

UHF-FREQUENZEN

AUF DEM WEG ZUR CO-PRIMÄREN ZUWEISUNG?

Wenn die Altersweisheit einsetzt – oder ausbleibt

Ausgabe 92 • Mai 2021

Sehr geehrte Damen und Herren,

falls Sie Leistungssport treiben oder getrieben haben, werden Sie das Phänomen eventuell kennen: Solange es um Punkte, Meisterschaft oder Auf- und Abstieg geht, nimmt die Motivation manchmal etwas überhand und es geht unfair und meistens auch für die eigenen Ziele eher kontraproduktiv zur Sache. Sobald man sich aber als Altsenioren im sportlichen Wettbewerb begegnet, setzt so etwas wie Altersweisheit ein (leider nicht bei allen): Man will zwar immer noch den sportlichen Erfolg, aber das Miteinander, auch in Bezug auf den Gegner, findet mehr Gewicht, wovon alle profitieren.

Und jetzt die Parallele zur Telekommunikation, insbesondere zur Deutschen Telekom: Die Bonner scheinen geradezu beseelt von dieser Altersweisheit zu sein. Lesen Sie dazu den Gastbeitrag von Jean-Pascal Roux. Der Senior Vice President des Bereichs Wohnungswirtschaft und Breitbandausbau Geschäftskunden der Telekom setzt auf Kooperation. Mit NetCologne teilen sich die Bonner die Glasfaserinfrastruktur, stehen bei Diensten aber im Wettbewerb – Altseniorensport eben. Das kann sich Roux auch mit den Mitgliedern des Fachverbands Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) vorstellen.

Mehr Kooperation soll es auch im Breitbandausbau geben. Darüber und welche weiteren Maßnahmen zu dessen Beschleunigung eingesetzt werden sollten, spricht Staatssekretär Steffen Bilger im Interview mit MediaLABcom. Wie kontraproduktiv hingegen das Marketing für Breitbandanschlüsse bezogen auf die Take-up-Raten in reinen Glasfasernetzen sein kann, ist ebenfalls Thema dieser Ausgabe.

Derweil kann zwischen Rund- und Mobilfunk kaum die Rede von Kooperation sein, schon gar nicht, wenn es darum geht, wer in Zukunft die begehrten UHF-Frequenzen nutzen darf. Auf der Weltfunkkonferenz 2023 könnte eine Entscheidung fallen. Die Weichen dafür werden jetzt gestellt, wie auch der Vorstoß der privaten Radioanbieter aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zeigt. Wie gesagt: Auch im Altseniorensport gibt es leider weiterhin die Hitzköpfe, die sich der Altersweisheit „erfolgreich“ versperren.

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

[„Es steht der Industrie frei, den kompletten Markt zu bedienen“ – Staatssekretär Steffen Bilger über Förderung, Forderungen und Flächendeckung](#)

[Unsere Heiligen Frequenzen: Die Entscheidung, wer in Zukunft im UHF-Band sendet, rückt näher](#)

[Privatradios fordern Zugang zu 5G Broadcast](#)

[Frequenzsalat ... oder Kampf der Lobby-Aristokraten](#)

[Weniger Glasfaser drin, als draufsteht – irreführende Werbung drückt auf Take-up-Raten](#)

[Update für Deutschland! Warum es jetzt auf Wohnungswirtschaft und NE4 ankommt](#)

[Vodafone will analoges Kabelradio abschalten](#)

[Gefahr einer Zensur oder wirksames Mittel gegen Rechtsverletzungen: Die „Clearingstelle Urheberrecht im Internet“ nimmt den Betrieb auf / RA Ramón Glaiß](#)

[Veranstaltungshinweis](#)

[Kurzmeldungen](#)

Der Voucher für Glasfaseranschlüsse ist gestorben, doch nun soll es einen für Haushalte geben, die Internet via Satellit empfangen. Genehmigungsverfahren sollen vereinfacht werden, aber als Ansprechpartner für die Breitbandförderung wird neben dem Breitbandbüro das Gigabitbüro installiert. MediaLABcom sprach mit Steffen Bilger, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, über diese Widersprüchlichkeiten.

[Lesen Sie mehr](#)

Unsere Heiligen Frequenzen: Die Entscheidung, wer in Zukunft im UHF-Band sendet, rückt näher

Marc Hankmann

Zwar hat die EU festgelegt, dass der Rundfunk und drahtlose Produktionsmittel (PMSE) die UHF-Frequenzen zwischen 470 bis 694 MHz bis 2030 nutzen können, aber bereits in zwei Jahren könnte entschieden werden, dass die primäre Zuweisung 2030 endet. Auf der World Radio Conference 2023 (WRC-23) wird eine Revision zur Nutzung des UHF-Bands vorgenommen. Es geht um Forderungen, dem Rundfunk Frequenzen in diesem Spektrum zu entziehen.

[Lesen Sie mehr](#)

Privatradios fordern Zugang zu 5G Broadcast

Dr. Jörn Krieger

Die privaten Radioveranstalter aus Deutschland, Österreich und der Schweiz wollen ihre Programme zukünftig auch via 5G Broadcast, dem Rundfunkmodus des neuen Mobilfunkstandards 5G, verbreiten. In einem gemeinsamen [Positionspapier](#) fordern der Verband Privater Medien (VAUNET) und die Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) aus Deutschland sowie der Verband Österreichischer Privatsender (VÖP) und der Verband Schweizer Privatradios (VSP) Zugang zu 5G Broadcast.

[Lesen Sie mehr](#)

Frequenzsalat ... oder Kampf der Lobby-Aristokraten

Heinz-Peter Labonte

Wie stolz sind doch ARD und ZDF, dass sie Transport-, besser Einspeisegebühren in Millionenhöhe aus der Haushaltsgebühr lediglich an Vodafone für die Verbreitung ihrer vielen Programme zahlen dürfen. Und dass sie damit die kommunalen und mittelständischen Wettbewerber benachteiligen.

[Lesen Sie mehr](#)

Weniger Glasfaser drin, als draufsteht – irreführende Werbung drückt auf Take-up-Raten

Marc Hankmann

Eine Botschaft ist in der Bevölkerung angekommen: Die Zukunft liegt in der Glasfaser. Sie verspricht hohe Bandbreiten und verlässliche Verbindungen. Leider gerät das Wort „Glasfaser“ zum Buzzword, das im Marketing auch von denen genutzt wird, die nur zum Teil mit Glasfaser ausbauen – mit Nachteilen für die Take-up-Rate in FTTB/H-Netzen.

[Lesen Sie mehr](#)

Update für Deutschland! Warum es jetzt auf Wohnungswirtschaft und NE4 ankommt

Jean-Pascal Roux

Im September des vergangenen Jahres hatte mir der Fachverband für Rundfunk und Breitbandkommunikation (FRK) die Gelegenheit gegeben, die Deutsche Telekom als Partner der kleinen und mittelständischen Kabelnetzbetreiber und ihrer Gestattungsgeber vorzustellen. Ich gebe zu, ich war etwas nervös: Die Telekom und der FRK hatten sich lange Zeit nicht viel zu sagen und auch die Diskussionen um die TKG-Novelle waren nicht gerade geeignet, spontan das Eis zu brechen. Dass ich und damit die Telekom von den FRK-Mitgliedern so unbefangen und mit viel Neugier aufgenommen wurde, hat mich deshalb besonders gefreut.

[Lesen Sie mehr](#)

Vodafone will analoges Kabelradio abschalten

Dr. Jörn Krieger

Vodafone will die analogen Radioprogramme aus seinem Kabelnetz entfernen. Im April 2022 soll mit der schrittweisen Umstellung auf die digitale Verbreitung im DVB-C-Standard begonnen werden, die bis Februar 2023 vollständig umgesetzt sein soll, wie ein Vodafone-Sprecher gegenüber MediaLABcom erklärte. "Die analoge Verbreitung des Radiosignals wird anschließend zu einem heute noch nicht feststehenden Termin eingestellt."

Gefahr einer Zensur oder wirksames Mittel gegen
Rechtsverletzungen: Die „Clearingstelle Urheberrecht im
Internet“ nimmt den Betrieb auf

RA Ramón Glaß

Im März 2021 hat die Clearingstelle Urheberrecht im Internet (CUII) den Betrieb aufgenommen. Die CUII ist nach eigener Angabe eine unabhängige Stelle und wurde von Internetzugangsanbietern und Rechteinhabern gegründet, um nach objektiven Kriterien prüfen zu lassen, ob die Sperrung des Zugangs einer strukturell urheberrechtsverletzenden Webseite rechtmäßig ist. Kommt sie zu dem Ergebnis, dass die Sperrung rechtmäßig ist, sperren alle an der CUII beteiligten Internetzugangsanbieter die entsprechenden Domains der strukturell urheberrechtsverletzenden Webseite.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

HbbTV Symposium and Awards 2021 in Paris

Das 9. HbbTV Symposium and Awards der HbbTV Association findet vom 25. bis 26. November 2021 in Paris statt.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Umfrage: Immobilien mit schlechter Internetanbindung droht Wertverlust

Durch die vermehrte Nutzung von Homeoffice und Homeschooling während der Corona-Pandemie spielt der Breitbandanschluss inzwischen eine zentrale Rolle beim Erwerb einer Immobilie. Haus- und Wohnungseigentümer müssen beim Verkauf teilweise mit deutlichen Wertverlusten rechnen, wenn die Internetverbindung nicht den Erwartungen entspricht.

[Lesen Sie mehr](#)

„Es steht der Industrie frei, den kompletten Markt zu bedienen“ –
Staatssekretär Steffen Bilger über Förderung, Forderungen und
Flächendeckung

Marc Hankmann

Der Voucher für Glasfaseranschlüsse ist gestorben, doch nun soll es einen für Haushalte geben, die Internet via Satellit empfangen. Genehmigungsverfahren sollen vereinfacht werden, aber als Ansprechpartner für die Breitbandförderung wird neben dem Breitbandbüro das Gigabitbüro installiert. MediaLABcom sprach mit Steffen Bilger, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, über diese Widersprüchlichkeiten.

MediaLABcom: Herr Bilger, seit März 2018 sind Sie Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Verkehr und digitale Infrastruktur. Fällt Ihnen auf Anhieb etwas ein, was die digitale Entwicklung in Deutschland kennzeichnet, das heute vielleicht selbstverständlich, vor über drei Jahren aber nicht denk- oder machbar war?

Steffen Bilger: Die digitale Entwicklung war bislang vor allem von technologischen Fortschritten geprägt. Hier haben sich in den letzten drei Jahren unglaubliche Dinge getan. Die ersten 5G-Anwendungen liefern davon ein beeindruckendes Zeugnis. Mindestens genauso bedeutend ist in meinen Augen allerdings der enorme Digitalisierungsschub, den wir im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie erfahren, wie zum Beispiel die verstärkte Nutzung des Homeoffice durch viele Arbeitnehmer.

MediaLABcom: Grundlage der digitalen Entwicklung sind breitbandige Netze. Der Staat unterstützt den Breitbandausbau mit Milliardensummen. Wie hoch ist die bislang genehmigte Fördersumme und wie viel ist davon bereits abgeflossen?

Steffen Bilger: Genehmigt wurden bislang Fördermittel des Bundes in Höhe von rund acht Milliarden Euro. Die durch das Breitbandförderprogramm derzeit ausgelösten öffentlichen Investitionen inklusive der Kofinanzierungsanteile (Länder, Kommunen) betragen rund 16,2 Milliarden Euro. 1,2 Milliarden Euro sind abgeflossen. Die Mittel werden dabei nach Baufortschritt abgerufen.

MediaLABcom: Trotz der üppigen Förderung gab es immer wieder Kritik am bürokratischen Aufwand und zu langen Genehmigungsverfahren. Was konnte hier verbessert werden?

