsatz von mehr als 400 Millionen Euro.

Mit dem Zukauf expandiert die Tochter des Medienkonzerns Vivendi in acht neue europäische Länder und steigert ihren weltweiten Abonnentenbestand auf 20 Millionen Kunden, davon 12 Millionen außerhalb Frankreichs. M7 betreibt TV-Plattformen via Satellit, DVB-T, IPTV und OTT in den Niederlanden, Rumänien, Tschechien, der Slowakei, Ungarn, Österreich, Belgien und Deutschland. Hierzulande bietet das Unternehmen die Satellitenplattform Diveo auf Astra (19,2° Ost) und einen TV- und Service-Zulieferdienst für Netzbetreiber (ehemals KabelKiosk) an.

Sky Go erhält Download-Funktion

Sky-Kunden mit Sky-Q-Receiver können künftig die zuhause aufgenommenen TV-Sendungen unterwegs auch ohne Internetzugang anschauen. Die Download-Funktion wird mit dem neuesten Update der Sky-Go-App verfügbar, das innerhalb der kommenden Wochen für iOS- und Android-Smartphones und -Tablets sowie für PC und Mac ausgespielt wird. Wenn sich Sky-Q-Receiver und das jeweilige Mobilgerät im selben Netzwerk befinden, verbinden sich beide Geräte automatisch. In der Navigation der Sky-Go-App wird der Button „Aufnahmen“ angezeigt. An dieser Stelle sind alle verfügbaren Aufnahmen der Set-Top-Box aufgelistet.

Eine Einschränkung gibt es: Für Sky-Q-Kunden im Kabelnetz von Vodafone können Aufnahmen nicht über Sky Go genutzt werden. Mit dem Update erhält die Sky-Go-App zudem eine neue Hauptnavigation, die es den Nutzern noch einfacher machen soll, die gewünschten Programme zu finden.

Zattoo führt Web-App ein

Zattoo hat eine Cloud-basierte Progressive-Web-App für sein TV-Streaming-Angebot eingeführt. Die Nutzer können dadurch mit jedem gängigen Internet Browser auf jedem beliebigen Endgerät auf Zattoo zugreifen - von Desktop-PC, Laptop, Tablet und Smartphone bis zu Smart-TV, TV-Box und TV-Stick. Eine App herkömmlicher Art muss dafür nicht heruntergeladen werden. Für den Schnellaufgriff lässt sich die Web-App auf der Benutzeroberfläche speichern und per Klick starten.

Im Vergleich zum bisherigen Web-Player bietet die Web-App nach Zattoo-Angaben bis zu siebenmal schnellere Ladezeiten, verbesserte Bild- und Streaming-Qualität und vereinfachten Kanalwechsel. Außerdem gibt es Zusatzfunktionen wie einen Bild-in-Bild-Modus, überarbeiteten Aufnahmebereich und Personalisierungsoptionen, darunter individuell gegliederte und kategorisierte Aufzeichnungen. Die Nutzer können zudem drei verschiedenen Player-Modi wählen (Split-/Cinema-/Fullscreen-Modus) sowie beim Content-Browsen zwischen Listen- und Kartendarstellung umschalten. Das Layout passt sich responsiv an die Bildschirm- und Fenstergrößen an.

Tom Buhrow wird neuer ARD-Vorsitzender

Der Westdeutsche Rundfunk (WDR) übernimmt Anfang 2020 die Geschäftsführung der ARD. Das hat die ARD-Hauptversammlung in Stuttgart auf Vorschlag der Intendanten beschlossen. Damit wird WDR-Intendant Tom Buhrow am 1. Januar 2020 der nächste ARD-Vorsitzende. Er folgt auf den derzeitigen ARD-Vorsitzenden, BR-Intendant Ulrich Wilhelm, der ab 2020 die Stellvertretung übernimmt. Der WDR hatte zuletzt 2011/2012 den ARD-Vorsitz inne.

