

WILHELM.TEL UND DIE TELEKOM

THEO WEIRICH ÜBER EINE ÜBERRASCHENDE KOOPERATION

Kooperation und Konfrontation

Ausgabe 106 • Juli 2022

Sehr geehrte Damen und Herren,

Deutschland gehört in der EU zu den Top-3-Ländern mit der höchsten Dynamik im Breitbandausbau. Das ist doch mal was. Die aktuellen Zahlen zum Glasfaserausbau hat die Bundesnetzagentur in ihrem Jahresbericht kürzlich vorgestellt. Demzufolge stehen die Zeichen auf Wachstum. Dazu trägt die Erkenntnis bei, dass Kooperationen und Open Access besser für die Digitalisierung Deutschlands geeignet sind als Infrastrukturwettbewerb und Überbau.

Und wenn selbst so jemand wie Theo Weirich, der in der Vergangenheit in Richtung Deutsche Telekom kein Blatt vor dem Mund nahm, mit eben jener Telekom nun kooperiert, dann dürfte das doch wohl auch anderen gelingen. Weirich ist jedenfalls der Meinung, mit dieser Kooperation einen Standard gesetzt zu haben. Wie er das meint und die Details der Zusammenarbeit mit den Bonnern erklärt der wilhelm.tel-Geschäftsführer im Interview mit MediaLABcom.

Kein Wein ohne einen Tropfen Wasser: Die Netzbetreiber sind nämlich der Meinung, dass das Wachstum im Breitband einseitig zu ihren Lasten ginge und wollen daher die Unternehmen zur Kasse bitten, die ihre Netze nutzen. Seitdem sich die EU in diese Diskussion eingemischt hat, wird die Lage für die Diensteanbieter ernst.

Dagegen hat der Europäische Gerichtshof mit seinem Urteil zu Uploadfiltern voraussichtlich eine lang geführte Diskussion beendet. Rechtsexperte Ramón Glaß bewertet das Urteil des EuGH und erklärt, welche Folgen es haben könnte.

Noch einmal zurück zum Thema Kooperationen: Die Spekulationen über eine Fusion der Satellitenbetreiber SES und Eutelsat halten sich seit Jahren hartnäckig in der Branche. Danilo Höpfner sprach darüber in der neuen Folge des Podcasts „Medien im Visier“ mit Christoph Mühleib, Geschäftsführer der SES-Tochter Astra Deutschland. Dabei geht es auch um die Abschaltung mehrerer russischer TV-Kanäle und die Sicherheit der Satelliten vor Angriffen.

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

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

Inhalt

[„Das kann ein Großkonzern gar nicht so schnell nachmachen“: wilhelm.tel-Geschäftsführer Theo Weirich über die Kooperation mit der Deutschen Telekom](#)

[Zahntag für Netflix und Co.? Die Folgen des Tintenfischspiels](#)

[BNetzA-Jahresbericht: Breitbandmarkt wächst weiter](#)

[EuGH zu Uploadfiltern: Zulässige Vorrichtung, wenn Freiheit der Meinungsäußerung gewahrt](#)

[Medien im Visier – der Podcast von MediaLABcom](#)

[Veranstaltungshinweise](#)

[Kurzmeldungen](#)

„Das kann ein Großkonzern gar nicht so schnell nachmachen“:
wilhelm.tel-Geschäftsführer Theo Weirich über die Kooperation
mit der Deutschen Telekom

Marc Hankmann

Lange Zeit galt Theo Weirich als exzellenter Zitatgeber, wenn man auf der Suche nach Aussagen war, die der Deutschen Telekom richtig wehtaten. Der Geschäftsführer der wilhelm.tel GmbH nimmt kein Blatt vor den Mund. Umso erstaunlicher war es, als die Telekom und wilhelm.tel eine Kooperation ankündigten. Auch im Interview mit MediaLABcom bleibt sich Weirich treu. Ein Gespräch über „Equivalence of Input“, einen missbrauchten Gesetzgeber und Scheinriesen.

[Lesen Sie mehr](#)

Zahltag für Netflix und Co.? Die Folgen des Tintenfischspiels

Marc Hankmann

Die Netflix-Serie „Squid Game“ aus Südkorea sorgte weltweit für Aufsehen. Hunderte mehr oder weniger Freiwillige unterzogen sich diversen Spielen, die für alle bis auf zwei Teilnehmer tödlich endeten. Die beiden Kontrahenten standen sich am Ende im Squid Game, dem Tintenfischspiel, gegenüber, um den Sieger zu ermitteln.

[Lesen Sie mehr](#)

BNetzA-Jahresbericht: Breitbandmarkt wächst weiter

Marc Hankmann

Im Breitbandmarkt stehen alle Zeichen auf Wachstum: mehr Datenvolumen, mehr Breitbandanschlüsse, mehr Investitionen in die Netze. Selbst mehr SMS werden verschickt, wie man dem Jahresbericht der Bundesnetzagentur (BNetzA) entnehmen kann, was vermutlich an der verstärkten Nutzung der 2-Faktor-Authentifizierung liegt. Das große Ziel der Glasfaserrepublik ist aber noch weit entfernt.

[Lesen Sie mehr](#)

EuGH zu Uploadfiltern: Zulässige Vorrichtung, wenn Freiheit der
Meinungsäußerung gewahrt

RA Ramón Glaßl

Seit der Einführung von Uploadfiltern ist die Diskussion um sie groß: Rechteinhaber befürworten Uploadfilter, weil sie ihre Rechte schützen – andere wiederum sehen die Meinungs- und Informationsfreiheit gefährdet. Nun hat sich der Europäische Gerichtshof in einem Urteil mit der Frage der grundsätzlichen Zulässigkeit von Uploadfiltern auseinandergesetzt. Nach ihm sind Uploadfilter zulässig, weil ausreichend Garantien vorgesehen sind, um die Vereinbarkeit mit der Freiheit der Meinungsäußerung und der Informationsfreiheit zu gewährleisten. Zugleich betont er aber, dass bei der Umsetzung der Richtlinie auch die Mitgliedsstaaten in der Pflicht sind.

[Lesen Sie mehr](#)

Medien im Visier – der Podcast von MediaLABcom

Danilo Höpfner

Wie sicher ist der Satellit vor Angriffen?

Über die Zukunftsmodelle des Astra-Satellitenbetreibers SES, das gefühlte Ende des Satellitenradios, nicht enden wollende Fusionsgerüchte mit Eutelsat und die Abschaltung mehrerer russischer TV-Kanäle in Europa sprechen wir in der neuen Ausgabe von „Medien im Visier“ mit Christoph Mühleib, Geschäftsführer der SES-Tochter Astra Deutschland.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweise

Dr. Jörn Krieger

„Going Green“: Konferenz zu Nachhaltigkeit in der Medienindustrie

Die Deutsche TV-Plattform setzt nach zweijähriger Pause ihre Veranstaltungsreihe „Media Innovation Platform“ fort. Unter dem Motto „Going Green“ dreht sich die fünfte Ausgabe am 5. Juli 2022 in Berlin um Nachhaltigkeit bei der Produktion, Distribution und dem Empfang audiovisueller Medien.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Smart-TVs bleiben auf Wachstumskurs

In den ersten vier Monaten des Jahres ist der Anteil von Smart-TVs gemessen am Gesamtmarkt TV

weiter angestiegen. In diesem Zeitraum etwas mehr als 1,6 Millionen Fernsehgeräte in Deutschland verkauft, wie die Deutsche TV-Plattform unter Berufung auf GfK-Zahlen berichtet.

[Lesen Sie mehr](#)

„Das kann ein Großkonzern gar nicht so schnell nachmachen“:
wilhelm.tel-Geschäftsführer Theo Weirich über die Kooperation
mit der Deutschen Telekom

Marc Hankmann

Lange Zeit galt Theo Weirich als exzellenter Zitatgeber, wenn man auf der Suche nach Aussagen war, die der Deutschen Telekom richtig wehtaten. Der Geschäftsführer der wilhelm.tel GmbH nimmt kein Blatt vor den Mund. Umso erstaunlicher war es, als die Telekom und wilhelm.tel eine Kooperation ankündigten. Auch im Interview mit MediaLABcom bleibt sich Weirich treu. Ein Gespräch über „Equivalence of Input“, einen missbrauchten Gesetzgeber und Scheinriesen.

MediaLABcom: Herr Weirich, Anfang März 2022 gaben Sie die Kooperation mit der Deutschen Telekom bekannt. Sind die Vertragsverhandlungen inzwischen abgeschlossen? Steht die Kooperation?

Theo Weirich: Die Verhandlungen sind noch nicht abgeschlossen, aber die vertraglichen Details sind weitgehend klar. Daher gehe davon aus, dass die Zusammenarbeit zustande kommt.

MediaLABcom: Sie haben in der Vergangenheit in der Öffentlichkeit nicht mit Kritik an der Telekom gespart. Brach sich der Unmut auf Seiten der Bonner darüber zunächst einmal Bahn, bevor es zu Verhandlungen kam, oder war alles im Sinne einer gemeinsamen Zukunft vergeben und vergessen?

Theo Weirich: Nachtragend zu sein, hilft da wenig. Es war klar, dass auf Dauer ein Wettbewerb, der auf gegenseitiger Verdrängung beruht, gerade im teuren Infrastrukturausbau wenig Sinn ergibt. Und da sind die Telekom und wir, was die DNA betrifft, nicht so weit auseinander. Schließlich geht es in der Telekommunikation auch nicht mehr nur um den Landgewinn, sondern vielmehr um Kooperation.