Steffen Bilger: Die Antragstellung haben wir massiv entschlackt. Eine Priorisierung von Förderanträgen nach einem Punktesystem ist entfallen, ebenso die frühzeitige Vorlage eines Wirtschaftlichkeitsvergleichs und eines Finanzplans. Auch Dokumentationspflichten haben wir deutlich reduziert. Die Antragstellung kann so deutlich schneller abgewickelt werden. Überdies werden die Antragsteller durch persönliche Ansprechpartner seitens der Bewilligungsbehörden im gesamten Abwicklungsprozess betreut.

Insbesondere müssen aber nach der Bewilligung des Förderantrags auch die kommunalen Vergabe- und Genehmigungsprozesse, etwa im Bereich des Bau- und Straßenverkehrsrechts durchlaufen werden.

Auch die Vertragsverhandlungen zwischen Kommunen und Unternehmen kosten Zeit. Um Zeit zu sparen und allen Beteiligten das Leben leichter zu machen, haben wir einen Mustervertrag entwickelt, der verbindlich in den Förderprojekten vorgegeben wird.

MediaLABcom: Wie kann der Breitbandausbau aus Ihrer Sicht weiter beschleunigt werden?

Steffen Bilger: Auch jenseits der Förderverfahren gibt es Punkte, mit denen der Breitbandausbau insgesamt beschleunigt wird. In der Novelle des Telekommunikationsgesetzes sehen wir zum Beispiel eine Bündelung und Vereinfachung von Genehmigungsverfahren vor. Das erreichen wir unter anderem durch einheitliche Ansprechpartner in den Genehmigungsbehörden. Wir stärken darin auch die Nutzung von alternativen Techniken wie Trenching und oberirdische Verlegung. Glasfaser kann so schnell und kostengünstig verlegt werden.

MediaLABcom: Was entgegnen Sie der Kritik, dass die Graue-Flecken-Förderung zu einer Überförderung und Flut von Ausschreibungsverfahren führen werde?

Steffen Bilger: Der Aufbau von Gigabitinfrastrukturen ist zunächst vorrangige Aufgabe der TK-Industrie. Der Bund unterstützt ausschließlich dort, wo diese - nachgewiesen im Markterkundungsverfahren - aus wirtschaftlichen Gründen NICHT ausbaut. Nur dort werden staatliche Fördermittel überhaupt eingesetzt. Dies bedeutet: Es steht der Industrie frei, den kompletten Markt zu bedienen. Denn jede ernsthafte Investitionsabsicht eines TK-Unternehmens führt sofort zu einem Förderausschluss. Dort wo kein privatwirtschaftlicher Ausbau stattfindet, brauchen wir aber eine Möglichkeit, den Ausbau gigabitfähiger Netze zu fördern. Dafür müssen wir die Förderkulisse auf graue Flecken ausdehnen.

MediaLABcom: Im Rahmen der Novelle des Telekommunikationsgesetzes (TKG) wird heftig um die Umlagefähigkeit für die Kosten des Kabelanschlusses gerungen. Was wäre aus Ihrer Sicht für den Glasfaserausbau der Inhouse-Netze am besten: die bestehende, eine veränderte oder gar keine Umlagefähigkeit?

Steffen Bilger: Die Bundesregierung hat dazu einen Vorschlag vorgelegt. Nun ist das Parlament am Zug.

MediaLABcom: Ihr Minister Andreas Scheuer brachte Internet via Satellit ins Spiel. Wie beurteilen Sie diese Technologie für den Breitbandausbau?

Steffen Bilger: Satellitenlösungen ermöglichen kurzfristig und standortunabhängig leistungsfähige Internetzugänge. Die Versorgungskapazität geostationärer Satellitensysteme hat sich seit 2018 dank einer neuen Generation von Kommunikationssatelliten, die zunehmend auch in Deutschland zur Verfügung stehen werden, weiter erhöht. Diese Entwicklung sowie die in naher Zukunft verfügbaren Konstellationen im erdnahen Orbit sorgen für eine positive Dynamik im Internetzugangsmarkt, mit positiven Auswirkungen auf verfügbare Bandbreiten.

MediaLABcom: Der Bundesverkehrsminister sprach von einem Gutschein über 500 Euro für Haushalte, die sich für Internet via Satellit entscheiden. Wie weit sind die Planungen für einen solchen Gutschein vorangeschritten?

Steffen Bilger: Der Entwurf einer Förderrichtlinie für das Zuschussprogramm wird derzeit innerhalb der Bundesregierung abgestimmt.

MediaLABcom: Verbände wie der VATM fordern schon seit Längerem ein Gutscheinmodell für den Glasfaserausbau. Das wurde jedoch im Rahmen des Digitalgipfels abgelehnt. Können Sie verstehen, dass sich einige in der Branche nun über den Vorschlag von Herrn Scheuer wundern bzw. hoffen, dass der Gutschein für Glasfasernetze doch noch kommt?

Steffen Bilger: Das derzeit innerhalb der Bundesregierung abgestimmte Gutscheinmodell hat einen sehr eng begrenzten Anwendungsbereich und ist nicht mit dem vom VATM geforderten Gutscheinmodell vergleichbar. Die ansonsten vorgeschlagenen Gutscheinmodelle haben wir intensiv geprüft. Wir sind aber zum Ergebnis gekommen, dass sie nicht vorteilhaft gegenüber dem bestehenden Fördersystem sind.

MediaLABcom: Es gibt Verteillösungen, bei denen zentral ein Satelliten-IP-Signal empfangen und über das vorhandene Telefonnetz an Haushalte verteilt wird. Könnte daher Internet via Satellit in die Förderprogramme des Bundes aufgenommen werden oder ist das ausgeschlossen?

Steffen Bilger: Die Bundesregierung verfolgt mit jedem Förderprogramm einen technologieneutralen Ansatz. Alle Technologien, die geeignet sind, das jeweilige Förderziel zu erreichen, werden einbezogen.

MediaLABcom: Vodafone kündigte an, keine neuen Glasfaserausbauprojekte anzugehen und erst einmal die zu vollenden, die bislang gestartet wurden. Die Deutsche Telekom konzentriert sich vornehmlich auf FTTH in Neubau- und Gewerbegebieten. Stemmen also regionale und mittelständische Netzbetreiber den Ausbau mit reinen Glasfasernetzen insbesondere in ländlichen Regionen?

Steffen Bilger: Wir freuen uns, dass der Markt mittlerweile auf Glasfaser setzt. Die Förderprojekte werden in einem transparenten Ausschreibungsverfahren durchgeführt, jeder Bieter ist willkommen. Dass der Trend bei der Gigabitverfügbarkeit so positiv ist, liegt auch am Beitrag der regionalen und mittelständischen Unternehmen.

MediaLABcom: Gerade für kleine und mittelständische Netzbetreiber stellen Bürokratie und Finanzierung hohe Hürden dar, da ihnen häufig das Know-how und/oder die Manpower fehlt. Wie unterstützt der Staat die ausbauwilligen Netzbetreiber aus dem Mittelstand?

Steffen Bilger: Kleine und mittelständische Unternehmen können sich sowohl an privatwirtschaftlichen als auch geförderten Projekten beteiligen, über die KfW stellen wir zinsvergünstigte Kredite zur Verfügung und ermöglichen damit auch die verbesserte Etablierung der Finanzierung von Breitbandprojekte im Bankensektor.

Im geförderten Bereich wird durch die Aufteilung in Einzellose auch kleineren Unternehmen die Möglichkeit gegeben, sich an größeren Projekten zu beteiligen. Wie gesagt haben wir schon viel Bürokratieaufwand reduzieren können. Auf die Vorgaben etwa des Vergaberechts haben wir aber nun mal keinen Einfluss.

MediaLABcom: Neben dem von PwC geleiteten Gigabitbüro des Bundes ist auch weiterhin die atene KOM mit dem Projektbüro des Bundes aktiv. Wie sieht die Aufgabenteilung zwischen dem Gigabitbüro und der atene KOM aus?

Steffen Bilger: Die Projektträger des Bundes (atene KOM, PwC) wickeln das Förderprogramm ab und beraten zu konkreten Förderprojekten. Das Gigabitbüro des Bundes berät zu allgemeinen Breitbandthemen und Technologien, insbesondere im Vorfeld einer konkreten Antragstellung.

MediaLABcom: Welche Vorteile hat diese Aufteilung für Unternehmen oder Gebietskörperschaften, die sich um eine Förderung bemühen wollen?

Steffen Bilger: Die Aufteilung sollte für interessierte Gebietskörperschaften und Unternehmen keine Rolle spielen. Die Beratungstätigkeit der Projektträger bezieht sich auf konkrete Breitbandförderprojekte in den von ihnen betreuten Gebieten. Der Ansprechpartner in Förderprojekten steht also von vornherein fest. Der Aufgabenbereich des Gigabitbüros ist, wie dargestellt, davon klar abgegrenzt.

MediaLABcom: Das FTTH-Council hat errechnet, dass Deutschland im Jahr 2026 34 Millionen Glasfaseranschlüsse haben wird. Teilen Sie diese Prognose?

Steffen Bilger: Unser Ziel ist der flächendeckende Gigabitausbau bis 2025. Wir sehen zurzeit eine beachtliche Dynamik, die mich optimistisch stimmt, dieses Ziel zu erreichen.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Unsere Heiligen Frequenzen: Die Entscheidung, wer in Zukunft im UHF-Band sendet, rückt näher

Marc Hankmann

Zwar hat die EU festgelegt, dass der Rundfunk und drahtlose Produktionsmittel (PMSE) die UHF-Frequenzen zwischen 470 bis 694 MHz bis 2030 nutzen können, aber bereits in zwei Jahren könnte entschieden werden, dass die primäre Zuweisung 2030 endet. Auf der World Radio Conference 2023 (WRC-23) wird eine Revision zur Nutzung des UHF-Bands vorgenommen. Es geht um Forderungen, dem Rundfunk Frequenzen in diesem Spektrum zu entziehen.

„Erfahrungsgemäß wäre dabei von einer Reduktion um mindestens 80 MHz auszugehen, wobei das realistische Risiko der Umverteilung des gesamten Rundfunkspektrums besteht und damit die Terrestrik insgesamt in Frage stünde“, schreibt der Verband der privaten TV- und Radioanbieter VAUNET in einem Positionspapier. Es geht ums Eingemachte.

Was passiert nach 2030?

Die Begehrlichkeiten des Mobilfunks, sich auch im UHF-Band auszubreiten, sind beileibe nicht neu. Bereits vor fünf Jahren gab es in der EU-Kommission Bestrebungen, das UHF-Spektrum zu öffnen. Damals konterte der Rundfunk damit, dass dem Mobilfunk bereits Frequenzen im 700-MHz-Band zur Verfügung gestellt werden, was ausreichend sei.

Nun stellt sich die Frage, wie es im UHF-Band nach 2030 weitergeht. Der VAUNET fordert eine Entwicklungsperspektive und die damit verbundene Planungssicherheit für die terrestrische Rundfunk- und Medienverbreitung über das Jahr 2030 hinaus. Einfacher gesagt: Es soll alles so bleiben wie bisher: Die UHF-Frequenzen sollten auch nach 2030 primär dem Rundfunk und sekundär den drahtlosen Produktionsmitteln zugewiesen werden.

Effizienz kontra Flächendeckung

Dafür spricht eine ganze Reihe von Argumenten: Der terrestrische Rundfunk befindet sich quasi in nationaler Hand, um zum Beispiel im Krisenfall die Bevölkerung zu informieren. Er ist also systemrelevant. Es handelt sich um eine Multi- und keine Unicast-Technologie, Netzüberlastungen sind ausgeschlossen. „Wenn der gleiche Inhalt in einer Funkzelle mehrmals abgerufen wird, ist es technisch und wirtschaftlich effizienter, dies über nur ein Rundfunksignal zu bedienen, anstatt mehrere Übertragungskapazitäten zu belegen“, erläutert Jürg Bachmann, Präsident des Verbands Schweizer Privatradios.