Google tritt Deutscher TV-Plattform bei

Google ist neues Mitglied der Deutschen TV-Plattform. Die Branchenvereinigung zählt damit insgesamt 56 Mitglieder. „Wir freuen uns sehr, dass wir Google für die Deutsche TV-Plattform gewinnen konnten. Mit der IP-Verbreitung von Inhalten, KI und Machine Learning, 5G oder Addressable TV bespielen wir heute viele relevante Felder für die Medienbranche jenseits der klassischen TV-Verbreitung“, sagt Andre Prah, Vorstandsvorsitzender der Deutschen TV-Plattform. „Der Beitritt von Google zeigt – wie auch der von Zattoo im vergangenen Jahr – dass die Deutsche TV-Plattform neben den klassischen Medienhäusern auch der Internetwirtschaft ein interessantes Forum bietet.“

Robert Richter, Manager Partnerships Media & Entertainment bei Google EMEA, sagt: „Technologie ist in allen Bereichen der TV Industrie ein treibender Faktor und hat nicht nur das Konsumentenverhalten nachhaltig verändert, sondern die gesamte Branche vor neue Herausforderungen gestellt. Die Mission von Google im Medienbereich ist Zuschauer von Inhalten mit den Angeboten der Anbieter zu verbinden. Wir können dieser Mission nur gerecht werden, wenn wir partnerschaftlich und fachübergreifend Herausforderungen und Chancen angehen. Die Deutsche TV-Plattform bietet uns ein ideales Forum für diesen interdisziplinären Austausch.“

Jean Pascal Roux leitet neue Telekom-Kabelsparte

Jean Pascal Roux verantwortet seit 1. September 2019 als Senior Vice President den neu geschaffenen Bereich „Wohnungswirtschaft und Breitbandausbau Geschäftskunden“ der Deutschen Telekom. Mit der Berufung des 43-Jährigen will die Telekom den Wettbewerb im Kabelmarkt stärken. Roux soll vor allem den Ausbau von Glasfaser-Direktanschlüssen (FTTH) für die Wohnungswirtschaft und Gewerbegebiete vorantreiben. Dazu gehören Breitband-Produkte für Gewerbetreibende ebenso wie TV- und

Medienangebote für Wohnungsunternehmen und Wohnungseigentümergeinschaften. Zuletzt war Roux Chief Sales Officer Housing Industry & Infrastructure bei der Tele-Columbus-Gruppe und in dieser Funktion für die Zusammenarbeit mit der Wohnungswirtschaft und für Infrastrukturkooperationen zuständig.

Michael Schuld wird neuer TV-Chef der Telekom

Michael Schuld übernimmt die Leitung der Business Unit TV der Deutschen Telekom. Ab 1. November 2019 verantwortet Schuld alle Themen rund um MagentaTV und das Fernsehgeschäft der Telekom in Deutschland. Bisher war er für die Kommunikation und das Vertriebsmarketing verantwortlich. Schuld tritt die Nachfolge von Wolfgang Elsässer an, der zur Swisscom in die Schweiz gewechselt ist. „Mit MagentaTV bietet die Telekom eine starke TV-Plattform, die immer wieder mit Innovationen aufwartet. Ich freue mich, diese wichtige Säule unserer Wachstumsstrategie weiter auszubauen“, sagte Schuld.

Fred Kogels Mediengruppe nennt sich Leonine

Der Name der Mediengruppe, die aus dem Zusammenschluss von Tele München, Universum Film, i&u TV und Wiedemann & Berg Film entsteht, lautet Leonine. Die Bezeichnung werden zukünftig die Holdinggesellschaft und ab Januar 2020 weitere operative Unternehmensteile im Markt tragen, wie das Unternehmen in München mitteilte.