MediaLABcom: Sind Sie eigentlich auf die Telekom zugegangen oder die Telekom auf Sie?

Theo Weirich: Wir haben bereits 2017 mit den Verhandlungen begonnen. Damals war ich in Bonn und habe mir die Ansprechpartner bei der Telekom herausgesucht. Nach einem Gedankenaustausch ging es recht schnell zur Sache, vor allem angetrieben durch den Ex-Telekom-Vorstand Dirk Wössner, sodass wir uns schnell auf ein Modell geeinigt hatten. Wir hatten damals bereits Kooperationen zur Durchleitung mit Telefónica und 1&1. Also wussten wir auch, wo die Themen liegen.

MediaLABcom: Kunden mit einem Glasfaseranschluss von wilhelm.tel sollen ab Ende 2022 auch Produkte der Telekom buchen können. Bleibt es bei diesem Fahrplan? Wie sehen die anderen Eckpfeiler der Kooperation aus?

Theo Weirich: Der Vertrag ist auf Gegenseitigkeit angelegt, das heißt, wenn die Telekom oder wir ausbauen, ermöglichen wir dem jeweils anderen den Wettbewerb. Wir stellen schon seit mehr als zehn Jahren einen Bitstromzugang, also einen BSA, zur Verfügung. Rund 25 bis 30 Prozent unserer Infrastruktur wird von Dritten genutzt. Wir haben also jede Menge Erfahrung damit.

Wichtig für den Vertrag mit der Telekom war die Anerkennung des ‚Equivalence of Input‘. Diese Regelung beinhaltet die Gleichbehandlung aller Endkundenvertragspartner; was wir uns gönnen, bekommen die Wettbewerber auch. Früher hat man Pönalen verwendet, aber das liegt den meisten TK-Anbietern nicht. Also haben wir vereinbart, dass wir die Telekom genauso behandeln wie wir uns selbst, was zum Beispiel die Delays bei Schadensmeldungen, Instandsetzungen oder die Überprüfung von Performance-Daten angeht.

MediaLABcom: Heißt das auch, dass die Telekom beispielsweise über Ihre Infrastruktur einen Internetzugang mit 1 Gbit/s anbieten kann oder gibt es hier Restriktionen?

Theo Weirich: Was die Provisionierung betrifft, ist die Telekom völlig frei. Es gibt natürlich auch Kriterien, die von der Performance abhängig sind, aber mit welchen Bandbreiten die Telekom ihre Angebote gestaltet, bleibt ihr überlassen. Ich gehe ohnehin davon aus, dass es langfristig in Glasfasernetzen nur noch Gigabit-Bandbreiten geben wird.

MediaLABcom: In welchen Bereichen galt es in den Verhandlungen mit der Telekom die größten Hindernisse zu überwinden?

Theo Weirich: Für die größten Hindernisse war die Telekom noch nicht einmal selbst verantwortlich, denn die lagen in ihrer Regulierung. Die Beantwortung der Frage, wie passt dieses oder jenes ins Regulierungsregime hinein, hat den Verhandlungsprozess schon verkompliziert, denn was die Telekom mit uns vereinbart, muss sie auch mit anderen vereinbaren können. Zudem ist die Telekom im Umbruch, da ist ein Paradigmenwechsel wie eine Fremdintegration von Netzdienstleistungen schon herausfordernd.

MediaLABcom: Im April 2021 kündigte die Telekom an, in Hamburg 540.000 Haushalte mit Glasfaser versorgen zu wollen. Sind Sie mit der Kooperation dem Überbau Ihrer Infrastruktur zuvorgekommen?

Theo Weirich: Wir sind seit 20 Jahren in der Metropolregion Hamburg tätig und haben in den vergangenen 15 Jahren rund 2.000 Kilometer Glasfaser verlegt. Das hört sich zunächst nicht nach sehr viel an, aber wir haben es hier mit der zweitgrößten Stadt Nordeuropas zu tun. In der Metropolregion haben wir gemeinsam mit willy.tel rund 420.000 Haushalte angeschlossen. Daran sehen Sie: Das ist kein Vorhaben, dass Sie von heute auf morgen umsetzen können.

Wir sind zurzeit in der Lage, pro Woche etwa 1.000 Wohnungen mit FTTH zu versorgen. Das ist die absolute Grenze, die logistisch noch umsetzbar ist. Wenn jemand behauptet, 540.000 Haushalte in zwei Jahren mit Glasfaser versorgen zu können, muss man immer nachfragen, was konkret gemeint ist. Und da werden die Leute recht schnell schmallippig, denn in der Regel sind ‚Homes passed‘ gemeint.

MediaLABcom: Wobei „Homes passed“ ja noch nicht einmal genau definiert ist. Die Glasfaser könnte zehn Meter vom Haus entfernt sein, es könnten aber auch 100 Meter sein.

Theo Weirich: Und wissen Sie, was das in Hamburg bedeutet? Eine Elbquerung dauert gerne mal sieben Jahre. Wenn Ihre Glasfaser unter dem Bürgersteig links von der Straße verläuft, die anzuschließenden Objekte aber rechts von ihr stehen, können Sie die Infrastruktur rechts von der Straße noch einmal bauen. Und das ist nicht nur in Hamburg so. In Großstädten können Sie im öffentlichen Bereich Straßen nur ganz selten queren.

Bei uns zählt der angeschlossene und versorgte Kunde. Nimmt man diese 420.000 Kunden mal zwei, erhält man unsere ‚Homes passed‘. Anhand der Tatsache, wie lange wir dafür gebraucht haben, unsere Infrastruktur aufzubauen, können Sie erkennen, was solche Ankündigungen wert sind. Wir ziehen es vor, den Kunden ohne große Ankündigung anzuschließen. Das ist glaubhafter. Die Norddeutschen geben nicht an, die bauen.

MediaLABcom: Im Infrastrukturwettbewerb mit der Telekom konnten Sie gegenüber VDSL mit höheren und stabileren Bandbreiten sowie niedrigeren Latenzen werben. Das fällt durch die Kooperation weg. Wie wollen Sie wilhelm.tel im Dienstewettbewerb mit der Telekom positionieren und welche Rolle wird dabei der Preis spielen?

Theo Weirich: Sie haben völlig recht. Unser Wettbewerbsvorteil fällt – zumindest im Festnetzbereich. Hier wird der Internetanschluss zum Commodity-Produkt. Aber wir bewegen uns weiter in einen integrierten Markt, in dem wir Konnektivität, Content und cloudbasierte Dienste etablieren. Wir bauen zurzeit das größte WiFi6-Netz für eine Metropole im Norden Mitteleuropas auf. Inzwischen haben wir dafür knapp 7.500 Antennen errichtet und werden noch einmal so viele bauen.

Das bedeutet Connectivity auf allen Ebenen, sodass unsere Kunden stets online sind, ohne sich permanent irgendwo neu einloggen zu müssen. Und das eröffnet natürlich auch neue Geschäftsmodelle. Lokale Clouddienste im Gigabit-on-the-Air-Standard werden den Mobilfunk grundlegend verändern. Das kann ein Großkonzern gar nicht so schnell nachmachen. Wir sind zum Beispiel in Norderstedt seit 2018 Modelkommune für Telemedizin mit Themen wie Telematik und Telemetrie. Seit 2016 haben wir Smart-Grid-Lösungen für intelligente Energienetze und haben in Norderstedt 40.000 Haushalte mit smarten Stromzählern ausgestattet.

MediaLABcom: Mit dem Thema Energie liegen Sie derzeit ja voll im Trend.

Theo Weirich: Auf jeden Fall. Vor zwei Jahren haben noch viele gesagt, das brauchen wir nicht, dynamische Tarife mit Abschaltung wird es in einem zivilisierten Land nicht geben. Das stellt sich mittlerweile etwas anders da. Daran sehen Sie aber auch, welche langen Vorlaufzeiten man benötigt. Und Sie müssen an etwas glauben, was sehr unwahrscheinlich ist und vom Gesetzgeber eventuell auch gar nicht verlangt wird. Ich habe ohnehin die Erfahrung gemacht, dass der Gesetzgeber vieles nur noch schlimmer macht.

MediaLABcom: Auf einen Preiskampf mit der Telekom wollen Sie sich also nicht einlassen?

Theo Weirich: Ich würde mal sagen, dass unser Preisniveau bereits sehr ambitioniert ist. Wir gehen davon aus, dass ein durchschnittlicher Haushalt durch die steigenden Energiepreise in Zukunft eine Mehrbelastung von 2.500 bis 3.000 Euro pro Jahr haben wird. Das kann man an den Terminmärkten nachvollziehen.

Für Telekommunikation stehen den Haushalten zwischen 350 und 400 Euro pro Jahr zur Verfügung. Ich gehe davon aus, dass dieses Budget reduziert werden muss, weil sich die Haushalte TK-Dienste sonst nicht leisten können. Das wird ein Problem werden.

MediaLABcom: Auf den Fiberdays 22 hieß es noch, Preiserhöhungen seien auch wegen der Inflation in der Baubranche unumgänglich.

Theo Weirich: Preise in einem wachsenden Markt zu erhöhen, ist wirtschaftlicher Selbstmord. Wir

operieren inzwischen aber auf abgeschriebenen Glasfasernetzen. Sie können sich vorstellen, was das bedeutet.