Neben der Effizienz ist auch die anonyme Nutzung ein Unterschied zum Mobilfunk, der dagegen ins Feld führt, dass für eine flächendeckende mobile Versorgung weiteres Frequenzspektrum benötigt wird. International gesehen würden sich durch die Harmonisierung der Frequenzbänder Skaleneffekte bei der Produktion von End- und Netzgeräten einstellen. Und natürlich sind die relativ niedrigen UHF-Frequenzen wegen ihrer Ausbreitung gefragt, da weniger Sendemasten benötigt würden, wengleich für den Empfang auch längere Antennen eingesetzt werden müssten.

Koexistenz meint Frequenzverlust

Die Mobilfunklobby ist jedenfalls aktiv: Der IT-Verband Bitkom weist auf die Zahl europäischer Länder hin, in denen das UHF-Band nicht oder weniger stark für den terrestrischen Rundfunk genutzt wird. Eine Exklusivität dieses Spektrums für den Rundfunk mache in diesen Ländern keinen Sinn, erklärt der Verband in einem Positionspapier aus dem Jahr 2019.

Daher schlägt der Bitkom vor, dass die bei der EU angesiedelte Radio Spectrum Policy Group (RSPG) die Entwicklung von Migrationsszenarien unterstützen sollte, um die Möglichkeiten einer Koexistenz von Mobil- und Rundfunk im UHF-Band auszuloten. Koexistenz ist für den Rundfunk jedoch gleichbedeutend mit Frequenzverlust.

Bisher war die Konsequenz der co-primären Zuweisung, dass die betroffenen Frequenzen früher oder später nur noch vom Mobilfunk genutzt werden. Das Hauptargument: die Digitale Dividende. Der Rundfunk kam durch die Digitalisierung sowie die weitere Entwicklung von Übertragungs- und Kodierungsstandards mit weniger Ressourcen aus. Dadurch konnte das Programmangebot zwar ausgeweitet werden, aber gleichzeitig verlor der Rundfunk über die Hälfte seiner Frequenzressourcen.

Keine Digitale Dividende III

Die Geschichte der Digitalen Dividende ist jedoch auserzählt. Der DVB-T-Standard ist mit der zweiten Generation technisch ausgereizt. Und auch das MPEG-Verfahren hat seinen Zenit erreicht. Das heißt für den Rundfunk, dass es keine Digitale Dividende gäbe, würde er die UHF-Frequenzen verlieren. Weg ist weg, könnte man sagen. Das würde über kurz oder lang dann auch für die terrestrische Rundfunkverbreitung gelten. Sie würde sich mangels Frequenzen schlichtweg nicht mehr lohnen.

Die TV-Sender sowie Netzbetreiber wie etwa Media Broadcast mit der DVB-T2-Plattform Freetnet TV fürchten um ihre Infrastruktur bzw. ihr Geschäftsmodell. Den Programmanbietern geht es dabei auch darum, nicht in die Abhängigkeit des Mobilfunks zu geraten. Natürlich könnten die TV- und Radioprogramme dank steigender Bandbreiten auch mobil verbreitet werden, aber dafür müssten die Rundfunkanbieter die Netze der Mobilfunker nutzen und das ist mit Kosten verbunden.

Hoffnungsträger 5G Broadcast

Die Antwort des Rundfunklagers auf den Frequenzhunger des Mobilfunks heißt 5G Broadcast. Der Standard wird derzeit in Feldversuchen erprobt und weiterentwickelt. Er könnte die Terrestrik auf neue technologische Füße stellen. Das ist jedoch noch Zukunftsmusik und sicherlich nicht ab 2030 zu realisieren. Außerdem benötigt der Rundfunk die UHF-Frequenzen, um 5G Broadcast schrittweise einzuführen.

Das gelänge laut einem Positionspapier von ARD und ZDF jedoch nur, wenn die International Telecommunication Union (ITU) für das UHF-Band „kein Spektrum für primäre oder co-primäre Uplink-Kommunikation“ zuweist, also für Smartphones und andere sendende Endgeräte. „Die verantwortlichen Institutionen und Politik in Deutschland, Österreich und der Schweiz müssen sich auf EU-Ebene und insbesondere bei der World Radio Conference (WRC) 2023 dafür einsetzen, dass das Frequenzspektrum für den Rundfunk und auch für drahtlose PMSE-Geräte erhalten bleibt, um den Sendern 5G Broadcast zu ermöglichen“, sagt Marco Maier, Vorsitzender des VAUNET-Fachbereichs Radio und Audiodienste.

Studien in der finalen Phase

Auf der WRC-15 wurde beschlossen, dass die Delegierten der WRC-23 anhand von Studien zur Frequenznutzung und den Frequenzbedarf des Rundfunks sowie des Mobilfunks „mögliche Regulierungsmaßnahmen im Frequenzband 470-694 MHz in der Region 1 zu prüfen“ haben. Diese Studien werden zurzeit vorbereitet. Insofern sie von der ITU genehmigt werden, könnte auf der WRC-27 nach dieser Prüfung die primäre Zuweisung der UHF-Frequenzen für den Rundfunk fallen.

Privatradios fordern Zugang zu 5G Broadcast

Dr. Jörn Krieger

Die privaten Radioveranstalter aus Deutschland, Österreich und der Schweiz wollen ihre Programme zukünftig auch via 5G Broadcast, dem Rundfunkmodus des neuen Mobilfunkstandards 5G, verbreiten. In einem [gemeinsamen Positionspapier](#) fordern der Verband Privater Medien (VAUNET) und die Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) aus Deutschland sowie der Verband Österreichischer Privatsender (VÖP) und der Verband Schweizer Privatradios (VSP) Zugang zu 5G Broadcast.

Der terrestrische Empfang von frei zugänglichem analogem und digitalem Rundfunk (UKW/DAB+), ergänzt durch die Verbreitung über IP, müsse langfristig sichergestellt werden, um einen vielfältigen und qualitätsvollen Rundfunkmarkt in Europa nachhaltig abzusichern, erklären die Verbände in dem Positionspapier. Im Zuge der Multiplattformstrategie zähle dazu auch die Nutzung der 5G-Technologie für die Multicast-Rundfunkverbreitung (5G Broadcast).

Alle Verbreitungswege nutzen

Rundfunkprogramme müssten auf allen für die Nutzer relevanten Empfangswegen verfügbar sein. Jeder Anbieter müsse in der Lage sein, den für sein Angebot und seine Zielgruppe passenden Weg zu wählen. Insbesondere mobile Endgeräte, etwa Smartphones, integrierte Systeme in Fahrzeugen oder Smart Speaker, sollten Standards für den Empfang von Rundfunkprogrammen integrieren, darunter auch 5G Broadcast.

Rundfunkprogramme wären dann über alle 5G-fähigen Endgeräte jederzeit und überall empfangbar.

Besonders in Katastrophenfällen oder Notstandssituationen, in denen die Bevölkerung zurzeit hauptsächlich über klassische Radioempfangsgeräte erreicht werden könne, sei dies hochrelevant.

Vielfaltssicherung wahren

Wie bei der terrestrischen Verbreitung des Radios über UKW oder DAB+ müssten auch bei 5G Broadcast die vielfaltssichernden Rahmenbedingungen gewahrt bleiben, darunter die "Free to Air"-Übertragung, Nutzungsmöglichkeit ohne SIM-Karte und keine Zugangskontrolle durch Dritte oder andere Gatekeeper, fordern die Verbände.

Um die Rundfunkübertragung via 5G-Broadcast zu gewährleisten, sei die Absicherung eines (möglichst niedrigen) Frequenzbereichs notwendig, so dass große und wirtschaftlich effiziente Rundfunkzellen ermöglicht werden. Deshalb sei es wichtig, auf der Weltfunkkonferenz 2023 (WRC-23) der internationalen Fernmeldeunion ITU die Frequenzkapazitäten des Rundfunks – für TV und Radio insbesondere im Bereich 470 bis 694 MHz – auch über das Jahr 2030 hinaus mindestens bis 2050 zu sichern.

Must-Carry-Regelung wie im Kabel

Ein oder mehrere Betreiber sollten die Versorgung der Fläche eines Landes mit 5G-Rundfunkdiensten übernehmen. Die Verbände fordern dabei eine Must-Carry-Regelung für lizenzierte Rundfunkinhalte gegenüber 5G-Rundfunknetzbetreibern ähnlich der Regelung, die bereits für Kabelnetzbetreiber gelte, sowie eine Pflicht für Hersteller und Mobilfunknetzbetreiber, wonach jedes in den Markt gebrachte Endgerät Funktionalitäten bieten müsse (etwa Modem/Chipset) beziehungsweise diese freigeschaltet sein müssten, um Zugang zu Rundfunkinhalten zu gewährleisten. Eine Deaktivierung dürfe nicht zulässig sein. Mobilfunkanbieter dürften ihren Kunden zudem die Nutzung vertragsunabhängiger Rundfunkempfangs-Funktionalitäten nicht unterbinden.

Mit ihrem Vorstoß wollen die Verbände sicherstellen, dass dem Radio langfristig weiterhin alle drahtlosen Verbreitungswege offenstehen, um die Hörer unmittelbar, ungehindert und unverschlüsselt zu erreichen, ohne dass für den Empfang Kosten anfallen, etwa durch einen Mobilfunkvertrag oder Datenverbrauch.

Multiplattformstrategie in der Praxis

Angesichts der steigenden Nutzung von Radio- und Audio-Inhalten auf Smartphones und Tablets ist es ein kluger Schachzug der Radiobranche, 5G Broadcast schon jetzt als möglichen künftigen Verbreitungsweg ins Blickfeld zu nehmen. Wie sich eine Multiplattformstrategie in der Praxis umsetzen lässt, zeigte jüngst der NDR, der seine Radioprogramme neuerdings auch via DVB-T2 ausstrahlt. Der NDR will damit seine Radioprogramme dem Publikum auf möglichst vielen Verbreitungswegen zugänglich machen, die Attraktivität von DVB-T2 steigern und mit anderen Verbreitungswegen gleichziehen, auf denen ebenfalls Radio angeboten wird.

Frequenzsalat ... oder Kampf der Lobby-Aristokraten

Heinz-Peter Labonte

Wie stolz sind doch ARD und ZDF, dass sie Transport-, besser Einspeisegebühren in Millionenhöhe aus der Haushaltsgebühr lediglich an Vodafone für die Verbreitung ihrer vielen Programme zahlen dürfen. Und dass sie damit die kommunalen und mittelständischen Wettbewerber benachteiligen.

Wie überheblich zeigen sich die von den Programmanbietern bevorzugten Mobilfunkbetreiber gegenüber ihrer mittelständischen und kommunalen Konkurrenz bei ihren Dumpingpreisen. Und wie willfährig verhält sich die Berliner und Brüsseler Politbürokratie gegenüber der Lobby-Aristokratie beider Gruppen.

Kleine stören nur

Die öffentlich-rechtlichen Anstalten kämpfen eng verflochten mit ihren politikunabhängigen rot-grün-schwarzen Freundeskreisen in den Gremien für die Erhöhung der Haushaltsgebühren für den Rundfunk zur Sicherung der Pensionsrückstellungen überhöhter Versorgungsregelungen. Natürlich nur auf Empfehlung der völlig politikfernen KEF.

Gleichzeitig unterstützen die Politbürokraten die privaten Sendergruppen beim Einschnüren wirtschaftlichen Wettbewerbs durch die kleinen, von Sendergruppen unabhängigen und durch die regional-lokalen unabhängigen Sender unter anderem im Sektor lokal-regionaler Werbung.

Doch die politbürokratische Kumpanei zulasten des kommunalen und mittelständischen Sektors gilt seit Langem auch schon wieder im Bereich der Telekommunikationsinfrastrukturen. Beispielhaft seien hier nur die augenscheinliche Wettbewerbsverzerrung bei der in Brüssel nahezu auflagefreien und ohne Bonner Widerspruch durchgewunkenen Übernahme von Unitymedia seitens Vodafone genannt oder die maßgerechte Ausschreibung und erfolgreiche Vergabe der Fördermittel an der Politbürokratie nahestehende Telekommunikationsunternehmen.