„Bei der Wahl der neuen Marke als Unternehmensnamen war für uns entscheidend: Sie soll unseren engen Bezug zu unserer auch international hochgeschätzten Heimat Bayern und München widerspiegeln, sie muss international funktionieren und die Markenrechte mussten verfügbar sein“, sagt CEO Fred Kogel. „Mit Leonine haben wir eine Verbindung zu Bayern mit seinem Wappentier, dem Löwen, gefunden. Im Englischen bedeutet Leonine ‚löwenartig‘ und beschreibt für uns damit vor allem eine Haltung – Mut, Kraft, Souveränität und einen ausgeprägten Sinn für Teamplay. Diese spiegelt sich in unseren Unternehmenswerten wider. Wir sind mit einem großartigen Team dabei ein Unternehmen aufzubauen, das mit großer Leidenschaft, Erfahrung, Expertise und Kreativität Inhalte schafft, die begeistern und das kreative Talente anzieht. Es ist unser Ziel, die neuen Möglichkeiten einer veränderten Content-Welt zu nutzen und Leonine nachhaltig als ‚One Stop Shop‘ für Premium-Content zu etablieren.“

Unter der Leonine Holding, die von CEO Fred Kogel, Chief Operating Officer Markus Frerker, Chief Financial Officer Joachim Scheuenpflug und Chief Distribution Officer Bernhard zu Castell geführt wird, wird das Geschäft des Unternehmens künftig in die drei Bereiche gebündelt: Leonine Production, Leonine Distribution und Leonine Licensing. Ihren bisherigen Namen beibehalten werden die Produktionsfirmen wie Wiedemann & Berg Film, Odeon Film und i&u TV, der TV-Sender Tele 5 sowie die SVOD-Kanäle Filmtastic, Home of Horror und Arthouse CNMA. Auch RTL II bleibt als Beteiligungsunternehmen von einer Umbenennung unberührt. Die übrigen Unternehmen in den Bereichen Distribution und Licensing werden ab Anfang 2020 unter der Marke Leonine firmieren. Dazu gehören unter anderem Tele München, Concorde Filmverleih, Concorde Home Entertainment und Universum Film.

ProSiebenSat.1 und Vodafone testen Addressable Advertising via HbbTV

Der ProSiebenSat.1-Werbevermarkter SevenOne Media bringt die Bumper Ads, die kurzen Werbespots aus der Online-Welt, ins Fernsehen. Für Vodafone Deutschland und den neuen Tarif „CallYa Digital“ setzt die Tochter des Medienkonzerns eine Addressable-TV-Advertising-Kampagne um. Bis Anfang Oktober 2019 laufen die Vodafone-Spots in allen Programmumfeldern der ProSiebenSat.1-Gruppe.

„Durch Addressable TV erweitern wir TV-Werbung um völlig neue Möglichkeiten. Die neuen kurzen Spotmotive sind neben Targeting eine dieser Anwendungsmöglichkeiten“, sagt Thomas Wagner, Vorsitzender der Geschäftsführung von SevenOne Media. „Zusammen mit Vodafone und Wavemaker testen wir nun die Bumper Ads erstmals im TV und sammeln gemeinsam mit unserem Kunden Erfahrungen in diesem Bereich – etwa hinsichtlich der Werbewirkung. Nach dem erfolgreichen Test könnte ein solches Produkt in den nächsten Monaten in den Regelbetrieb gehen.“

Anne Stilling, Bereichsleiterin Marcomms & Media bei Vodafone, erklärt: „Mit einer breit angelegten TV-Kampagne zum Start eines Produktes wie ‚CallYa Digital‘ erreichen wir schnell hohe Reichweiten. Addressable TV ermöglicht darüber hinaus durch neue, schnelle Formate und ein entsprechendes Targeting die junge Zielgruppe direkt anzusprechen. Das ist eine vielversprechende Kombination! Wir sind gespannt, wie die Ergebnisse der begleitenden Studie ausfallen.“

Technisch funktioniert dies über HbbTV, wie ein ProSiebenSat.1-Sprecher gegenüber MediaLABcom erläuterte. Auf Smart-TV-Fernsehern, die sich für den interaktiven Multimedia-Standard eignen und ans Internet angeschlossen sind, wird dabei der gesamte Werbeblock online ausgespielt, was den Austausch einzelner Spots für bestimmte Zielgruppen ermöglicht.