MediaLABcom: Der Mann, mit dem Sie die Verhandlungen zur Open-Access-Kooperation begonnen haben, Dido Blankenburg, ist nicht mehr bei der Telekom. Befürchten Sie, dass mit neuem Personal auch ein Strategiewechsel einhergehen könnte?

Theo Weirich: Ich antworte mal mit Einstein: Es ist möglich, aber unwahrscheinlich.

MediaLABcom: Open Access wird immer wieder als Heilmittel genannt, um Glasfasernetze auszulasten. In den Netzen des Joint Ventures Glasfaser Nordwest werden aber zum Beispiel nur die Produkte der Telekom und der EWE-Töchterunternehmen vermarktet. Und auch durch Aussagen wie vom Deutsche-GigaNetz-CEO Jan Georg Budden auf der ANGA COM, der seine Netze erst nach einigen Jahren für Dritte öffnen will, scheint dem Open Access ein gehöriges „Ja, aber...“ anzuhängen. Wie sehen Sie das? Ist Open Access eine schöne Theorie, die aber zu wenig praktikabel ist?

Theo Weirich: Open Access wird tatsächlich gerne als Allheilmittel gesehen, aber meiner Meinung nach macht Open Access nur im mehrgeschossigen Wohnungsbau Sinn, also in Städten. Dort wird man am Anfang eine Glasfaserinfrastruktur maximal zu 50 Prozent auslasten können. Mit einem BSA und Open Access kommt man auf bis zu 80 Prozent. Auf dem Land sieht das anders aus. Da liegen mehr als 75 Prozent der Kosten auf Seiten des Netzbetreibers. Warum sollte der sich verbrennen, damit es ein anderer warm hat?

Open Access wird an Bedeutung im Basisdienst für sich allein zunehmend an Bedeutung verlieren, da es sich von Anbieter zu Anbieter nur durch zwei Kriterien unterscheidet: Bandbreite und Latenz. Lediglich der OTT-Bereich ist dann entscheidend. Der wird aber generell durch andere Branchen bestimmt und die Wertschöpfung ist da eher geringer.

MediaLABcom: Wie müsste Ihrer Meinung nach gewährleistet werden, dass sich Netzbetreiber dem Open Access zu- und vom Überbau abwenden? Welche Rolle spielt dabei der Gesetzgeber? Den mögen Sie ja nicht unbedingt.

Theo Weirich: Ach, so würde ich das nicht sagen. Sehr häufig wird der Gesetzgeber auch richtig missbraucht, etwa bei der Digitalisierung der Energiewende. Um das entsprechende Gesetz, das vor ein paar Jahren erlassen wurde, hatte die gesamte Energiebranche gebettelt – mit der Folge, dass dann nichts mehr passiert ist, weil wir das schlimmste Datenschutzgesetz am Stromzähler haben, das es gibt. So etwas finden Sie noch nicht einmal in der Telekommunikation. Es führte lediglich dazu, dass sich die Messentgelte verzehnfacht haben. Das will natürlich keiner zahlen.

So etwas geschieht auch in der TK-Branche – Stichwort Mitverlegung, aus meiner Sicht der Überbau im Kleinen. Das Recht auf Mitverlegung hat nur dazu geführt, dass viele abgewartet haben, bis einer anfang, ein Netz aufzubauen, um dann mitzuverlegen. Aber wo findet denn Überbau überhaupt statt? Doch nur da, wo sich ein Netzbetreiber querstellt, andere auf seine Infrastruktur zu lassen.

MediaLABcom: Aus Ihrer Sicht ist Überbau also gar nicht so schlimm?

Theo Weirich: Überbau ist das einzige System, das funktioniert. Wir haben auch andere überbaut. Heute wird der Überbau von Privatinvestoren getrieben, die ihr Geld schnell in den Immobilienbereich anlegen wollen. Immobilien selbst sind zu teuer geworden, also stecken sie ihr Geld in Glasfasernetze und hoffen, dass irgendwann aus den ‚Homes passed‘ ‚Homes connected‘ werden.

Aus meiner Sicht ist der Überbau daher auch nur ein temporäres Phänomen. Wenn die Zinsen steigen, und das zeichnet sich ja gerade ab, ergibt dieses Geschäftsmodell keinen Sinn mehr. Dann findet Überbau wirklich nur noch da statt, wo man sich nicht einigen kann. Aber die Leute werden vernünftiger. Wir haben es mit der Telekom ja auch hinbekommen uns zu einigen.

MediaLABcom: Die Netzbetreiber, die Glasfasernetze bauen, sind meistens Mittelständler, die vor Kooperationen mit Großkonzernen zurückschrecken oder in der Vergangenheit damit schlechte Erfahrungen gemacht haben. Können Sie diesen Unternehmen die Angst vor der Telekom nehmen?

Theo Weirich: Sie kennen sicherlich Michael Endes ‚Jim Knopf und Lukas, der Lokomotivführer‘. Dort taucht der Scheinriese Herr Tur Tur auf, der seine freundliche Art offenbart, je näher man ihm kam. Das ist hier auch so. Mit etwas Zeit, einer gewissen Portion Humor und Selbstironie kann man auch mit einem Scheinriesen Augenhöhe herstellen. Ansonsten gibt es da kein Risiko, außer der Zeit, die man schlimmstenfalls vergeudet.

MediaLABcom: In der Pressemitteilung der Telekom zur Kooperation mit wilhelm.tel werden Sie mit der Aussage zitiert, einen gemeinsamen Standard geschaffen zu haben, der eine breite und freie Auswahl von Festnetzprodukten zur Verfügung stelle. Was beinhaltet dieser Standard konkret, quasi als Blaupause für andere Netzbetreiber, die nach Open-Access-Modellen suchen?

Theo Weirich: Das Bitstrom-Layer-2-Modell, das wir gewählt haben, ist ja bereits standardisiert und von

allen führenden TK-Unternehmen akzeptiert. Damit haben wir eine Blaupause. Ich glaube, wir sind die einzigen, die das in Deutschland in großem Stil machen. Der Unterschied liegt nur darin, dass wir das Modell auf Glasfaser umsetzen.

Dadurch ist der Standard ganz simpel: Es gibt nur die Bandbreite, 1 Gbit/s, 2,5 oder 3 Gbit/s usw., eine Latenz von unter 10 Millisekunden oder gar von unter zwei Millisekunden, je nachdem wie man das festlegt, und Prozesse zur Provisionierung, Entstörung usw. Das sollte auch nicht reguliert, sondern eher wie eine Industrienorm gehandhabt werden. Daher treten wir im Bundesverband Glasfaseranschluss dafür ein, diese Norm offen darzustellen.

MediaLABcom: Wie schnell wird Ihre Partnerschaft mit der Telekom Schule machen?

Theo Weirich: Der Drang der Telekom, unsere Kooperation zu veröffentlichen, war relativ stark. Die Resonanz darauf war sehr groß. Ich wurde von einigen aus dem Markt gefragt, wie die Einigung so schnell zustande kam. Dabei haben wir ja seit 2017 darüber verhandelt, wir haben es nur nicht an die große Glocke gehängt. Ich glaube, wer jetzt mit der Telekom Open Access macht, wird unseren Vertrag hinzuziehen. Da wird es keinen anderen Vertrag mehr geben, sodass solche Kooperationen in Zukunft Standard sein werden.

Ich gehe darüber hinaus davon aus, dass es zu Kooperationen in anderen Infrastrukturbereichen kommen wird. Wir bereiten dazu gerade entsprechende Verträge vor. Da geht es um Fragen des Eigentums und der Anlagenwerte. Wenn ich meine Assets, wie zum Beispiel einen Schacht, mit einem Dritten teile, muss gewährleistet sein, dass sie gut verwaltet werden.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Die Netflix-Serie „Squid Game“ aus Südkorea sorgte weltweit für Aufsehen. Hunderte mehr oder weniger Freiwillige unterzogen sich diversen Spielen, die für alle bis auf zwei Teilnehmer tödlich endeten. Die beiden Kontrahenten standen sich am Ende im Squid Game, dem Tintenfischspiel, gegenüber, um den Sieger zu ermitteln.

Nicht nur der Serienplot wurde hitzig diskutiert, sondern auch die Beliebtheit der Serie. Die hohen Abrufzahlen sorgten in Südkorea dafür, dass die Regierung über regulatorische Maßnahmen nachdenkt, wie die Verursacher des Datenverkehrs an den Netzwerkkosten beteiligt werden können. Da bekommen Netzbetreiber in Europa natürlich große Ohren.

Marktposition und Verhandlungsmacht

Mitte Februar 2022 meldeten sich die Chefs von Vodafone, Orange, Telefónica und der Deutschen Telekom in einem öffentlichen Schreiben zu Wort. Darin beschreiben sie die derzeitige Situation als nicht nachhaltig. „Die Investitionslast muss angemessener verteilt werden“, meinen sie. Video-Streaming, Gaming und Social Media seien für 70 Prozent des Datenverkehrs verantwortlich. Die Datenmenge steige jährlich um die Hälfte an.

„Digitale Plattformen profitieren von ‚Hyperscaling‘-Geschäftsmodellen zu geringen Kosten, während die Netzbetreiber die erforderlichen Investitionen in die Konnektivität schultern“, beklagen sich die vier CEOs. Sie seien aufgrund der starken Marktposition und Verhandlungsmacht der Plattformbetreiber nicht in der Lage, faire Bedingungen auszuhandeln.