Und jetzt sowas

Nun, jetzt kommt die World Radio Conference 2023 (WRC-23) und wirbelt die Politbürokraten in Berlin, Ländern und Brüssel durcheinander. Jetzt könnte der Fall eintreten, sich für die eine oder andere Seite entscheiden zu müssen. Denn es soll doch eine Revision der Nutzung des UHF-Bands erfolgen.

Jetzt müssen sie sich doch tatsächlich sortieren und statt Appeasement und Kumpanei nach allen Seiten sind Entscheidungen für die eine oder andere Seite der Lobby-Aristokratie aus Medien- und TK-Wirtschaft gefordert. Jetzt müssen sich die Politbürokraten frei nach Rudi Carells Herzblattshow entscheiden, die Frequenzen an die Mobilfunkkonzerne oder die Sender zu geben. Wer soll also das

Der Mammutanz beginnt!

Gut, 2023 ist nur ein Vorgeplänkel bzw. der Tanzbeginn der Mammut. Der nächsten Bundesregierung und der jetzigen EU-Kommission nämlich. Auf der WRC-27 müssen die Politbürokraten der übernächsten Bundesregierung und nächsten EU-Kommission langsam Farbe bekennen, wem sie den Vorzug geben: der Informationsfreiheit oder den Skaleneffekten der Geräte- und Antennenindustrie. Um es mal pandemisch auszudrücken: Shareholder Value oder Leben durch terrestrische Krisenvorsorge retten.

Wetten, dass im Jahr 2030 beim Mammutanz wieder mal das Gras leidet, also Verbraucherinteressen, kommunale und mittelständische Infrastrukturbetreiber wie auch die kleinen, mittelständischen und von großen Sendergruppen unabhängigen Rundfunkbetreiber?

Da hilft auch kein Lobbyregister ...

...und natürlich auch kein neuer Politikstil nach der Ära Merkel. Man wird weiter „auf Sicht“ fahren. Denn die Weichen wurden schließlich schon auf der WRC-15 gestellt. Folgerichtig wird auch bei 5G Broadcast auf die normative Kraft der damaligen, faktischen Beschlüsse zur Erstellung diesbezüglicher Studien von den Politikbürokraten verwiesen werden.

Wie sagte doch einst Wirtschaftsminister Otto Graf Lambsdorff, bezogen auf die damalige gelbe Firmenfarbe der Deutschen Bundespost? „Ich habe schon rote und schwarze Postminister ihr Amt antreten sehen – nach der ersten Amtsperiode waren sie alle gelb!“ Anders gewendet: Der die Politik in Sachfragen „vorbereitenden“ Bürokratie in ihrem Eigenleben ist völlig gleichgültig, wer unter ihr Minister oder parlamentarischer Staatssekretär ist.

Selbst ein Lobbyregister wird aber nicht helfen, die Frage der Nutzung der drahtlosen Produktionsmittel (PMSE), nämlich der UHF-Frequenzen zwischen 470 und 694 MHz, bis 2030 zu entscheiden, wenn nicht Deutschland mit seinen vielen Nachbarn im grenzüberschreitenden Frequenzsalat der Interferenzen enden will wie einst in der Merkelschen Funklochrepublik.

Fazit

Eines ist sicher: Es wird unterhaltsam für alle Beobachter, die Lobby-Aristokraten mit ihren Hundertschaften in Berlin und Brüssel die Politbürokratie traktieren zu sehen. Dabei wird Lobby Control mit Transparenzforderungen jede Kamera und jedes Mikrofon ergreifen, um sich in Szene setzen zu lassen. Und höchstwahrscheinlich werden die Sender zur obersten Umweltlobby, wenn es um objektive Berichterstattung zur Verträglichkeit von Elektromog im Frequenzbereich zwischen 470 und 694 MHz geht.

Es bleibt also noch viel zu tun für selbstlose Aktivitäten von Bürgerinitiativen für ARD und ZDF oder gegen Mobilfunk und autonomes Fahren. Vielleicht endet der Mammutanz ja einfach nur wieder mal in personalpolitischen Mummenschanz.

Weniger Glasfaser drin, als draufsteht – irreführende Werbung drückt auf Take-up-Raten

Marc Hankmann

Eine Botschaft ist in der Bevölkerung angekommen: Die Zukunft liegt in der Glasfaser. Sie verspricht hohe Bandbreiten und verlässliche Verbindungen. Leider gerät das Wort „Glasfaser“ zum Buzzword, das im Marketing auch von denen genutzt wird, die nur zum Teil mit Glasfaser ausbauen – mit Nachteilen für die Take-up-Rate in FTTB/H-Netzen.

Große Marketing-Worte

Die Deutsche Telekom sprach bereits vom Glasfaserausbau, als die Bonner noch mit der Vectoring-Technologie ihr Kupferdrahtnetz ertüchtigten. Und auch die Kabelnetzbetreiber reden unentwegt von Glasfaser- oder glasfaserbasierten Netzen. Das stimmt in beiden Fällen jedoch nur bis zum Verteiler in der Straße. Auf der berühmten letzten Meile liegt sowohl bei der Telekom als auch im Kabelnetz immer noch die Kupferdoppelader.

Doch wenn die Telekom von ihrem 500.000 Kilometer langem Glasfasernetz spricht oder der Kabelnetzbereiberverband ANGA davon, dass seine Mitglieder, vornehmlich Vodafone, bereits 60 Prozent der deutschen Haushalte mit Gigabit versorgen, entsteht der Eindruck, dass die Glasfaserzukunft schon längst begonnen hat.

Das stimmt laut Breitbandatlas mit Stand von Ende 2020 allerdings nur für 14,5 Prozent der Haushalte. Nur bei etwa jedem siebten Haushalt reicht die Glasfaser also mindestens ans Gebäude heran. Alle anderen müssen mit den Tücken eines „shared medium“ oder den Restriktionen der Vectoring-Technologie klarkommen.

Auch FTTB und FTTH wird nicht klar getrennt

Dieses Zerrbild ärgert insbesondere die Netzbetreiber, die die Glasfaser tatsächlich bis ans oder ins Gebäude legen. Sie nutzen daher gerne den Begriff „kupferfrei“ in ihrem Marketing-Sprech. Und selbst diese Netzbetreiber unterscheiden nicht trennscharf zwischen FTTB und FTTH. Oftmals ist von FTTH die Rede, aber die Glasfaser reicht nur bis in den Keller.

Dass die Inhouse-Verkabelung eines der großen Themen des Breitbandausbaus ist, kann anhand der

Diskussion um die Umlagefähigkeit der Kabelanschlussgebühren festgemacht werden. Je nach Ansicht ist die Umlage mal Treiber, mal Hemmnis für mehr Glasfaser in Gebäuden. Fakt ist, dass es gerade im Bestand an Glasfaser in Häusern und Wohnungen fehlt.

„Bereits 2018 hat das WIK festgestellt, dass der Markt vor Komplexität ersticken wird“, sagte etwa Mirko Paschke, Leiter der AG Digitale Netze im Bundesverkehrsministerium, auf dem Breitbandkongress des Fachverbands für Rundfunk und Breitbandkommunikation (FRK) im vergangenen Jahr. In den nächsten Jahren wird es darauf ankommen, wie es gelingt, die Glasfaser in die Häuser zu bringen.

Verbraucher ist unwissend und/oder verwirrt

Das ist dem Verbraucher jedoch gar nicht bewusst, denn er denkt, dass er längst einen Glasfaseranschluss hat und sieht daher keinen Anlass für einen Wechsel. Oder er ist durch die Werbung derart verwirrt, dass er die Unterschiede zwischen den einzelnen Zugangstechnologien - und damit die jeweiligen Nachteile – nicht erkennt. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des wissenschaftlichen Instituts für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) im Auftrag des FTTH Councils.

In Deutschland ergaben Umfragen des WIK in den Jahren 2017 und 2019, dass auf die Frage, ob der Haushalt über einen Glasfaseranschluss verfügt, nur etwa jeder Zehnte angab, einen solchen Anschluss zu haben. Rund ein Drittel verneinte dies, aber über die Hälfte war sich hingegen unsicher. Für die Autoren der Studie ist dies ein Indiz dafür, dass sich die Verbraucher nicht über die Vorteile einer reinen Glasfaser Verbindung im Klaren sind und sich deshalb gegen einen Wechsel entscheiden.

Ampelsystem für Werbung

„Andere Studien zeigen, dass Verbraucher zwar wissen, dass sie keinen Glasfaseranschluss haben, aber das sie denken, sie bräuchten auch keinen“, erklärt Ilsa Godlovitch, die das Brüsseler WIK-Büro leitet. Godlovitch kennt aus einigen EU-Ländern die Fälle, in denen gegen irreführende Werbung im Zusammenhang mit Glasfaser vorgegangen wurde. So verhängte etwa die italienische Wettbewerbsbehörde 2018 gegen vier Netzbetreiber Strafen wegen irreführender Werbung mit Glasfaser.

Das führte letztendlich dazu, dass die italienische Regulierungsbehörde AGCOM im gleichen Jahr ein Ampelsystem einführt: Grün bedeutet FTTB/H, Gelb steht für FTTC und Rot für Kupferdraht. Die Ampel muss für jedes Werbemittel genutzt werden. Auch der französische Ansatz, nach dem nur Internet Service Provider den Begriff „Glasfaser“ in der Werbung verwenden dürfen, die Glasfaser tatsächlich bis ins Gebäude legen, wird aufgrund seiner Einfachheit vom FTTH-Council propagiert.

FTTH Council: EU soll tätig werden

„Es gibt eine Reihe positiver Beispiele für die Kontrolle von Glasfaserwerbung“, sagt Eric Festraets, Präsident des FTTH Councils Europe, „und das FTTH Council Europe ist der Ansicht, dass es jetzt an der Zeit ist, auf EU-Ebene tätig zu werden.“ Eine Möglichkeit zur Verankerung eines Ampelsystems nach italienischem Vorbild sieht Festraets zum Beispiel in der Novelle der Breitband-Kostensenkungsrichtlinie.

Vielleicht gelingt im Breitbandsektor das, was für Lebensmittel an der Industrielobby gescheitert ist. Immerhin baut auch Vodafone FTTB/H-Netze und selbst die Telekom widmet sich verstärkt solchen Netzen, sodass nicht nur ihre Konkurrenten daran interessiert sein dürften, die Take-up-Raten in die Höhe zu treiben.

Update für Deutschland! Warum es jetzt auf Wohnungswirtschaft und NE4 ankommt

Jean-Pascal Roux

Im September des vergangenen Jahres hatte mir der Fachverband für Rundfunk und Breitbandkommunikation (FRK) die Gelegenheit gegeben, die Deutsche Telekom als Partner der kleinen und mittelständischen Kabelnetzbetreiber und ihrer Gestattungsgeber vorzustellen. Ich gebe zu, ich war etwas nervös: Die Telekom und der FRK hatten sich lange Zeit nicht viel zu sagen und auch die Diskussionen um die TKG-Novelle waren nicht gerade geeignet, spontan das Eis zu brechen. Dass ich und damit die Telekom von den FRK-Mitgliedern so unbefangen und mit viel Neugier aufgenommen wurde, hat mich deshalb besonders gefreut.

So kann es nicht weitergehen

Was ist seitdem geschehen? Mittlerweile kehrt der Frühling zurück, Deutschland steckt mitten in der dritten Welle der Pandemie und hat im zurückliegenden Jahr viele Chancen verpasst und noch mehr zerredet statt sie entschlossen und pragmatisch anzupacken: Gesundheitsämter verfolgen Infektionsketten nach wie vor per Zettelwirtschaft und Faxgerät. Ärzte beklagen überbordenden Papierkram, der sie am schnelleren Impfen hindert. Immer noch akzeptieren Behörden Anträge und Rechnungen nur in Papierform.