Zattoo erweitert 1&1 IPTV um 4K-TV-Stick via Android TV

Zattoo hat seine White-Label-IPTV-Plattform um Android TV erweitert. Erster Nutzer ist 1&1 mit dem neuen TV-Stick für Digital-TV-Angebot. Bei der Erweiterung der IPTV-Plattform kommt die Custom-Launcher-Technologie des Android TV Operator Tier zum Einsatz. Dank dieser vorkonfigurierten Steuerungssoftware können Anbieter wie 1&1 die Auswahl der vorinstallierten Android-Applikationen anpassen und eigene Applikationen hinzufügen. Zu den Android-TV-Applikationen, die auf dem neuen 4K-TV-Stick verfügbar sind, zählen der Google-Suchassistent, YouTube oder Google Play Movies. Der Stick ergänzt die bestehenden Applikationen und Geräte von 1&1 Digital-TV.

„Wir freuen uns sehr, dass 1&1 als erster B2B-Kunde auch mit Android TV auf einem 4K-fähigen Stick

live ist“, sagt Gernot Jaeger, Chief Officer B2B bei Zattoo. „Für 1&1 wie auch für die Endkunden ist das eine großartige Ergänzung und Erweiterung: Mehr Apps, dazu 4K und die bereits bekannten Funktionen wie Live-Pause, Catch-up, Cloud Recordings - da ist ein tolles Paket. Und wir freuen uns schon auf die nächsten Innovationen, an denen wir mit 1&1 arbeiten.“

Auf Basis der White-Label-IPTV-Plattform von Zattoo [bietet 1&1 mit 1&1 Digital-TV](#) seit Ende 2017 als erster deutscher Festnetzanbieter einen komplett Cloud-basierten TV-Service für eine große Zahl von Endgeräten und Plattformen. Neben dem neuen 1&1-TV-Stick mit Android TV bietet 1&1 Zugang über die 1&1-TV-Box sowie Apple TV, Amazon Fire TV, iOS, Android, alle gängigen Browser sowie Google Chromecast und Android-TV-basierte Smart TVs.

MTV-Musiksender bleiben bei Diveo

Die Musikkanäle von MTV bleiben auch nach der Abschaltung auf dem Astra-Satellitensystem (19,2° Ost) für Kunden der TV-Plattform Diveo empfangbar. Möglich macht's der hybride Ansatz, der Sat-TV mit Internet-TV verbindet. Diveo macht die Sender den Kunden per IP-Streaming verfügbar.

Hintergrund: MTV Rocks, MTV Dance und MTV Hits werden am 30. September 2019 auf Astra abgeschaltet. Aus diesem Grund wird das Pay-TV-Paket „MTV Unlimited“, in dem die Sender zusammen mit weiteren Programmen der Muttergesellschaft Viacom für Satellitenhaushalte vermarktet wurden, eingestellt. Zuschauer in Deutschland können MTV Rocks, MTV Dance und MTV Hits ab 1. Oktober 2019 exklusiv bei Diveo empfangen. Die Verbreitung erfolgt zusammen mit MTV Music 24, VH1 Europe und VH1 Classic in den Abo-Paketen „Entdecker“ und „Vielfalt“.

Die Livestreams von MTV Rocks, MTV Dance und MTV Hits sind bereits verfügbar. Diveo-Kunden, die die Sender noch nicht auf dem Bildschirm haben, wird ein Sendersuchlauf an ihrem Empfangsgerät empfohlen. Mit insgesamt 14 Musikkanälen bietet die M7-Tochter damit die nach eigenen Angaben größte musikalische Senderauswahl in Deutschland.

waipu.tv bietet Restart-Funktion und neue Kanäle

Die Internet-TV-Plattform waipu.tv hat eine Restart-Funktion eingeführt, mit der die Zuschauer eine laufende TV-Sendung auf den Anfang zurücksetzen können. Die Funktion bei allen regulären Fernsehsendern verfügbar, einige Sendungen der ProSiebenSat.1-Gruppe sind allerdings aus lizenzrechtlichen Gründen ausgenommen. Restart steht allen Kunden ab dem „Perfect“-Paket zur Verfügung sowie in den Tarifen „M“ und „L“ von o2 TV powered by waipu.tv.