Größenverhältnisse

Laut einer Studie von Frontier Economics liegen die verkehrsbedingten Kosten, die von den großen digitalen Plattformen verursacht werden, für die europäischen TK-Unternehmen jährlich bei 36 bis 40 Milliarden Euro. „Bislang sind es die Endkundenumsätze der Telekommunikationsunternehmen, die den Netzausbau finanzieren – Internetunternehmen tragen so gut wie nichts dazu bei“, wettet die Telekom im eigenen Unternehmensblog.

Dort zitieren die Bonner eine weitere Studie von Axon, der zufolge Google, Facebook, Netflix, Apple, Amazon und Microsoft über die Hälfte des Datenverkehrs im Internet verursachen. Laut Axon ist deren Marktkapitalisierung dreißigmal höher als die der acht größten europäischen TK-Unternehmen. Die mussten seit 2015 Umsatzrückgänge von sieben Prozent hinnehmen, wohingegen die sechs Internetriesen ihre Umsätze um 500 Prozent vergrößern konnten.

Fällt Europa zurück?

Die Netzbetreiber befinden sich laut Axon in einer Zwickmühle. Auf der einen Seite müssen sie die Nachfrage der Konsumenten nach datenintensiven Anwendungen befriedigen, können aber wegen des Wettbewerbs die Preise nicht ohne weiteres erhöhen. Auf der anderen Seite seien sie aufgrund der Marktmacht der Internetkonzerne und fehlender regulatorischer Vorgaben für einen faireren Wettbewerb nicht in der Lage die IP-Transitgelte zu erhöhen.

Ein Ende des Datenzuwachses ist nicht zu erkennen, weshalb die TK-Konzerne befürchten, dass Europa zurückfällt und die Qualität der Onlinenutzung abnehmen wird. Die Investitionen in den Glasfaserausbau und in 5G seien immer schwieriger zu stemmen und letztendlich habe dadurch auch der Klimaschutz das Nachsehen.

Mittelständler sehen Forderungen kritisch

Inzwischen fallen die Forderungen der TK-Konzerne in Brüssel auf fruchtbaren Boden. EU-Digitalkommissarin Margrethe Vestager äußerte sich Anfang Mai 2022 ganz im Sinne der Konzerne. Sie wolle sich den Markt genauer anschauen und im Falle von ungleichen Bedingungen eine Beteiligung der Internetkonzerne an den Netzkosten fordern. Auch der EU-Rat spricht in einem Programmentwurf für die „Digitale Dekade“ von einem fairen und angemessenen Beitrag derjenigen, die von der digitalen Transformation profitieren.

Der Argumentation der TK-Konzerne folgen aber nicht alle Netzbetreiber. Gerade kleine und mittelständische TK-Unternehmen befürchten, dass eine Beteiligung von Big Tech an den Netzkosten eher nur den großen TK-Konzernen Vorteile brächte, zumal derzeit völlig unklar ist, wie eine solche Beteiligung konkret aussehen würde. Die Axon-Studie nennt zwar mögliche Ansätze, geht aber nicht darüber hinaus.

Gleichzusetzen mit Trump

Anfang Juni 2022 meldeten sich auch mehrere NGOs wie etwa der Chaos Computer Club in einen offenen Brief zu den Überlegungen der EU-Kommission zu Wort und kritisieren diese. „Inhalts- und Anwendungsanbietern für die Nutzung der Internetinfrastruktur Gebühren aufzuerlegen, würde die Netzneutralität in der Europäischen Union untergraben und ist mit dem Versuch der Trump-Regierung vergleichbar, die Netzneutralität in den USA zu unterlaufen“, heißt es in dem Brief.

Die Diskussion bestehe nun seit zehn Jahren und bislang hätten Regierungen, Gesetzgeber und Regulierer auf der ganzen Welt den Forderungen der Infrastrukturbetreiber stets widersprochen, heißt es weiter. „Es hat sich nichts geändert, was dieses Mal eine andere Antwort rechtfertigen würde.“

Open Connect

Und natürlich halten die Internetkonzerne ebenfalls nichts von den Überlegungen der EU. Netflix teilt mit, dass der Streaming-Anbieter seinen Beitrag leiste, damit er keine Last für Netzbetreiber sei. Als Beispiel nennt Netflix das Content Delivery Network Open Connect, das im Rahmen der „Alliance for Open Media“ entwickelt wurde, und das Netzbetreibern weltweit kostenlos zur Verfügung steht. Laut Netflix reduziere Open Connect den Datenverkehr um 95 Prozent und habe 2020 Kosten in Höhe von 1,2 Milliarden US-Dollar eingespart.

Vor allem aber spielt Netflix die Kulturkarte und bezieht sich dabei auf den Serienhit „Squid Game“. Weltweit habe jeder zehnte Breitbandhaushalt die Serie gesehen. Es gäbe aber noch viel mehr aus der koreanischen Kultur zu erzählen und Netflix ermögliche den Zugang zu diesen Geschichten. Was für Südkorea gilt, gilt natürlich für jedes andere Land auch.

Netflix: Gatekeeper wollen abkassieren

Den Netzbetreibern wirft Netflix vor, sowohl beim Kunden als auch bei den Internetkonzernen abkassieren zu wollen. „Während tausende Internet Service Provider die Vorteile von Open Connect nutzen, ist einer der größten koreanischen ISP auf diesem Auge unglücklicherweise blind. Warum?“, fragt Sharon Chan, Director of Communications Asia-Pacific bei Netflix, rhetorisch.

Für Chan ist „Squid“ Game erst der Anfang. Doch man sei inzwischen an einem Punkt angekommen, an der Internet-Gatekeeper entscheiden könnten, ob die nächste große Geschichte aus Korea erzählt werden könne – oder eben nicht. Das Kräftemessen zwischen den TK- und Internetkonzernen, die beide nicht ohne den anderen können, wird noch eine Weile weitergehen.

BNetzA-Jahresbericht: Breitbandmarkt wächst weiter

Marc Hankmann

Im Breitbandmarkt stehen alle Zeichen auf Wachstum: mehr Datenvolumen, mehr Breitbandanschlüsse, mehr Investitionen in die Netze. Selbst mehr SMS werden verschickt, wie man dem Jahresbericht der Bundesnetzagentur (BNetzA) entnehmen kann, was vermutlich an der verstärkten Nutzung der 2-Faktor-Authentifizierung liegt. Das große Ziel der Glasfaserrepublik ist aber noch weit entfernt.

Die Zahl der Breitbandanschlüsse stieg nach Angaben der BNetzA bis zum Jahresende 2021 auf insgesamt rund 36,9 Millionen. „Somit verfügten zu diesem Zeitpunkt ungefähr 90 Prozent der Haushalte in Deutschland über einen Breitbandanschluss“, heißt es im Bericht. Das bedeutet allerdings nicht viel, denn für die BNetzA beginnt Breitband bei sage und schreibe 144 kbit/s (!). Damit orientiert sie sich an den Vorgaben der EU-Kommission.

2,6 Millionen FTTB/H-Anschlüsse

Somit ist es auch kein Wunder, dass immer noch der Großteil der Breitbandanschlüsse den DSL-Technologien zuzuschreiben sind – insgesamt 25,4 Millionen (69 Prozent). Auf HFC-Netze entfielen im vergangenen Jahr 8,8 und auf FTTB/H 2,6 Millionen Anschlüsse. Die teilen sich in 1,7 Millionen FTTH- (65 Prozent) und 0,9 Millionen FTTB-Anschlüsse (35 Prozent) auf.

Das sind weit weniger als die vom Bundesverband Breitbandkommunikation (BREKO) errechneten 8,3 Millionen bzw. die 8,4 Millionen Glasfaseranschlüsse des Verbands der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM). Dabei betrachtet die BNetzA allerdings auch nur die tatsächlich abgeschlossenen Endkundenverträge. Zusammen mit den sogenannten Homes passed kommt die Bundesnetzagentur auf 8,9 Millionen FTTB/H-Anschlüsse – ein Plus von 2,2 Millionen im Vergleich zu 2021.

Konkurrenz durch VDSL und HFC

Damit ist auch klar, voran die Glasfasernetzbetreiber arbeiten müssen: Die Take-up-Rate. Sie lag laut BNetzA Ende 2021 bei 29 Prozent. Die Konkurrenz zu VDSL und HFC ist zu groß. Die BNetzA geht aufgrund der zunehmenden privatwirtschaftlichen Investitionen und Förderprogramme von Bund und Ländern davon aus, dass der derzeitige FTTB/H-Anteil von 7,1 Prozent (zum Vergleich: 5,5 Prozent im Jahr 2021) in den kommenden Jahren ansteigen wird.

Die VDSL-Konkurrenz kann seit 2018 ihren Anteil an der Gesamtmenge der Breitbandanschlüsse vergrößern bzw. von 2020 auf 2021 konstant halten. 70 Prozent der DSL-Anschlüsse basieren auf Vectoring. Den stärkeren Anstieg verzeichnen allerdings FTTB/H- und HFC-Anschlüsse. Sie legten von insgesamt 9,2 Millionen im Jahr 2018 auf 11,5 Millionen im Jahr 2021 zu.