Auch manches Unternehmen, das die Digitalisierung lange vor sich hergeschoben hatte, wurde von der Pandemie kalt erwischt. Spätestens jetzt wird auch dem Letzten klar: So kann es nicht weitergehen. Deutschland braucht dringend ein Update – nicht nur in der Technik, sondern auch bei der Haltung. Wir können uns als Industrienation das Festhalten an veralteten Technologien und Infrastrukturen nicht länger leisten. Nur mit mehr Offenheit, mehr Mut und mehr Tempo können wir die Aufholjagd gewinnen. Und – nur mit der Telekom: Denn nur die Telekom hat die Größe, Stärke und Reichweite, die Deutschland jetzt für die Aufholjagd braucht.

Europas größtes Glasfasernetz

Und damit zu den guten Nachrichten. Erstens: Die Telekom hat bereits vorgelegt und in den letzten Jahren das größte Glasfasernetz Europas geschaffen – ohne dass Öffentlichkeit und Medien davon groß Notiz genommen haben. Nicht nur die Datenautobahnen, auch die Land- und Kreisstraßen sind längst aus Glas; vielerorts reicht das Lichtleiternetz schon bis zum nächsten Verteilerkasten oder steht buchstäblich vor der Haustür.

Das ist übrigens der Grund, warum die Datennetze in Deutschland trotz des sprunghaft gestiegenen Bandbreitenhungers der privaten Haushalte so stabil geblieben sind. Millionen Deutsche sind ins Homeoffice gewechselt, Kinder lernen vor dem Rechner, Streaming ist das neue Fernsehen... das Netz ist trotzdem nicht eingeknickt.

Der Grund: Das Netz der Telekom wurde bereits von innen heraus mit Glasfaser neu gebaut, auch wenn die letzten Meter bis zur Anschlussdose noch aus Kupfer bestehen und mit Technologien wie DOCSIS und Vectoring überbrückt werden. Das soll sich jetzt ändern.

Abschied vom Kupfer

Und damit zur zweiten guten Nachricht: Die Telekom verabschiedet sich vom Kupferzeitalter und zwar ohne Wenn und Aber. Im November letzten Jahres haben Telekom-CEO Tim Höttinges und der neue Deutschlandchef Srinu Gopalan verkündet, Netze und Anschlüsse bis 2030 komplett in Glasfaser zu erneuern.

Dafür hat die Telekom ein nie dagewesenes Investitionsprogramm aufgelegt: Jährlich sollen rund 2,5 Milliarden Euro in den Glasfaserausbau fließen. Kurz: Glasfaser wird zum neuen Standard für die digitale Grundversorgung der Immobilien in Deutschland.

Kulturwandel für die Aufholjagd

Tim Höttinges und Srinu Gopalan wissen genau so gut wie Sie und ich, dass selbst ein Unternehmen wie die Telekom nicht alles im Alleingang schafft. Im Gegenteil: Nur im Schulterschluss mit lokalen und regionalen Partnern können wir die Aufholjagd gewinnen. Das bedeutet für die Telekom einen regelrechten Kulturwandel. Wir müssen wieder lernen, auf kleine und mittelständische Netzbetreiber zuzugehen und besser zuzuhören.

Wir brauchen mehr Kreativität, unterschiedliche Modelle der Zusammenarbeit zu erproben und Erfahrungen zu sammeln, damit daraus eine echte Win-Win-Situation wird. Jeder Weg beginnt mit einem ersten Schritt, deshalb freue ich mich über das Angebot des FRK, mit einem gemeinsamen Pilotprojekt die technischen und kommerziellen Möglichkeiten der Zusammenarbeit auszuloten und dabei Optimierungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Die ersten Gespräche haben begonnen.

Kein Schema F

Wir starten nicht bei null: Mit der Firmengruppe Ziegelmeier haben wir ein Projekt begonnen, bei dem wir 45 Jahre Erfahrung im Kabelgeschäft mit den neuen Perspektiven der Glasfaser verbinden wollen. Auch mit anderen FRK-Mitgliedern arbeiten wir bereits zusammen oder sind in Gesprächen. Die Erfahrungen, die wir aus diesen Projekten gewinnen, wollen wir gerne gemeinsam mit dem FRK für ein Pilotprojekt im größeren Maßstab nutzen.

Auch mit Citynetzbetreibern beweist die Telekom Kreativität in der Zusammenarbeit. Im Großraum Köln-Aachen leihen sich Telekom und NetCologne gegenseitig ihre Glasfaserkapazitäten aus, konkurrieren aber gegenüber dem Endkunden um Service und Dienste. In Nordwestdeutschland hat die Telekom mit EWE TEL ein gemeinsames Glasfaserunternehmen gegründet. Das zeigt: Es gibt kein Schema F.

Sorgfalt, Güte, Verbraucherfreundlichkeit

Keine Frage: Die Telekom muss und will von ihren Partnern auf der Netzebene 4 viel lernen, damit wir als starkes Duo gemeinsam vor den Gestattungsgebern überzeugen können. Sie bringt aber auch eine Reihe von besonderen Eigenschaften in diese Partnerschaft ein.

Zunächst einmal ist da das Bekenntnis zur Glasfaser, das im Telekommunikationsmarkt, aber auch im Kabelmarkt einzigartig ist. Unsere Vorteile sind außerdem die hohe technische Sorgfalt, die Güteklasse der Netze und die Verbraucherfreundlichkeit. Die Telekom leitet die Daten von Wettbewerbern wie Vodafone, 1&1 und O2 durch ihre Netze – das bedeutet Anbieterfreiheit für den Verbraucher, und das ohne jeden Abnahmepflicht. Denn die Telekom modernisiert ihre Netze, ohne die Mieter zum Abschluss eines Vertrags zu zwingen.

Gegen die Bedenkenträger

Ich bin überzeugt: Die Glasfaser wird als neuer Standard für die digitale Grundversorgung im Rückblick auch die aktuellen Debatten um die TKG-Novelle obsolet machen. Wir können für die Fernsehversorgung gemeinsam neue Modelle entwickeln, die in die Zukunft weisen, statt sich an Konzepte der Ära Helmut Kohl zu klammern.

Erinnern wir uns an die Debatten um die Digitalisierung der Kabeleinspeisung vor rund zehn Jahren. Die analoge Programmkapazität war so knapp, dass eigens geschaffene Behörden – die Landesmedienanstalten – mit der Mangelverwaltung im Kabel beschäftigt wurden. Auch damals machte Deutschland als letztes europäisches Land mit analogem Fernsehen keine gute Figur. Statt die neue Programmviefalt zu begrüßen, beschworen lautstarke Bedenkenträger mindestens den Weltuntergang.

Eine neue Ära der Zusammenarbeit

Der ist, wie man weiß, nicht eingetreten. Im Gegenteil: Das Fernsehen hat sich höchst erfreulich weiterentwickelt. Neue Streaming-Anbieter wie Netflix, Amazon Prime Video und Disney+ sowie Plattformen wie MagentaTV bescheren uns eine Vielfalt, Qualität und Nutzerfreundlichkeit wie noch nie. Nicht nur beim Fernsehen und Streaming hat die Telekom viel zu bieten; auch bei der Digitalisierung von Geschäftsprozessen, dem Gebäudemanagement, bei E-Ladesäulen, Telemetrie und anderen Bereichen tun sich spannende Möglichkeiten für Kooperationen auf.

All das sollte uns darin bestärken, der Zukunft optimistisch entgegenzusehen – und ihr gemeinsam mutig entgegenzugehen. Deshalb werbe ich für eine neue Ära der Zusammenarbeit zwischen der Telekom und ihren Partnern auf der Netzebene 4. Ich weiß, wir haben ein Stück Arbeit und sicher auch einige Diskussionen vor uns, aber ich habe großes Vertrauen, dass daraus eine Erfolgsgeschichte für alle werden kann.

Jean-Pascal Roux ist Senior Vice President des Bereichs „Wohnungswirtschaft und Breitbandausbau Geschäftskunden“ der [Deutschen Telekom](#). Zuvor arbeitete Roux unter anderem bei Tele Columbus und PrimaCom.

Vodafone will analoges Kabelradio abschalten

Dr. Jörn Krieger

Vodafone will die analogen Radioprogramme aus seinem Kabelnetz entfernen. Im April 2022 soll mit der schrittweisen Umstellung auf die digitale Verbreitung im DVB-C-Standard begonnen werden, die bis Februar 2023 vollständig umgesetzt sein soll, wie ein Vodafone-Sprecher gegenüber MediaLABcom erklärte. "Die analoge Verbreitung des Radiosignals wird anschließend zu einem heute noch nicht feststehenden Termin eingestellt."

Drei Bundesländer betroffen

Betroffen sind drei ehemals von Unitymedia versorgten Bundesländer Baden-Württemberg, Hessen und Nordrhein-Westfalen. In allen anderen Bundesländern bietet Vodafone schon heute kein analoges Kabelradio mehr an.

"Wir kommen mit dieser Maßnahme unserem Ziel näher, die bislang unterschiedlichen Kabelnetzstrukturen zu vereinheitlichen", sagte der Sprecher. Vodafone hatte Unitymedia im August 2019 [übernommen](#).

Vodafone werde mit den Radioveranstaltern eng zusammenarbeiten und allen Partnern im Zuge der Umstellung die digitale Verbreitung anbieten, erklärte der Sprecher. "Unsere Kabelkunden werden wir rechtzeitig vor der Umstellung über die Details zum Ablauf informieren."

Gefahr einer Zensur oder wirksames Mittel gegen Rechtsverletzungen: Die „Clearingstelle Urheberrecht im Internet“ nimmt den Betrieb auf

RA Ramón Glaßl

Im März 2021 hat die Clearingstelle Urheberrecht im Internet (CUII) den Betrieb aufgenommen. Die CUII ist nach eigener Angabe eine unabhängige Stelle und wurde von Internetzugangsanbietern und Rechteinhabern gegründet, um nach objektiven Kriterien prüfen zu lassen, ob die Sperrung des Zugangs einer strukturell urheberrechtsverletzenden Webseite rechtmäßig ist. Kommt sie zu dem Ergebnis, dass die Sperrung rechtmäßig ist, sperren alle an der CUII beteiligten Internetzugangsanbieter die entsprechenden Domains der strukturell urheberrechtsverletzenden Webseite.

Was aus Sicht der Rechteinhaber und auch Internetzugangsanbieter durchaus sinnvoll erscheint, ist jedoch in der öffentlichen Diskussion nicht unumstritten.

Bisherige Rechtsprechung zur Sperre von Webseiten

Urheberrechtliche Sperrverfügungen gegen Internetzugangsanbieter werden bislang auf Art. 8 Abs. 3 RL 2001/29/EG (InfoSoc-RL) gestützt. So hat der EuGH in seiner Entscheidung „UPC Telekabel“ Ansprüche eines Filmrechteinhabers auf Sperrung einer Webseite gegen einen Internetzugangsanbieter aus Österreich auf Grundlage von Art. 8 Abs. 3 InfoSoc-RL anerkannt (EuGH, Urt. v. 27.03.2014, Az.: C-314/12). Vorausgegangen ist jedoch eine umfassende Abwägung der betroffenen Grundrechte aller Beteiligten.

In Deutschland wurden derartige Sperrverfügungen von den Instanzgerichten zunächst abgelehnt, bis der Bundesgerichtshof in seiner Entscheidung „Störerhaftung des Access-Providers“ im konkreten Fall einen Sperranspruch zwar abgelehnt, aber zugleich Voraussetzungen für einen solchen grundsätzlichen Anspruch definiert hatte (BGH, Urt. v. 26.11.2015, Az.: I ZR 174/14).

Mit der Novelle des Telemediengesetzes (TMG) im Jahr 2017 wurde der Anspruch teilweise auf eine neue Anspruchsgrundlage gestützt, nämlich § 7 Abs. 4 TMG. Zwar wird hier nur eine Haftung des WLAN-Betreibers geregelt, die Instanzgerichte haben die Vorschrift aber auch für kabelgebundene Access Provider analog angewendet.