Im Herbst 2019 will waipu.tv zudem acht neue Kanäle starten. Den Anfang macht Watch4Crime, ein werbefinanziertes Programm mit nationalen und internationalen Action- und Krimiserien. Der Neuzugang ist in allen waipu.tv-Paketen verfügbar.

Drei neue TV-Sender bei waipu.tv

Mit drei neuen Sendern lädt die Internet-TV-Plattform waipu.tv ihre Zuschauer zum Entspannen ein. Der Musikkanal Deluxe Lounge HD bietet Lounge-Klänge, untermalt mit Naturaufnahmen, während Zender zum Meditieren anregt. Filme, Dokumentationen und Serien rund um Tiere und Natur stehen bei Tierwelt live HD auf dem Programm.

Die Neuzugänge sind werbefinanziert und in allen waipu.tv-Paketen sowie bei „O2 TV powered by waipu.tv“ verfügbar. Über die begleitenden Mediatheken lassen sich die jeweiligen Inhalte auch einzeln abrufen.

Deutsche TV-Plattform startet Infoportal zu Ultra HD und HDR

Die Deutsche TV-Plattform hat das neue Informationsportal www.uhdr.de gestartet. Was bedeutet Ultra HD, UHD oder 4K? Was ist HDR und was bringt ein erweiterter Farbraum? Die Infoseite soll die wichtigsten Begriffe und Vorteile des Ultra-HD-Standards verständlich für „Otto Normalverbraucher“ erklären.

„Bis Ende Juni 2019 wurden in Deutschland kumuliert 11,9 Millionen Ultra-HD-Fernseher verkauft. In vielen TV-Haushalten steht also bereits ein Ultra-HD-Fernseher“, sagt Andre Prahl, Vorstandsvorsitzender der Deutschen TV-Plattform. „Dennoch ist der Bekanntheitsgrad von Ultra HD und HDR und der damit verbundenen Vorteile noch ausbaufähig. Deswegen starten wir jetzt das Informationsportal uhdr.de. Es erklärt Zuschauern auf einfache Weise die Vorzüge und technischen Hintergründe von Ultra HD und HDR. Dabei bleiben wir gewohnt neutral und nichtkommerziell und konzentrieren uns auf die Fakten.“

Welche Geräte „können“ HDR und welche HDR-Verfahren? Diese Fragen adressiert die Ultra-HD-Geräteliste des neuen Infoportals. Die Datenbank umfasst derzeit über 1.000 Gerätemodelle, die HDR unterstützen: Fernseher, Streaming-Geräte, Beamer, Ultra HD Blu-ray-Player, Media Receiver, Set-Top-Boxen und Konsolen. Zu jedem Gerät wird ausgewiesen, welche HDR-Verfahren unterstützt werden: HDR10, HLG, Dolby Vision, HDR10+.

Die Verfügbarkeit von Ultra-HD-Inhalten steigt kontinuierlich. Was es bereits alles zu sehen gibt – und wo – erfahren Besucher der Website in einer Übersicht zu „4K-Content“: alle UHD-Inhalte im Fernsehen, dazu Streaming- und Video-on-Demand-Angebote im Überblick. Abgerundet wird uhdr.de mit einem News-Blog sowie weiterführenden Informationen für technisch interessierte Personen – etwa zu HDR, erweitertem Farbraum und der Produktion von Ultra-HD-Inhalten.

YFE startet internationale Version von RiC TV

Das Münchner Medienunternehmen Your Family Entertainment (YFE) hat am 1. September 2019 die internationale Version seines Kinder- und Familienkanals RiC TV gestartet. Das Programm wird in Partnerschaft mit der A1 Telekom Austria Group in englischer und deutscher Sprache über die direct2home-Satellitenplattform des österreichischen Telekommunikationskonzerns auf Eutelsat 16A (16° Ost) ausgestrahlt. Auf diesem Weg können Verbreitungspartner in Zentral- und Osteuropa den Sender empfangen und in ihre Programmpakete aufnehmen.