Dennoch spielt gerade auf der Vorleistungsebene die Vectoring-Technologie eine große Rolle. „Sie führte in den letzten Jahren zu einer deutlich gestiegenen Nachfrage nach spezifischen VDSL-Vorleistungsprodukten der Deutschen Telekom AG“, schreibt die BNetzA. Im Jahr 2021 nahm die Anzahl der Vorleistungen im Segment Bitstrom um rund fünf Prozent gegenüber dem Vorjahr zu. Resale-Vorleistungen blieben hingegen weitgehend konstant.

Nachfrage nach hohen Bandbreiten steigt

In Deutschland surfen noch 2,1 Millionen Haushalte mit weniger als 10 Mbit/s im Internet. Allerdings sinkt der Anteil in den unteren Bandbreiten. 2020 hatten noch 2,3 Millionen Haushalte einen Tarif mit weniger als 10 Mbit/s. Die Zahl der Haushalte mit mehr als 10 und weniger als 30 Mbit/s sank von 8,2 auf sieben Millionen und die mit mehr als 30 und weniger als 100 Mbit/s reduzierte sich von 14,1 auf 13,5 Millionen.

Dagegen stieg die Zahl der Haushalte mit Download-Geschwindigkeiten ab 100 Mbit/s bis 1 Gbit/s von 10,6 auf 12,9 Millionen. Sie macht einen Anteil von etwa 35 Prozent aus. In den HFC-Netzen liegt der Anteil jedoch bei 64 Prozent. Aber: „Der kontinuierliche Zuwachs schwächte sich deutlich ab und lag im Jahr 2021 bei nur noch 100.000 Anschlüssen“, erklärt die BNetzA in ihrem Bericht. Die Zahl der Haushalte, die 1 Gbit/s und mehr buchen, ist um 400.000 auf 1,4 Millionen gestiegen.

Mit rund 25.000 Haushalten, die einen Internetzugang via Satellit beziehen, bleibt dieses Segment im Vergleich zu den vorherigen Jahren konstant auf niedrigem Niveau. Die jahrelang andauernde Debatte um eine Förderung von Internet via Satellit im Zuge der Breitbandverfügbarkeit auch in entlegenen Regionen hat dazu beigetragen, dass sich in diesem Bereich nichts bewegt. Da verschaffte auch Elon Musks Starlink keine Abhilfe.

Steigende Umsätze

Die oft zitierte Goldgräberstimmung im Breitbandmarkt schlägt sich auf die Umsätze der Telekommunikationsunternehmen nieder. Sowohl die Telekom als auch deren Wettbewerber wie etwa die Kabelnetzbetreiber konnten steigende Umsätze vermelden. Laut BNetzA erwirtschaftete die Telekom 2021 25,1 Milliarden und die Wettbewerber 33 Milliarden Euro. Insgesamt stiegen die Umsätze im Vergleich zu 2020 um zwei Prozent.

Die Kabelnetzbetreiber setzten im vergangenen Jahr 6,05 Milliarden Euro um. 2020 waren es noch 5,94 und 2019 5,77 Milliarden Euro. Wie bei DSL- und FTTx-Netzen wird auch bei den Kabelnetzbetreibern der größte Teil der Umsätze über die Endkundenerlöse erzielt. Hier sind es 95 Prozent (zum Vergleich DSL/FTTx: 83 Prozent). In HFC-Netzen werden weniger Vorleistungsprodukte angeboten. Lediglich Vodafone und Tele Columbus bieten bislang Telefónica einen Zugang zu ihren Netzen an, was sich aber noch nicht in den Umsätzen widerspiegelt.

Investitionen fließen überwiegend in Netze

Insgesamt elf Milliarden Euro flossen in Sacheinlagen; zwei Prozent mehr als 2020. Allerdings liegt das vor allem an den Wettbewerbern der Telekom, die im Vergleich zu 2020 300 Millionen Euro mehr investierten (insgesamt 6,5 Milliarden Euro). Dagegen gingen die Investitionen der Telekom um 100 Millionen auf 4,5 Milliarden Euro zurück.

Dabei stecken die Telkos das Geld vornehmlich in ihre Netze. „Die Unternehmen investierten überwiegend in neue Breitband-Netzinfrastrukturen“, schreibt die BNetzA. Im vergangenen Jahr betrug ihr Anteil an den Gesamtinvestitionen ungefähr 70 Prozent. In den Erhalt bereits bestehender Netzinfrastrukturen flossen ca. 13 Prozent. „Die Investitionstätigkeit hat sich im Bereich des Festnetzes auf den Glasfaserausbau und die Aufrüstung der Kabelnetze auf Gigabit-Datenübertragungsraten konzentriert“, konstatiert die BNetzA.

Hungrige Internetsurfer

All das ist auch notwendig, denn der Datenhunger der Onlinebürger kennt ebenfalls nur das Wachstum. Bis Ende 2021 schätzt die BNetzA, dass insgesamt rund 100 Milliarden GB von den Verbrauchern genutzt wurden. Das entspräche pro Anschluss im Durchschnitt einem monatlichen Datenvolumen von ca. 226 GB. Zum Vergleich: Im Jahr 2020 lag der monatliche Datenverbrauch noch bei 186 GB.

Dieser Anstieg dürfte auch eine Folge der Coronapandemie und der damit einhergehenden gestiegenen Nutzung digitaler Anwendungen sein. Zusätzliche müsste noch der durch das IPTV-Angebot MagentaTV der Telekom verursachte Traffic hinzugerechnet werden, den die BNetzA in ihren Erhebungen nicht berücksichtigt.

Wenn nicht im vergangenen, so wird doch höchstwahrscheinlich in diesem Jahr die 100-Milliarden-GB-Grenze durchbrochen werden. Die Netzbetreiber tun also gut daran, ihre Netze auszubauen und vermehrt auf FTTB/H zu setzen – wenn die Netze nicht irgendwann aus allen Nähten platzen sollen.

EuGH zu Uploadfiltern: Zulässige Vorrichtung, wenn Freiheit der Meinungsäußerung gewahrt

RA Ramón Glaß

Seit der Einführung von Uploadfiltern ist die Diskussion um sie groß: Rechteinhabende befürworten Uploadfilter, weil sie ihre Rechte schützen – andere wiederum sehen die Meinungs- und Informationsfreiheit gefährdet. Nun hat sich der Europäische Gerichtshof in einem Urteil mit der Frage der grundsätzlichen Zulässigkeit von Uploadfiltern auseinandergesetzt. Nach ihm sind Uploadfilter zulässig, weil ausreichend Garantien vorgesehen sind, um die Vereinbarkeit mit der Freiheit der Meinungsäußerung und der Informationsfreiheit zu gewährleisten. Zugleich betont er aber, dass bei der Umsetzung der Richtlinie auch die Mitgliedsstaaten in der Pflicht sind.

Uploadfilter? Was ist das eigentlich?

Im Jahr 2019 wurde auf europäischer Ebene das Urheberrecht reformiert und die DSM-Richtlinie (EU 2019/790) trat in Kraft. Sie hatte sich zum Ziel gesetzt, das Urheberrecht an die neuen Realitäten anzupassen, Rechteinhaber besser zu schützen und eine Zersplitterung des Urheberrechts in den Mitgliedsstaaten zu verhindern.

Nach Art. 17 der DSM-Richtlinie sollen Plattformen dafür verantwortlich sein, wenn Nutzende auf Ihnen geschützte Werke rechtswidrig hochladen. Plattformen können sich von dieser Haftung jedoch befreien, wenn sie die von den Nutzenden hochgeladenen Inhalte aktiv überwachen, um das Hochladen von geschützten Werken zu verhindern. Hierbei handelt es sich beispielsweise um Inhalte, die nicht lizenziert sind oder die die Rechteinhabenden nicht über diese Dienste zugänglich machen wollen. Bis zum Inkrafttreten der DSM-Richtlinie im Jahr 2019 mussten Plattformen Inhalte erst dann löschen, wenn sie Kenntnis davon hatten, dass der Inhalt rechtswidrig hochgeladen wurde.

Da die Plattformen die hochgeladenen Inhalte aktiv überwachen müssen, stehen sie angesichts der schiereren Menge hochgeladener Inhalte vor enormen Herausforderungen. Um diese zu bewältigen, setzen sie das automatisierte Verfahren der Uploadfilter ein. Uploadfilter sind technische Vorrichtungen, die den hochgeladenen Inhalt automatisch prüfen und erkennen können sollen, ob durch ihn Rechte Dritter verletzt werden.

Polen: Art. 17 der DSM-Richtlinie ist nichtig

Nach Ansicht Polens verletze Art. 17 der DSM-Richtlinie die Freiheit der Meinungsäußerung und die Informationsfreiheit, welche in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union verbürgt sind. Polen befürchtet, wie auch andere Kritisierende, dass Uploadfilter eine Art vorbeugende Zensur darstellten und die Meinungsfreiheit unangemessen einschränkten.

Auch andere Kritisierende sehen durch Uploadfilter die Meinungsfreiheit eingeschränkt. So wird unter anderem befürchtet, dass Werke, die eigentlich rechtmäßig fremde Werke benutzen (Stichwort Pastiche, § 51a UrhG, oder Zitate), ebenfalls geblockt werden. Hierdurch könnte es zum sogenannten „Overblocking“ kommen, also der Sperre eigentlich rechtmäßiger Inhalte.