Um eine Sperrung auf eine belastbare Entscheidungsgrundlage zu stützen, ohne zugleich ein unter Umständen zeit- und kostenintensives Gerichtsverfahren durchlaufen zu müssen, wurde nun die CUII ins Leben gerufen.

Verfahren der CUII

Ein (nach Angaben der CUII unabhängiger) Prüfausschuss prüft auf Antrag der Rechteinhaber und empfiehlt bei Vorliegen der Voraussetzungen eine DNS-Sperre dieser strukturell urheberrechtsverletzenden Webseite. Die Empfehlung des Prüfausschusses erfolgt jeweils einstimmig und nur bei eindeutigen Urheberrechtsverletzungen. Den Vorsitz des aus drei Personen bestehenden Prüfausschusses haben nach Angaben der CUII renommierte frühere BGH-Richter, die auf eine jahrelange Erfahrung im Urheberrecht zurückblicken.

Die Empfehlung des Prüfausschusses wird dann der staatlichen Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen (BNetzA) übermittelt. Die BNetzA soll nun prüfen, ob die Sperre gegen die Netzneutralitätsverordnung (Verordnung (EU) 2015/2120) verstoßen würde. Kommt die Prüfung der BNetzA zu dem Ergebnis, dass kein Verstoß gegen das Gebot der Netzneutralität vorliegt, sperren die an der CUII beteiligten Internetzugangsanbieter die entsprechenden Domains der strukturell urheberrechtsverletzenden Webseite.

Solidaritätsprinzip und Overblocking

Nach Angaben der CUII soll durch dieses Verfahren insbesondere sichergestellt werden, dass eine Rechtsverfolgung gegenüber denjenigen Beteiligten, die entweder die Rechtsverletzung selbst begangen oder zu der Rechtsverletzung durch die Erbringung von Dienstleistungen beigetragen haben, vorrangig in Anspruch genommen werden soll (Subsidiaritätsprinzip).

Erst wenn dies scheitert, soll die CUII eingreifen können. Ferner soll verhindert werden, dass Nutzern der Zugang zu legalen Inhalten, die auf einer strukturell urheberrechtsverletzenden Webseite öffentlich wiedergegeben werden, nicht unnötig vorenthalten wird (Overblocking).

Berechtigte Kritik an der Clearingstelle?

In der öffentlichen Diskussion ist die Einrichtung der CUII nicht unumstritten. So wird häufig vorgebracht, dass die Sperrung des Zugangs zu Webseiten durch einen privaten Verein gegen den Richtervorbehalt und das Prinzip der Netzneutralität verstoße. Ferner sehen Kritiker die Gefahr, dass sich die Sperrung von strukturell urheberrechtsverletzenden Webseiten auch auf Webseiten anderer Art ausweiten wird.

Das Argument, eine Webseiten-sperrung unterläge dem Richtervorbehalt, stützt sich ebenfalls auf Art. 8 Abs. 3 der InfoSoc-RL. Hiernach sollen die EU-Mitgliedsstaaten sicherstellen, dass Rechteinhaber gegen Internet Provider gerichtliche Anordnungen beantragen können, wenn deren Dienste für Urheberrechtsverletzungen genutzt wurden. Dies lege nahe, so die Kritiker, dass Netzsperrungen aufgrund von Urheberrechtsverletzungen nur auf Grundlage einer gerichtlichen Anordnung ergehen sollen.

Hiergegen wird vorgebracht, dass die Mitgliedsstaaten lediglich die Möglichkeit einer gerichtlichen Anordnung sicherstellen sollen; dass Sperren ausschließlich aufgrund gerichtlicher Anordnung durchgeführt werden könnten, sei hingegen nicht vorgesehen.

Netzneutralität und BNetzA-Kontrolle

Ferner wird kritisiert, dass die Sperrung des Zugangs zu Webseiten gegen das Gebot der Netzneutralität verstoße. Hiernach sind Internetzugangsanbieter verpflichtet, den gesamten Verkehr bei der Erbringung von Internetzugangsdiensten gleich, ohne Diskriminierung, Beschränkung oder Störung zu behandeln. Die Sperrung des Zugangs zu Webseiten verstoße nach Ansicht einiger Kritiker hiergegen.

Die Kontrolle durch die BNetzA sei hier zum einen nicht ausreichend; zum anderen sei die BNetzA auch gar nicht zuständig, weil sie keine Kontrolle über Inhalte ausübe. Nach den von der CUII skizzierten Prozessen erscheint es jedoch fraglich, ob die BNetzA in einem solchen Fall tatsächlich, wie vorgeworfen wird, eine Inhaltskontrolle vornimmt. Nach Angaben der CUII und der [Bundesnetzagentur](#) jedenfalls soll sie gerade keine Inhaltskontrolle vornehmen.

Auch kartellrechtliche Bedenken wurden geäußert, die das Bundeskartellamt jedoch nicht teilte, weshalb es am [11. März 2021](#) mitteilte, keine Einwände gegen den Start der Clearingstelle Urheberrecht im Internet zu haben.

Fazit und Ausblick

Die CUII hat ihre Arbeit gerade erst begonnen, ist aber schon erheblicher Kritik ausgesetzt. Neben den rechtlichen Punkten, die angesichts der vehementen Kritik mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit in nicht allzu ferner Zukunft von den Gerichten behandelt werden, wird immer wieder auch der Verlust des „freien Internets“ beklagt. Ein emotionales Argument, das nicht ohne Weiteres abzutun ist, dem aber durch das von der CUII gewählte strikte Verfahren entgegengetreten werden soll – und das zur Not auch gerichtlich überprüft werden kann.

Ramón Glaßl ist Rechtsanwalt und Partner bei der Kanzlei Schalast & Partner. Gegründet im Jahr 1995 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.

HbbTV Symposium and Awards 2021 in Paris

Das 9. HbbTV Symposium and Awards der HbbTV Association findet vom 25. bis 26. November 2021 in Paris statt. Das Gipfeltreffen der Connected-TV-Welt wird in diesem Jahr gemeinsam mit der französischen TV-Plattform Salto von France Télévisions, TF1 und M6 veranstaltet. Die Zielgruppe sind Plattformbetreiber, Rundfunkanbieter, Werbetreibende und Adtech-Firmen, Standardisierungsorganisationen und Technologieunternehmen. Um für alle Situationen gerüstet zu sein, ist ein hybrides Konzept aus Vor-Ort-Veranstaltung und Online-Event geplant.

Infos: www.hbbtv.org/news-events/hbbtv-symposium-and-awards-2021-on-november-25-26-in-paris/

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Umfrage: Immobilien mit schlechter Internetanbindung droht Wertverlust

Durch die vermehrte Nutzung von Homeoffice und Homeschooling während der Corona-Pandemie spielt der Breitbandanschluss inzwischen eine zentrale Rolle beim Erwerb einer Immobilie. Haus- und Wohnungseigentümer müssen beim Verkauf teilweise mit deutlichen Wertverlusten rechnen, wenn die Internetverbindung nicht den Erwartungen entspricht.

Wie eine aktuelle Umfrage im Auftrag des Eutelsat-Breitbanddienstleisters connect belegt, reduziert sich für mehr als ein Fünftel der Befragten der Immobilienwert um zehn Prozent und für ein Achtel sogar um 20 Prozent, wenn die Breitbandanbindung zu schlecht ist. Jeder Zehnte würde sogar ganz vom Kauf absehen.

Besonders deutlich tritt der Wertverlust in kleineren Städten mit 5.000 bis 50.000 Einwohnern zum Vorschein: Für 14 Prozent der Befragten reduziert eine schlechte Internetanbindung den Immobilienwert um 20 Prozent. Die Umfrage wurde in der zweiten Märzhälfte 2021 von Motar Research mit über 2.000 Personen aus ganz Deutschland im Alter ab 18 Jahren durchgeführt.

Die Umfrage zeigt zudem, dass eine hochwertige Breitbandverbindung inzwischen zu den wichtigsten Kriterien bei der Immobilienwahl zählt. Sie ist wichtiger als der Garten oder die Nähe zu öffentlichen Verkehrsmitteln und Einkaufsgelegenheiten. Nur dem Aussehen sowie der Energieeffizienz der Immobilie werden eine noch höhere Bedeutung beigemessen. In Städten mit 5.000 bis 50.000 Einwohnern liegen die Kriterien Aussehen (46,8 Prozent), Breitbandanschluss (45,7 Prozent) und Energieeffizienz (46,3 Prozent) sogar nahezu gleichauf.

Auf den Garten würde ein knappes Fünftel der Umfrageteilnehmer verzichten, wenn sie dafür eine Internetverbindung mit ausreichender Bandbreite erhielten. Über ein Viertel ist der Breitbandanschluss sogar wichtiger als die Nähe zur Schule. Auch den Parkplatz an der Straße würden 19 Prozent der Befragten gegen eine ausreichende Bandbreite eintauschen. Am häufigsten können die Befragten aber auf die Alarmanlage verzichten (30,5 Prozent).

Gerade in ländlich geprägten Regionen und Randlagen der Metropolen, um die der Ausbau von Glasfasernetzen noch immer einen Bogen macht, können Immobilienbesitzer kurzfristig bereitstehende Breitbandlösungen wie etwa den neuen [connect-Internetdienst](#) nutzen, der über Satellit auch für abgelegene Gemeinden und Siedlungen Bandbreiten bis 100 Mbit/s bereitstellt. Angeboten werden drei Tarife mit 30, 50 und 100 Mbit/s. Die Preise liegen zwischen 29,99 und 69,99 Euro pro Monat. Hinzu kommt eine einmalige Aktivierungsgebühr von nur 49 Euro.

Deutsche Infrastruktur und Netzgesellschaft übernimmt Triopt-Group

Die Deutsche Infrastruktur und Netzgesellschaft (DING) hat die Triopt-Group übernommen. Die Gruppe ist technischer Dienstleister für Planung, Aufbau und Optimierung von Funk- und Festnetzen einschließlich 5G-Netzen. Daneben plant, errichtet und installiert Triopt Glasfasernetze auf den Netzebenen 2 und 3.

Durch die Übernahme erweitert und optimiert DING ihr Portfolio für den Auf- und Ausbau von Glasfaser-, Energie- und Versorgungsinfrastrukturen für Telkos, Netzbetreiber, Stadtwerke und kommunale Unternehmen um den Konvergenzbereich zwischen Mobilfunk und Glasfaser. Die DING aus Bochum deckt im Bereich Glasfaser die komplette Wertschöpfungskette von der Planung über den Bau, Betrieb bis zur Vermietung von Dark-Fiber-Netzen ab.

Zur Triopt-Group gehören die vier Tochterunternehmen Triopt, Tripro, Triopt-Bau und Trijobs. Am Hauptsitz in Moers und am Standort Goch sind insgesamt rund 250 Mitarbeiter tätig. Als Dienstleister und Komplettanbieter mit dem Schwerpunkt Mobilfunknetzausbau bietet die Triopt Services von der Beratung, Planung und Optimierung über Begehungen, Kostenkalkulationen und Baukoordination bis zu Funknetzoptimierungen für Events und den Auf- und Ausbau von 5G-Campusnetzen.

"Glasfaserinfrastrukturen sind die Basis für die Anbindung, den Betrieb und die Verdichtung von Funknetzen aller Art bis hin zu 5G. Das Knowhow und die ausgewiesenen Kompetenzen der Triopt-Group in den Bereichen Funk- und Festnetze ergänzt daher unser Portfolio perfekt im wichtigen Bereich der beiden Infrastrukturen Glasfaser und Mobilfunk. Damit festigen wir nicht nur unsere bundesweite Position als ein führender Dienstleister und Generalunternehmer für die Telekommunikations- und Energieinfrastrukturen, sondern können uns zugleich neue Möglichkeiten im Geschäftsfeld Mobilfunk erschließen. Darüber hinaus ist dies ein weiterer wichtiger Schritt auf unserem Weg zum bundesweiten Marktführer in der Branche", sagt DING-Geschäftsführer Christoph Lütke.