RiC TV war im September 2012 in Deutschland, Österreich und der Schweiz gestartet. Am 1. Januar 2015 ging die slowakische Version RiK auf Sendung. Wie der Schwestersender Fix & Foxi soll RiC TV künftig weltweit verbreitet werden.

ProSiebenSat.1 Puls 4 startet Nachrichtenkanal Puls 24

In Deutschland verkaufte ProSiebenSat.1 seinen Nachrichtenkanal N24, in Österreich ist der Medienkonzern nun wieder ins Nachrichtengeschäft eingestiegen und startete am 1. September 2019 Puls 24. Der werbefinanzierte Free-TV-Sender zeigt unter dem Motto „Life is live“ rund um die Uhr Breaking News, Live-Events und Interviews. Das Programm ist für Satellitenhaushalte unverschlüsselt über Astra (19,2° Ost), in den österreichischen Kabelnetzen, über eine App (Android/iOS) für Smartphones und Tablets und als Livestream über die Webseite www.puls24.at zu empfangen.

Weko könnte Öffnung des UPC-Kabelnetzes für Dritte verlangen

Die Schweizer Wettbewerbskommission (Weko) könnte die Übernahme des Kabelnetzbetreibers UPC durch die Telekommunikationsgesellschaft Sunrise zwar genehmigen, aber nur unter Auflagen. [Das berichtet die Schweizer Handelszeitung](#) unter Berufung auf zwei unabhängige Quellen nach einer nicht-öffentlichen Anhörung in Bern. Als wahrscheinlichste Auflage gelte, dass Sunrise das UPC-Kabelnetz für alternative Festnetz-Internet-Provider wie Salt, Green.ch oder Init7 öffnen muss.

Bereits Ende Mai 2019 stellten die Wettbewerbshüter in ihrem Fragebogen zum [Zusammenschlussvorhaben](#) genau diese Frage in den Raum: „Erwarten Sie, dass Sunrise nach der Übernahme von UPC Vorleistungsprodukte im Bereich Breitband-Internet und Festnetztelefonie anbieten wird?“, heißt es in dem Fragebogen, den die „Handelszeitung“ einsehen konnte.

Solche Vorleistungsprodukte bieten die Swisscom und Elektrizitätswerke auf ihren Kupfer- bzw. Glasfasernetzen an. Mit einem für Dritte offenen UPC-Kabelnetz entstünde ein Wettbewerb um alternative Provider, der zu mehr Preisdynamik führen könnte. Die Weko würde damit dem Beispiel in Deutschland folgen: Vodafone durfte Unitymedia [nur unter Auflagen](#) übernehmen. Eine davon war die Öffnung des Kabelnetzes für den Konkurrenten Telefónica. Bis Anfang Oktober 2019 will die Weko über das Zusammenschlussvorhaben entscheiden.

TV- und Radionutzung verlagert sich ins Internet

Die Schweizer Mediennutzer konsumieren immer mehr Inhalte übers Internet. Mehr als die Hälfte der Nutzung (TV/Video: 56 Prozent, Radio/Audio: 54 Prozent) entfällt bereits aufs Netz, wie der [„Webmedienmonitor 2019“](#) ergab, den das Beratungs- und Marktforschungsunternehmen Goldmedia für das Schweizer Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) erstellt hat.

Insgesamt gibt es fast 600 Online-Video- und -Audio-Angebote in der Schweiz, davon die Mehrzahl von etablierten Medienmarken aus dem TV-, Radio- und Printmarkt. Die Attraktivität für die Werbebranche ist gestiegen - entsprechend positiv sind die Prognosen der Anbieter: Sie rechnen für den Online-Video-Bereich bis 2021 mit einem jährlichen Werbewachstum um 49 Prozent, bei Online-Audio um 18 Prozent. Auch die Zahlungsbereitschaft für Medieninhalte im Internet steigt.

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

Partner:

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

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

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)