EuGH: Keine Gefahr für die Meinungsfreiheit durch Uploadfilter

Diese Bedenken hat der EuGH ebenfalls gesehen und dem Grunde nach anerkannt, dass die Pflicht zur Prüfung eine Einschränkung der Ausübung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Informationsfreiheit nach sich ziehen kann.

Der europäische Gerichtshof sieht diese Gefahr jedoch als gerechtfertigt an. Die Vorgaben der DSM-Richtlinie seien ausreichend klar, um das Recht auf freie Meinungsäußerung und Informationsfreiheit zu wahren. Insbesondere berücksichtigte der EuGH, dass Art. 17 DSM-Richtlinie vorsehe, dass seine Anwendung nicht zu einer Pflicht zur allgemeinen Überwachung führen dürfe. Auch die in Art. 17 DSM-Richtlinie vorgesehenen verfahrensrechtlichen Garantien würden das Recht der Nutzenden auf freie Meinungsäußerung und Informationsfreiheit schützen, selbst wenn die Plattformen irrtümlich oder ohne Grundlage zulässige Inhalte sperren sollten.

Zudem nimmt der EuGH auch die Mitgliedsstaaten in die Pflicht, die bei der Umsetzung von Art. 17 der DSM-Richtlinie darauf zu achten hätten, dass „sie sich auf eine Auslegung dieser Bestimmung stützen, die es erlaubt, ein angemessenes Gleichgewicht zwischen den verschiedenen durch die Charta geschützten Grundrechten sicherzustellen.“

Deutschland hat entsprechende Vorkehrungen getroffen

Deutschland hat dies bei der Umsetzung von Art. 17 der DSM-Richtlinie in nationales Recht berücksichtigt und beispielsweise Bagatellgrenzen für nutzergenerierte Inhalte mit geringem Umfang eingerichtet (siehe § 10 UrhDaG). Bei derartigen nutzergenerierten Inhalten wird widerleglich vermutet, dass ihre Nutzung gesetzlich erlaubt ist. Sie sollen also nicht von Uploadfiltern blockiert werden; ein Overblocking soll so verhindert werden.

Um unverhältnismäßige Blockierungen zu vermeiden, sind mutmaßliche Nutzungen zudem bis zum Abschluss eines Beschwerdeverfahrens grundsätzlich öffentlich wiederzugeben. Auch sieht das deutsche Recht Rechtsbehelfe bei internen und externen Beschwerdestellen vor, die sowohl Nutzenden als auch Rechteinhabenden offenstehen.

Fazit und Ausblick

Wenngleich die deutschen Regelungen bereits recht umfangreich vor Overblocking schützen sollen, unterscheidet sich das Schutzniveau in den unterschiedlichen Mitgliedsstaaten dennoch. Für Plattformen dürfte es derzeit also schwer sein, eine einheitliche europäische Lösung zu etablieren. Die Diskussion über die grundsätzliche Angemessenheit von Uploadfiltern jedoch dürfte durch das Urteil des Europäischen Gerichtshofs beendet sein.

Ramón Glaß 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.

Medien im Visier – der Podcast von MediaLABcom

Danilo Höpfner

Wie sicher ist der Satellit vor Angriffen?

Über die Zukunftsmodelle des Astra-Satellitenbetreibers SES, das gefühlte Ende des Satellitenradios, nicht enden wollende Fusionsgerüchte mit Eutelsat und die Abschaltung mehrerer russischer TV-Kanäle in Europa sprechen wir in der neuen Ausgabe von „Medien im Visier“ mit Christoph Mühleib, Geschäftsführer der SES-Tochter Astra Deutschland.

Die neue Podcast-Folge von „Medien im Visier“ finden Sie auf allen [führenden Plattformen](#).

Veranstaltungshinweise

Dr. Jörn Krieger

„Going Green“: Konferenz zu Nachhaltigkeit in der Medienindustrie

Die Deutsche TV-Plattform setzt nach zweijähriger Pause ihre Veranstaltungsreihe „Media Innovation Platform“ fort. Unter dem Motto „Going Green“ dreht sich die fünfte Ausgabe am 5. Juli 2022 in Berlin um Nachhaltigkeit bei der Produktion, Distribution und dem Empfang audiovisueller Medien.

Welche Ebenen der Wertschöpfungskette bergen besondere Potenziale für nachhaltiges Handeln? Den Auftakt der Konferenz gibt die Keynote der Direktorin des Seminars für Medien- und Technologiemanagement der Universität zu Köln, Prof. Dr. Claudia Loebbecke. Nach einem Impulsvortrag von Petra Sueptitz, Director Marketing & Consumer Intelligence der GfK diskutieren unter anderem Vertreter der ARD, Deutsche Telekom, RTL Deutschland, Seven.One Entertainment, Zattoo und ZVEI darüber, welche Ziele sich die Marktakteure in punkto Klimaschutz und Energieeffizienz setzen und was bereits erreicht wurde.

Moderiert wird die Veranstaltung von Dr. Jörn Krieger; die Teilnahme ist kostenfrei.

Infos & Anmeldung: www.tv-plattform.de/events/media-innovation-platform-5-going-green/

HbbTV Symposium and Awards 2022 startet Call for Speakers

Das 10. HbbTV Symposium and Awards am 9. und 10. November 2022 in Prag bietet eine Plattform, um die neuesten Entwicklungen in der Connected-TV-Branche zu präsentieren und zu diskutieren. Die HbbTV Association, die die Veranstaltung gemeinsam mit der tschechischen Association of Commercial Television (AKTV) ausrichtet, lädt Führungskräfte und Marktexperten dazu ein, sich mit einem Vortrag am Konferenzprogramm zu beteiligen. Vorschläge können bis 15. Juli 2022 über ein Online-Formular eingereicht werden.

Das HbbTV Symposium and Awards 2022 richtet sich an Plattformbetreiber, Rundfunkanbieter, Werbetreibende und Adtech-Firmen, Standardisierungsorganisationen und Technologieunternehmen und bietet Einblicke in neue und innovative Dienste für Zuschauer, Programmanbieter und Werbetreibende.

Infos: www.hbbtv.org/10th-hbbtv-symposium-and-awards-2022/

25. FRK-Breitbandkongress 2022: Finanzinvestoren - Partner oder Gegner von Mittelstand, Wohnungswirtschaft und Kommunen?

Die Rolle von Finanzinvestoren im Breitbandmarkt und die Perspektiven für mittelständische Netzbetreiber, Wohnungswirtschaft und Kommunen sind einer der Schwerpunkte des 25. FRK-Breitbandkongresses am 14. und 15. September 2022 in Leipzig.

Ramón Glaßl (Kanzlei Schallast & Partner) informiert über den aktuellen Stand der Verfassungsbeschwerde des FRK zu den Einspeiseentgelten. Der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte moderiert eine Podiumsdiskussion unter dem Titel „Finanzinvestoren: Chance oder Problem für mittelständische Netzbetreiber?“, bevor Theo Weirich (wilhelm.tel/BUGLAS) den Branchentreff am Abend mit einer Keynote über Kooperationsmöglichkeiten mit der Deutschen Telekom eröffnet – und diese bewertet.

Weitere Vorträge und Diskussionsrunden befassen sich mit der Kooperation zwischen Wohnungswirtschaft und Netzbetreibern, Einspeise- und Netznutzungsentgelten als Grundlage des Breitbandausbaus, der Koexistenz der Infrastrukturen Koax und Glasfaser in der NE4 sowie neuen Entwicklungen bei Plattformen, Technologien und Netzausbau. Begleitet wird der Kongress von einer Fachausstellung, in der führende Marktakteure ihre neuen Produkte und Dienstleistungen vorstellen.

Infos & Anmeldung: www.breitbandkongress-frk.de

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Smart-TVs bleiben auf Wachstumskurs

In den ersten vier Monaten des Jahres ist der Anteil von Smart-TVs gemessen am Gesamtmarkt TV weiter angestiegen. In diesem Zeitraum etwas mehr als 1,6 Millionen Fernsehgeräte in Deutschland verkauft, wie die Deutsche TV-Plattform unter Berufung auf GfK-Zahlen berichtet.

Nahezu alle diese Geräte sind smarte Fernseher (1,6 Millionen), die eine Nutzung von Apps oder Mediatheken ermöglichen. Der Anteil der Smart-TVs am Gesamtmarkt lag bei 96 Prozent und stieg damit um zwei Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (94 Prozent).

Weiter im Trend liegen Fernseher mit einer Bildschirmdiagonale von 55 Zoll und größer. Diese Gruppe macht mit etwa 700.000 verkauften Geräten knapp 44 Prozent des Gesamtmarkts aus. Mehr als 20 Prozent der Verbraucher entschieden sich für einen Fernseher mit einer Bildschirmdiagonale von mindestens 65 Zoll.

M-net startet Pay-TV-Pakete auf IPTV-Plattform

Der Glasfasernetzbetreiber M-net erweitert sein IPTV-Angebot M-net TVplus um Pay-TV-Pakete mit Spartenkanälen und Fremdsprachenprogrammen. Das Paket „Film+Serie“ enthält Kabel Eins Classics, Kinowelt TV, ProSieben Fun, Romance TV, RTL Crime, RTL Passion, Sat.1 Emotions, Silverline Movie Channel, Warner TV Film, Warner TV Serie und Warner TV Comedy. Im „Sport“-Paket sind auto motor + sport channel, ClipMyHorse.TV, Edge Sport, eSport1, Eurosport 2, fight24, Motorvision TV, Sport1+, Sportdigital Fußball und Waidwerk zu finden.