3i Infrastructure beteiligt sich an DNS:NET-Gruppe

Die britische Beteiligungsgesellschaft 3i Infrastructure investiert einen dreistelligen Millionenbetrag in die DNS:NET-Gruppe. Das inhabergeführte mittelständische Unternehmen will in den kommenden Jahren

über 2,5 Milliarden Euro in den Eigenausbau investieren und 1 Million Glasfaseranschlüsse realisieren. 3i Infrastructure löst dabei den bisherigen Investor Deutsche Beteiligungs AG und den von ihr verwalteten Fonds DBAG ECF ab.

DNS:NET investiert seit 2007 in den Ausbau regionaler Glasfaserinfrastrukturen und des eigenen DNS:NET-Glasfaserrings durch mehrere deutsche Bundesländer. Dies geschieht im großen Umfang über den eigenwirtschaftlichen Ausbau.

"Mit der 3i Infrastructure haben wir den besten Partner gefunden, um zusätzliche Mittel für das künftige Wachstum unseres Unternehmens bereitzustellen und damit unseren FTTH-Rollout zu beschleunigen. Mit dieser massiven Investition in die Glasfaserinfrastruktur bringen wir das Internet in Gigabit-Geschwindigkeit zu den Menschen, beginnend in Berlin/Brandenburg, Sachsen-Anhalt und darüber hinaus", sagt Alexander Lucke, Gründer und Geschäftsführer von DNS:NET.

Deutschland hinkt bei der FTTH-Einführung hinter den meisten europäischen Ländern hinterher - mit nur 14 Prozent Abdeckung heute im Vergleich zum europäischen Durchschnitt von 33 Prozent. Die wenigsten Haushalte verfügen aktuell über einen echten Glasfaseranschluss. Dabei ist klar, dass nur Glasfaser – also eine Datenübertragung mit Lichtgeschwindigkeit – den zukünftigen Anforderungen an die Performance genügt.

Daher ist auch das Ziel der Politik, jedem Haushalt in Deutschland einen Glasfaseranschluss zur Verfügung zu stellen. DNS:NET setzt das um, investiert in unterversorgte Regionen, baut und betreibt eigene Glasfasernetze bis in die Häuser der Kunden und liefert dort echte Gigabit-Anschlüsse.

Satellit ist führender TV-Empfangsweg in Deutschland

Das Satellitenfernsehen ist der führende Verbreitungsweg für TV-Inhalte in Deutschland. Mit 17,12 Millionen TV-Haushalten erreicht der Satelliten-Direkttempfang einen Marktanteil von 45,4 Prozent (2019: 17,28 Millionen bzw. 45,5 Prozent). Kabelfernsehen liegt mit 15,85 Millionen TV-Haushalten und einem Marktanteil von 42 Prozent weiterhin auf Platz zwei (2019: 16,10 Millionen bzw. 42,4 Prozent). IPTV erreicht 3,24 Millionen TV-Haushalte, was einen Marktanteil von 8,6 Prozent bedeutet (2019: 8,1 Prozent). Die Zahl der Terrestrik-Haushalte liegt bei 1,54 Millionen, der Marktanteil bei 4,1 Prozent (2019: 1,52 Millionen bzw. 4,0 Prozent).

Die Zahl der HD-Haushalte in Deutschland stieg 2020 auf 33,39 Millionen (2019: 31,96 Millionen). Damit empfangen 88 Prozent aller TV-Haushalte in Deutschland ihr Programm in HD-Qualität. Der Satellit ist dabei mit 15,34 Millionen erreichten Haushalten der führende Verbreitungsweg für HD-Fernsehen, gefolgt von Kabel mit 13,33 Millionen, IPTV (3,18 Millionen) und Terrestrik (1,54 Millionen). Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet das einen Anstieg von 1,4 Millionen HD-Haushalten in Deutschland. Trotz des deutlichen Wachstums empfangen 4,4 Millionen Haushalte ihr TV-Programm immer noch ausschließlich in SD-Auflösung.

Das sind die Kernergebnisse des aktuellen [Astra TV-Monitors 2020](#), den das Marktforschungsinstitut Kantar jährlich im Auftrag von Astra erhebt. Dieses Bild ergab sich basierend auf 37,75 Millionen TV-Haushalten in Deutschland (2019: 37,97 Millionen). Die Befragung der deutschlandweit insgesamt 6.004 Haushalte fand Ende 2020 statt. Bei der Auswertung wurde jeweils der Erstempfangsweg berücksichtigt, also das Hauptempfangsgerät der Haushalte.

TV-Geräte-Markt: UHD-Anteil steigt auf 75 Prozent

Der Anteil von Ultra-HD-Fernsehern (UHD) am TV-Gesamtmarkt legt weiter zu. Im ersten Quartal 2021 wurden insgesamt rund 1,45 Millionen Fernsehgeräte in Deutschland verkauft. Davon entfielen 1,1 Millionen auf UHD-TVs, das entspricht einem UHD-Anteil von 75 Prozent (Q1 2020: 70 Prozent), wie die Deutsche TV-Plattform unter Berufung auf GfK-Zahlen berichtet.

Die UHD-Absatzzahlen in den ersten drei Monaten bewegten sich auf vergleichbarem Niveau zu den Zeiträumen der Jahre 2020 und 2019. Insgesamt wurden in Deutschland seit 2014 bis Ende März dieses Jahres rund 20,5 Millionen ultrahochauflösende Flachbildschirme verkauft.

Nahezu alle (97 Prozent) der im 1. Quartal 2021 abgesetzten UHD-Fernseher unterstützen mindestens ein Verfahren für High Dynamic Range (HDR) und können Inhalte deshalb mit deutlich größerem Kontrastumfang sowie natürlicheren Farben in feineren Abstufungen darstellen. 77 Prozent (845.000) der HDR-Displays beherrschen neben den statischen HDR-Standards HDR10 und HLG (Hybrid Log Gamma) auch dynamische HDR-Verfahren wie Dolby Vision oder HDR10+.

"Im ersten Quartal 2021 wurden gleich zwei Meilensteine erreicht: Drei von vier gekauften Fernsehern sind UHD-Geräte, und die Schallmauer von insgesamt 20 Millionen verkauften UHD-Displays in Deutschland wurde durchbrochen. Dadurch sind immer mehr Zuschauer in der Lage, Inhalte in UHD-HDR-Qualität zu genießen. Für Sender und Produzenten ist das eine sehr gute Basis, um kontinuierlich mehr Serien, Filme, Sportevents und Live-Shows in UHD zu produzieren", sagt Carine Chardon, Geschäftsführerin der Deutschen TV-Plattform und des ZVEI-Fachverbands Consumer Electronics.

Sony integriert HD+ direkt in Fernseher

Sony integriert den direkten Zugang zur TV-Plattform HD+ in alle Google-TV-Modelle ab 2021. Die Implementierung soll in den kommenden Monaten abgeschlossen werden. Im Gegensatz zu Panasonic, Samsung und Vestel, die HD+ über die HbbTV OpApp in ihre Fernseher integrieren, setzt Sony dafür eine eigens entwickelte Android-App ein, wie ein HD+-Sprecher gegenüber MediaLABcom erklärte.

Neben TV-Sendern in HD- und Ultra-HD-Bildqualität (UHD) stehen den Zuschauern interaktive Zusatzfunktionen wie der Neustart laufender Programme, direkter Zugriff auf die Mediatheken und der TV-Guide zur Verfügung. Wenn die gerade laufende Sendung in UHD-Auflösung verfügbar ist, wird ein Hinweis auf dem Bildschirm eingeblendet.

"Mit Sony integriert ein sehr wichtiger Partner standardmäßig HD+ in seine TV-Modelle. Inzwischen ist HD+ in mehr als jedem zweiten in Deutschland neu verkauften UHD-Fernseher bereits an Bord. Die Hersteller rücken damit die wachsende Bedeutung von HD+ als wichtiges Verkaufsargument für ihre Vermarktung in den Vordergrund", sagt Georges Agnes, Geschäftsführer bei HD+.

Thilo Röhrig, Commercial Director bei Sony Deutschland, erklärt: "Die HD+-App ist ein großer Pluspunkt, denn sie ergänzt unser umfangreiches Angebot an vorinstallierten Apps, bietet viele Komfortfunktionen und verschafft dem Nutzer Zugang zu Fernsehsendern in HD-Qualität sowie in Ultra-HD. Von diesem Mehrwert durch die Integration von HD+ profitieren auch unsere Handelspartner."

"Die Rückmeldung aus den Flächen- und Fachmärkten an uns ist eindeutig: Für die Verlängerung von HD+ kehren Käufer in aller Regel in das Geschäft zurück, in dem sie das TV-Gerät gekauft haben", fügt Agnes hinzu. „Die Integration von HD+ bietet Händlern damit nicht nur die Möglichkeit, Kunden für neue Angebote zu begeistern, sondern eröffnet auch zusätzliche Umsatzpotenziale und eine stärkere Kundenbindung."

Die Käufer von Sony-UHD-Geräten können HD+ auf neuen Fernsehern bei der Ersteinrichtung aktivieren und ohne zusätzliche Geräte wie Receiver oder HD+-Modul auf das Senderangebot von HD+ zugreifen. Außerdem können sie in der sechsmonatigen kostenlosen und registrierungsfreien Testphase die Zusatzfunktionen nutzen.

ClipMyHorse.TV startet im "trendSports"-Paket bei Sky und HD+

Mit ClipMyHorse.TV ist am 2. April 2021 ein Pay-TV-Sender für Pferdesport gestartet. Das Programm ist in HD-Bildqualität im "trendSports"-Paket auf dem Astra-Satellitensystem (19,2° Ost) bei Sky und HD+ zu empfangen; die Verbreitung erfolgt auf Transponder 30 (11.656 V, SR 22.000, FEC 2/3).

Betrieben wird der Sender gemeinsam von der ClipMyHorse.TV Operations GmbH aus Wiesbaden und der Sportdigital TV Sende- und Produktions GmbH aus Hamburg. Hinter ClipMyHorse.TV stehen als wichtigste Gesellschafter der Unternehmer Klaus Christian Plönzke und Ludger Beerbaum, vierfacher Olympiasieger im Springreiten.

"Der Sendestart von ClipMyHorse.TV ist ein weiterer wichtiger Schritt, unser Angebot zu erweitern und neben Sportdigital Fußball und EDGEsport nun einen dritten Sender mit einer großen Fanbasis und höchst attraktiven Zielgruppen vermarkten zu können", sagt Sportdigital-Geschäftsführer Gisbert Wundram.

Klaus Christian Plönzke, Gründer und Hauptgesellschafter von ClipMyHorse.TV, erklärt: "Ich freue mich sehr, dass wir mit Sportdigital einen erfahrenen und kompetenten Partner für die technische Abwicklung sowie den Vertrieb und die Vermarktung unserer hochwertigen Inhalte von ClipMyHorse.TV als lineares 24/7-TV-Angebot in HD-Qualität gefunden haben."

Auf dem Programm stehen alle Themen rund um Pferdesport, wie zum Beispiel Dressur- und Springreiten, Pferdezucht oder das tägliche Training. Außerdem gibt es Live-Events mit den Prüfungen internationaler Dressur- und Springreitturniere. ClipMyHorse.TV liefert auch Geschichten und Einblicke aus der Pferdesportwelt in Dokumentationen und Magazinen.

M7 holt National Geographic Wild HD

M7 Deutschland bietet seinen Partnern seit 1. April 2021 den Dokumentationskanal National Geographic Wild HD zur Verbreitung an. Der Pay-TV-Sender erweitert das "FamilyHD"-Paket. Die rund 140 Netzbetreiber, die M7 in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Luxemburg mit TV-Sendern und Plattforddiensten versorgt, können National Geographic Wild HD ihren Kunden via Kabel und IPTV zugänglich machen. National Geographic Wild HD ergänzt das Programm von National Geographic HD, das M7 seinen Partnern bereits anbietet.