Das „Doku“-Paket umfasst Animal Planet, Bergblick, Crime+Investigation, Discovery Channel, Geo, History Channel, Marco Polo TV, RTL Living, Spiegel Geschichte und Curiosity Channel, während im „Kinder“-Paket Boomerang, Cartoon Network, Fix&Foxi, Junior TV, Nick Jr und RIC International enthalten sind. Die vier Genre-Pakete können einzeln für jeweils 6,90 Euro pro Monat oder als „Alles-drin-Paket“ mit allen 37 Sendern für 19,90 pro Monat Euro abonniert werden.

Darüber hinaus bietet M-net TVplus ab sofort vier neue Sprachpakete in Italienisch, Kroatisch, Spanisch und Türkisch. Mit dabei sind Sender wie RAI 1-3, HRT TV 1 HD, Balkan Music TV, CroTV HD, TVE, beIN Movies Türk HD, Kanal 7 Avrupa HD, Show Max HD und Show Turk HD. Der Bezug kostet jeweils zwischen 2,90 und 6,90 Euro pro Monat.

Schlager Deluxe baut Kabelverbreitung mit DNMG aus

Der Musikkanal Schlager Deluxe ist ab sofort in den Netzen von wilhelm.tel, willy.tel und ImmoMediaNet zu empfangen. Die Aufschaltung erfolgte im Zuge eines langfristigen Rahmenvertrags, den die Betreibergesellschaft High View mit der Deutschen Netzmarketing (DNMG) für die Kabelverbreitung in

den deutschsprachigen Ländern abgeschlossen hat.

Als nächster Schritt wird Schlager Deluxe ab 1. Juli 2022 bei NetCologne eingespeist, weitere Netzbetreiber folgen. Der Free-TV-Sender bietet ein breites Musikspektrum für Schlagerfans, das von aktuellen Hits, über Kult- und Partyschlager bis zu Deutsch-Pop reicht. Im Mittelpunkt stehen Songs der vergangenen fünf Jahre.

Ocilion kooperiert mit Carrierwerke

Die Signale und Produkte von Ocilion IPTV Technologies können künftig auch über den Dienstleister Carrierwerke bezogen werden. Für Kunden der beiden Unternehmen ergeben sich so Synergien, unter anderem in den Bereichen Netzkopplung und Vermarktung, wie Ocilion mitteilte. Beide Dienstleister sind Leistungspartner der BREKO Einkaufsgemeinschaft (EG), deren Mitglieder Vorzugskonditionen erhalten.

Ocilion verhilft mit seiner schlüsselfertigen, skalierbaren Lösung Netzbetreibern, Telekommunikations- und Energieanbietern zum eigenen IPTV-Angebot. Die IPTV-Plattform, Set-Top-Box, Fernbedienung sowie First- und Second-Screen-Apps lassen sich im Corporate Design des Netzbetreibers anpassen. Die Carrierwerke unterstützen unter anderem Stadtwerke und Energieversorger dabei, sich zu einem Internetanbieter zu entwickeln.

Dabei bildet die technische Dienstleistung die Basis der Leistungen. Hierzu zählt neben dem Betrieb des Breitbandnetzes auch die Lieferung von White-Label-Diensten wie Internet und Telefonie. Durch die Zusammenarbeit mit Ocilion können über diese Plattform zukünftig auch deren Signale und Produkte direkt eingebunden werden. Kunden der Carrierwerke haben so die Möglichkeit, neben Internet und Telefonie zukünftig auch IPTV zu beziehen.

„Um als Internetanbieter am Markt bestehen zu können, ist aus unserer Sicht ein sogenanntes Triple-Play-Angebot bestehend aus Internet, Telefonie und Fernsehen unerlässlich,“ sagte Michael Neska, Geschäftsführer der Carrierwerke. „Deshalb freut es uns sehr, dass unsere gemeinsamen Kunden zukünftig vereinfacht im Bereich IPTV die White-Label-Plattform von Ocilion nutzen können.“

Auch Ocilion-Geschäftsführer Hans Kühberger freut sich über die entstehenden Potenziale der Zusammenarbeit: „Ocilion liefert Netzbetreibern einen kompletten und schlüsselfertigen IPTV Dienst mit sehr leistungsfähigen Schnittstellen. Genau an diese Schnittstellen docken die Carrierwerke an. Ziel der Zusammenarbeit ist es, die Komplexität für den Netzbetreiber zu reduzieren und dank bestehender Bausteine auf beiden Seiten eine raschere gesamtheitliche Inbetriebnahme zu gewährleisten. Wir freuen uns auf die Kooperation mit den Carrierwerken.“

ShopLC startet bei Freenet TV

Der Teleshopping-Sender ShopLC ist ab sofort auf der DVB-T2-Plattform Freenet TV zu empfangen. Mit der Betreibergesellschaft Media Broadcast wurde ein langfristiger Vertrag abgeschlossen, mit dem sich ShopLC den letzten freien Programmplatz bei Freenet TV sichert. ShopLC ist im elektronischen Programmführer (EPG) auf Platz 30 zu finden und auf Platz 108 im hybriden OTT-Dienst Freenet TV Connect.

Mit der kostenfreien, unverschlüsselten Ausstrahlung bei Freenet TV erreicht ShopLC rund 2,5 Millionen Haushalte und folgt damit dem Beispiel seines britischen Schwesterkanals Shop TJC, der nach Angaben des Senders mit großem Erfolg auf der terrestrischen Plattform Freeview verbreitet wird.

ShopLC ist mit seinem auf Schmuck, Kosmetik und Mode spezialisierten Programm am 1. Juli 2021 in Deutschland gestartet. Der Free-TV-Sender ist über Astra (19,2° Ost), bei MagentaTV der Deutschen Telekom und in Kabelnetzen empfangbar. Die Kabelverbreitung wird über einen Rahmenvertrag mit der Deutschen Netzmarketing (DNMG) vorangetrieben.

WOW: Sky Ticket erhält neuen Namen

Sky Deutschland verpasst seinen Streaming-Dienst Sky Ticket den neuen Namen WOW. Der Dienst, der Zugang zum Sky-Angebot ohne langfristige Abo-Bindung ermöglicht, war 2014 als Sky Online gestartet und 2016 in Sky Ticket umbenannt worden. Interessant: Mit dem Namenswechsel zu WOW taucht die Marke Sky in der Bezeichnung erstmals nicht mehr auf.

Mit dem Namenswechsel wurden die Benutzeroberfläche überarbeitet, die Suchfunktion erweitert und verschiedene Möglichkeiten der Personalisierung geschaffen.

Zum Start können Neukunden bis 31. Juli 2022 [WOW](#) zu Sonderkonditionen buchen: Das Serienpaket gibt es für 7,99 statt 9,99 Euro pro Monat, das kombinierte Film- und Serien-Bouquet für 9,98 statt 14,98 Euro pro Monat. Der vergünstigte Bezugspreis gilt für die Kunden unbegrenzt, solange sie ihr Abonnement nicht kündigen. Beim Sportpaket (29,99 Euro/Monat) gibt es keine Vergünstigungen, aber ein Angebot für Langzeitkunden: Wer sich für ein Jahresabonnement entscheidet, zahlt nur 24,99 Euro pro Monat.

Discovery+ startet in Deutschland und Österreich

Der Medienkonzern Warner Bros. Discovery hat seinen Streamingdienst Discovery+ am 28. Juni 2022 in Deutschland und Österreich gestartet. Das Angebot umfasst Filme, Serien, Dokus, Live-Sport und Shows sowie Eigenproduktionen für den deutschsprachigen Markt. Neben Abrufenhalten sind die TV-Sender Eurosport 1 und 2, DMAX, TLC, Home & Garden TV und Tele 5 als Livestreams verfügbar.

Beim Abonnement können die Zuschauer zwischen einer Variante mit Werbung für 3,99 Euro pro Monat und einer werbefreien Version für 5,99 Euro pro Monat wählen. Vergünstigte Preise gibt es bei Abschluss eines Jahresvertrags, der 39,99 Euro (mit Werbung) beziehungsweise 59,99 Euro (werbefrei) kostet.

Sky-Q-Kunden erhalten Discovery+ in den ersten zwölf Monaten kostenfrei. Der Dienst ist als App in allen gängigen App-Stores, über Smart TVs und Streaming-Geräte sowie direkt übers Web unter www.discoveryplus.com zugänglich.

Sky startet neue Sportkanäle

Sky startet am 14. Juli 2022 neue Sportkanäle, die auf einzelne Sportarten ausgerichtet sind. Neu sind Sky Sport Premier League, Sky Sport Tennis, Sky Sport Golf, Sky Sport Mix und Sky Sport Top Event. Zusammen mit den bestehenden Sendern Sky Sport Bundesliga, Sky Sport F1 und Sky Sport News bietet Sky dann insgesamt acht 24-Stunden-Sportkanäle.

Die Programme sind im „Bundesliga“- und „Sport“-Paket auf Sky Q enthalten und lassen sich auch im Streamingdienst WOW abonnieren. Ein weiterer Neuzugang ist der Unterhaltungskanal Sky Showcase, der am 4. August 2022 starten soll.