"Mit National Geographic Wild HD nehmen wir im Zuge unserer Qualitätsoffensive einen weiteren attraktiven Neuzugang in unser Senderportfolio auf, der die Programmvierfalt im 'FamilyHD'-Paket vergrößert. National Geographic HD und National Geographic Wild HD sind zwei starke Marken, mit denen unsere Partner im Wettbewerb punkten können", sagt Marco Hellberg, Geschäftsführer von Evisio Germany, dem M7 Business Partner in Deutschland.

Sky verlagert Blue Movie ins Netz

Der Pay-TV-Veranstalter Sky Deutschland bringt sein Erotikangebot Blue Movie neuerdings übers Internet auf die Bildschirme. Die Satellitenkanäle Blue Movie, Blue Movie 1, Blue Movie 2 und Blue Movie 3 auf Astra (19,2° Ost) wurden daher abgeschaltet, wie eine Sky-Sprecherin gegenüber MediaLABcom bestätigte.

Seit dem 11. März 2021 können die Blue-Movie-Inhalte ausschließlich über die vorinstallierte "Blue Movie 18+"-App auf dem Sky-Q-Receiver sowie im Web über www.bluemovie.net abgerufen werden, erklärt die Sprecherin.

Sky reagiert damit auf die steigende Nutzung des Abrufangebots von Blue Movie. "Mit der digitalen Verfügbarkeit stehen für unsere Sky-Kunden im Online-Katalog jederzeit tausende Titel auf Abruf zur Verfügung. Rund um die Uhr – ohne feste Sendezeiten", fügt die Sprecherin hinzu.

Disney+ startet auf Sky Q

Sky bietet den Streaming-Dienst Disney+ ab sofort als App auf seiner Multimedia-Box Sky Q in Deutschland und Österreich an. In Kürze soll die Disney+-App auch beim Sky-Ticket-TV-Stick verfügbar sein. Die Inhalte von Disney+ erscheinen auf der Bedienoberfläche von Sky Q neben den Sky-Programmen und Inhalten weiterer Partner. Im Sommer sollen Disney+-Inhalte zudem in die Sky-Q-

Suche integriert werden. Bestehende Kunden von Disney+ erhalten Zugang über ihre Benutzerdaten. Wer noch kein Abo hat, registriert sich unter www.disneyplus.com.

Mit Disney+ baut Sky das Angebot an Dritt-Apps bei Sky Q weiter aus, das unter anderem bereits ARD, ZDF, Netflix, Amazon Prime Video, Spotify und DAZN umfasst. Im Sommer kommt RTL TVNow dazu. Disney+ war im März 2020 in Deutschland gestartet, kann allerdings erst jetzt bei Sky erscheinen, weil der Streaming-Dienst durch einen Exklusivvertrag mit der Deutschen Telekom ein Jahr lang an MagentaTV gebunden war.

Springer startet "Bild"-TV-Sender via Kabel, Satellit, IPTV

Der Medienkonzern Axel Springer startet vor der Bundestagswahl im September 2021 einen TV-Ableger seiner Boulevardzeitung "Bild". Der werbefinanzierte Free-TV-Sender soll via Kabel, Satellit und IPTV sowie im Internet verbreitet werden; die Lizenz wurde bei der Medienanstalt Berlin-Brandenburg beantragt.

Kern ist ein am Vormittag beginnendes Live-Programm von täglich bis zu sechs Stunden mit Nachrichten und aktuellen Themen, das zeitgleich auch beim Dokumentationskanal N24 Doku ausgestrahlt wird. Außerdem sollen Dokumentationen, Reportagen und weitere Sendereihen laufen. Im Mittelpunkt stehen unter anderem Politik, Sport, Prominente, Verbrechen und Service-Themen. Das laufende Programm kann bei aktuellen Themenlagen jederzeit für Live-Berichterstattung unterbrochen werden.

Produziert wird das Programm in einem neuen TV-Geschäftsbereich der WeltN24 GmbH, in der Springer künftig die Fernsehaktivitäten für WELT, BILD und N24Doku bündelt. Diese Unit erbringt unter anderem den technischen Sendebetrieb und die Sendeplanung, Distribution sowie den Programmeinkauf von Lizenzformaten.

Verantwortliche Geschäftsführer der WeltN24 GmbH sind Frank Hoffmann als Vorsitzender für die TV-Unit sowie Claus Strunz, der in dieser Funktion auch Programmchef des Senders wird. Strunz ist außerdem Geschäftsführer TV/Video bei Axel Springer und Mitglied der "Bild"-Chefredaktion.

"Wir wollen Fernsehen machen, das Menschen nicht belehrt, sondern zeigt, was ist. Das Menschen eine Stimme gibt und ihnen aus der Seele spricht. 500 'Bild'-Reporter im ganzen Land werden unsere Zuschauer mitnehmen, ihnen live zeigen und erzählen, was geschieht, aber ihnen auch zuhören und sie zu Wort kommen lassen, wo immer sie betroffen sind", sagt "Bild"-Chefredakteur Julian Reichelt.

Strunz erklärt: "Unser Anspruch ist: Wann immer etwas passiert, das unsere Zuschauerinnen und Zuschauer bewegt, ist BILD live dabei. Ich freue mich darauf, dieses Ziel gemeinsam mit einem großartigen Team in die Tat umzusetzen."

1&1 holt HGTV HD und Tele 5 HD ins TV-Angebot

Das Telekommunikationsunternehmen 1&1 und Discovery Deutschland haben ihre Zusammenarbeit verlängert und erweitert. Das Abkommen ermöglicht 1&1 die Verbreitung aller Sender von Discovery Deutschland in seinem TV-Angebot. Neu kommen Home & Garden TV (HGTV) und Tele 5 in HD-Bildqualität hinzu. Die Free-TV-Kanäle DMAX, TLC, Eurosport 1, HGTV und Tele 5 sind auch weiterhin Teil des Basispakets.

Mit dem Zusatzpaket "1&1 HD TV Plus" können die Zuschauer die HD-Versionen der Sender empfangen. Außerdem bleiben Discovery Channel und Animal Planet Teil des Pakets "1&1 TV Dokumentation" sowie Eurosport 2 Teil von "1&1 TV Sport". Die Restart- und Replay-Funktionen ermöglichen den Zuschauern eine flexible Nutzung der Programme.

Aus 1&1 Drillisch wird 1&1

Die 1&1 Drillisch AG soll zukünftig unter dem Namen 1&1 AG firmieren. Ein entsprechender Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat wird den Aktionären auf der ordentlichen Hauptversammlung am 26. Mai 2021 zur Abstimmung vorgelegt.

Die heutige 1&1 Drillisch AG ist 2017 durch den Zusammenschluss der 1&1 Telecommunication SE und der Drillisch AG unter dem Dach der United Internet AG entstanden. Im Zuge von zwei Sachkapitalerhöhungen der damaligen Drillisch AG hat United Internet die Mehrheit an dem Unternehmen übernommen und hält heute 75,1 Prozent der Holdinggesellschaft 1&1 Drillisch AG.

"Der Zusammenschluss von 1&1 und Drillisch war eine wichtige strategische Entscheidung, durch die wir unsere Marktstellung deutlich gestärkt haben. In den letzten drei Jahren haben wir gemeinsam zahlreiche Synergien und Wachstumspotenziale gehoben und sind zu einem Team zusammengewachsen", sagt Ralph Dommermuth, CEO der 1&1 Drillisch AG. "Mit 1&1 besitzen wir eine der stärksten Marken im deutschen Telekommunikations- und Internetmarkt, die ein hohes Maß an Bekanntheit und Vertrauen genießt. Durch einen eindeutigen Auftritt wollen wir diese Markenstärke zukünftig auch am Kapitalmarkt effizient nutzen."

SES bündelt Aktivitäten in Deutschland unter Führung von Norbert Hölzle

Der Luxemburger Satellitenbetreiber SES bündelt die Aktivitäten im deutschsprachigen Markt und stellt das B2B- und B2C-Geschäft mit den operativen Marken Astra Deutschland und HD+ unter die Leitung des langjährigen SES-Managers Norbert Hölzle. Dafür wechselt er von Luxemburg zurück nach Deutschland und wird das gesamte Geschäft der SES in Deutschland, Österreich und der Schweiz verantworten.

Hölzle ist seit 2008 bei der SES tätig und wird gemeinsam im Team mit den Geschäftsführern Christoph Mühleib (Astra), Timo Schneckenburger und Georges Agnes (beide HD+) den Videobereich der SES im deutschsprachigen Markt strategisch ausbauen und weiterentwickeln.

"Wir fokussieren uns noch stärker auf die Bedürfnisse unserer Kunden und Zuschauer. Dazu bündeln wir unsere Kräfte und Ressourcen und werden neue Akzente mit innovativen Angeboten und Kooperationen setzen – insbesondere durch hybride Lösungen in Kombination mit anderen Verbreitungstechnologien. Diese wollen wir noch dieses Jahr in den Markt bringen, für die Vermarktung sind wir jetzt schon bestens positioniert: Der Satellit ist der führende TV-Empfangsweg in Deutschland und erreicht über 17 Millionen TV-Haushalte. Astra und HD+ sind etablierte und starke Marken in einem einzigartigen Ökosystems aus Sendern, Herstellern und Handelspartnern. Auf diese Aufgabe und auf die Zusammenarbeit mit meinen Kollegen freue ich mich ganz besonders", sagt Hölzle.

Swisscom holt Fix & Foxi TV zu blue TV

Der Kinder- und Familienkanal Fix & Foxi TV ist ab sofort auf der TV-Plattform blue TV des Schweizer Telekommunikationskonzerns Swisscom zu empfangen. Die Verbreitung erfolgt im Pay-TV-Paket "Top Deutsch+".

"Wir sind sehr stolz darauf, dass Fix & Foxi TV jetzt zur hochwertigen Auswahl an Kindersendern bei Swisscom blue TV gehört. Die Zusammenarbeit mit einem so großen und renommierten Anbieter ermöglicht es uns, mit unserem spannenden Edutainment-Programm viele neue Zuschauer zu gewinnen", sagt Armin Schnell, Executive Vice President Sales der Betreibergesellschaft Your Family Entertainment. Der Sender baut damit seine Reichweite in der Schweiz aus. Seit Juli 2020 ist Fix & Foxi TV bereits bei Quickline empfangbar.

Playground TV startet Kinder- und Familienkanal mit YFE

Der schwedische Streaming- und App-Anbieter Playground TV startet in Zusammenarbeit mit Your Family Entertainment (YFE) einen Kinder- und Familienkanal. "Die kleine Neun", so der Name, wird mit Zeichentrickserien aus dem YFE-Bestand bestückt, darunter "Fix & Foxi", "Die Drachenjäger" und "Sherm!". Zuschauer in ganz Europa können das deutschsprachige Angebot empfangen.

"Wir freuen uns sehr über die Zusammenarbeit mit Playground TV. Das Engagement der Plattform, Kindern in ganz Europa Zeichentricksendungen in ihrer Muttersprache digital zur Verfügung zu stellen und ihre Sprachkenntnisse zu fördern, passt perfekt zu unserem Fokus auf unterhaltsame und lehrreiche Inhalte", sagte Bernd Wendeln, COO von YFE.

RiC.today startet bei BossTV in den USA

RiC.today, die internationale Version des Kinderkanals RiC TV, ist ab sofort auf der Streaming-Plattform BossTV von Planet Earth TV in den USA empfangbar. Der englischsprachige Sender wird in HD-Qualität ausgestrahlt. BossTV bietet verschiedene TV-Pakete für iPhone, iPad, Apple TV, Android Phone und Android-TV-Geräte. Der Schwerpunkt liegt bei Filmen, Serien und Nachrichten in den Sprachen Englisch, Spanisch und Italienisch.

"Wir sind begeistert, dass RiC.today nun Teil unseres Programms bei BossTV ist. Wir werden bald ein Kinderpaket erstellen und RiC.today wird ein wichtiger Bestandteil dieses Angebots sein", sagt José Paternostro, Business Development Manager bei BossTV.

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](#)