Zattoo baut Pay-TV-Angebot aus

Der TV-Streaming-Anbieter Zattoo erweitert sein Pay-TV-Paket „Zattoo Plus Entertainment“ um Discovery Channel, Animal Planet und Kinowelt TV. Insgesamt umfasst das Bouquet 15 Pay-TV-Sender, die Kunden mit „Ultimate“- oder „Premium“-Abo für 9,90 Euro pro Monat buchen können.

Neu im „Zattoo Plus Sport“-Paket (5,90 Euro/Monat) ist Eurosport 2. Zattoo bietet die Sender in Full-HD-Bildqualität und mit interaktiven Zusatzfunktionen an: Das laufende Programm lässt sich pausieren, von vorne starten und aufzeichnen. Beide Pakete können 30 Tage kostenlos getestet werden.

B1 SmartTV startet Pay-TV-Paket auf Samsung Smart-TVs

Mit der Sportworld hat B1 SmartTV eine Plattform für Sportfans auf Samsung Smart TVs gestartet. Die Aggregator-App bündelt zwölf lineare Sportsender zum Monatspreis von 14,99 Euro. Mit dabei sind eSports1, Sport1+, SportBild+, Sportdigital Fußball, European League of Football, Motorvision.TV, Sportdeutschland.TV, ClipMyHorse.TV, fight24 HD, More Than Sports TV, Fitness Nation und EDGESport. Im Rahmen der aktuellen „Made for Germany“-Kampagne von Samsung erhalten Käufer ausgewählter Smart-TVs das Pay-TV-Paket bis zu zwölf Monate kostenfrei.

Die Sportworld umfasst zudem einen Programmführer (EPG), der die Sendungen von über 35 Sportkanälen abdeckt, sowie den „24/7 Sportworld“-Kanal, der Highlights der zwölf beteiligten Pay-TV-Sender zeigt. Beide Angebote sind auch ohne Abo zugänglich. Neben der Smart-TV-App soll die Sportworld in Kürze auch als Smartphone/Tablet-App (iOS und Android) angeboten werden und dabei den Smart TV mit mobilen Endgeräten verknüpfen.

Lokal-TV-Reichweite erhöht Reichweite

Das [Lokal-TV-Portal](#) macht zum zehnjährigen Jubiläum einen weiteren Schritt für mehr überregionale Sichtbarkeit von lokalen Themen und Inhalten. Die neue Lokal-TV-Portal-App erweitert ab sofort den Samsung Smart Hub (App-Store) für Smart-TVs und ermöglicht damit neben der HbbTV-Variante auch Haushalten ohne klassischen TV-Anschluss den Zugriff auf die Livestreams von Lokal-TV-Programmen und Offenen Kanälen in Deutschland. Gleichzeitig erscheint das Portal mit erneuerter Bedienoberfläche und neuem Logo.

„Als wir im Frühjahr 2012 im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) gestartet sind, konnte noch niemand absehen, dass zehn Jahre später fast jedes verkaufte TV-Gerät ein Smart-TV-Gerät sein wird. Für die langjährige Förderung des Lokal-TV-Portals bedanken wir uns bei den beteiligten Landesmedienanstalten. Das Ziel von damals gilt auch heute und in Zukunft: Lokale Inhalte für das Publikum leicht auffindbar machen und den nötigen Raum dafür bei neuen Technologien und zukünftigen Plattformen schaffen“, sagte Frank Strässle, Geschäftsführer des Lokal-TV-Betreibers Bayerische Medien Technik (bmt).

Um die neue Lokal-TV-Portal-App auf Smart-TV-Geräten von Samsung nutzen zu können, muss das TV-Gerät am Internet angeschlossen sein. Zudem ist eine Anmeldung im Samsung Smart Hub notwendig. Anschließend kann die App installiert werden und erscheint unter den lokal installierten Apps.

Die neue HbbTV-Variante, die ab Juni 2022 zur Verfügung steht, ist wie bisher mit einem HbbTV-tauglichen Smart-TV oder Receiver mit Internetanschluss via Satellit und DVB-T2 empfangbar.

CLIQ Digital holt Sportdigital-Sender auf Streaming-Plattform

Der TV-Veranstalter Sportdigital erweitert die Reichweite seiner drei Pay-TV-Kanäle über eine Kooperation mit CLIQ Digital. Die Sender Sportdigital Fußball, EDGESport und ClipMyHorse.TV sind ab sofort auf der Streaming-Plattform im deutschsprachigen Raum empfangbar. Die Zusammenarbeit der beiden Unternehmen ist vorerst auf zwei Jahre angelegt.

„Wir freuen uns sehr über die Kooperation mit CLIQ und dem extrem innovativen und spannenden Ansatz der Plattform. Dass wir hier vom Start her weg gleich mit allen drei unserer Pay-TV-Sender vertreten sind, ist Wertschätzung und Ansporn für uns und unsere Angebote gleichermaßen. Wir sind davon überzeugt,

dass CLIQ eine hochinteressante Marktposition in der DACH-Region erschließen wird, und freuen uns, mit unseren Sendern dabei zu sein“, sagte Sportdigital-Geschäftsführer Gisbert Wundram in Hamburg.

wedotv sichert sich Sportrechte

Die Video Solutions AG erweitert ihren Streaming-Dienst wedotv um zahlreiche Sportübertragungen. Die Zuschauer in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Großbritannien können ab sofort unter anderem die Meisterschaft der Deutschen Segel-Bundesliga und die Wettbewerbe der Sailing Champions League live bei wedotv empfangen – kostenlos und werbefinanziert.

Auch die eSkootr World Championship überträgt wedotv in allen vier Ländern. An der neuen Weltmeisterschaft mit E-Scootern, die eine Geschwindigkeit von mehr als 100 km/h erreichen, nehmen Stars wie Short-Track-Speed-Skating-Weltmeisterin Elise Christie, der Olympia-Bronzemedaille-Gewinner im Snowboarden Billy Morgan und BMX-Weltmeister Tre Whyte sowie Teams um Ex-Boxweltmeister Anthony Joshua und Formel-1-Pilot Nico Hülkenberg teil.

Für Pferdesportfans in Deutschland, Österreich und der Schweiz zeigt wedotv zahlreiche hochkarätige Turniere aus Großbritannien, Irland, Australien und den USA, darunter das Epsom Derby, das Royal Ascot Derby, die King George VI, Queen Elizabeth und Irish Champions Stakes, den Melbourne Cup und den Breeders Cup.

„Wir sind stolz auf das neue Standbein, dass wir mit den attraktiven Sportrechten bei wedotv aufbauen. Neben Spielfilmen, Serien und Dokumentationen bieten wir mit hochkarätigen Sportübertragungen noch mehr Programmvielfalt – kostenlos, werbefinanziert und ohne Abo“, sagte Philipp Rotermund, Gründer und CEO der Video Solutions AG.

Ein weiteres Highlight bei wedotv sind die wöchentlichen Sportsendungen mit Neuigkeiten aus dem europäischen und internationalen Fußball rund um die nationalen Ligen, Mannschaften und Wettbewerbe: Sportfans erhalten aus einer Hand einen Überblick über das aktuelle Geschehen in der Fußballwelt.

Außerdem zeigt wedotv die Höhepunkte aus der Formel 1, den Grand-Slam-Tennisturnieren und der Handball-Bundesliga sowie Dokumentationen über Sportstars wie Cristiano Ronaldo, Tiger Woods, Michael Schumacher, Lewis Hamilton, Pele, Muhammad Ali, David Beckham, Zinedine Zidane und Ayrton Senna.

wedotv ist als App auf den meisten Smart-TVs, Streaming-Devices und Plattformen verfügbar, darunter Android, iOS, Samsung, Amazon Fire TV, Apple TV und Roku sowie direkt im Web unter www.wedotv.com. Bei MagentaTV, Samsung TV Plus, waipu.tv, r1xx TV, LG Channels, Philips, Rakuten TV, Xiaomi, Netgem und TCL wird zudem der lineare Kanal (FAST Channel) wedo movies angeboten.

NHK WORLD-JAPAN baut deutsches Angebot aus

NHK WORLD-JAPAN, der internationale englischsprachige Fernsehsender von Japans öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalt NHK, verstärkt seine Aktivitäten in Deutschland: Das 24-Stunden-Programm von NHK WORLD-JAPAN wird ab sofort auf der TV-Streaming-Plattform Zattoo verbreitet. Die Zuschauer können den Sender im kostenlosen Basispaket (SD) empfangen, die HD-Version wird in den Paketen „Premium“ und „Ultimate“ angeboten.

Im Rahmen seines Engagements in Deutschland nahm NHK WORLD-JAPAN zudem am japanischen Filmfestival Nippon Connection 2022 teil, das vom 24. bis 29. Mai 2022 in Frankfurt am Main stattfand. Der Sender beteiligte sich an der 22. Ausgabe der Veranstaltung mit dem NHK Drama Showcase, dessen Höhepunkt die Weltpremiere der englischsprachigen Version des Dramas „Teen Regime“ war.

Das Filmfestival Nippon Connection, das im Jahr 2000 gegründet wurde, ist die weltweit größte Plattform für japanisches Kino mit Filmen, Animes, Dokumentarfilmen, Konzerten, Vorführungen, Workshops und Interviews. Weitere Einzelheiten über die diesjährige Veranstaltung, das Programm und die Teilnehmer sind unter www.nipponconnection.com zu finden.

NHK WORLD-JAPAN ist deutschlandweit im Vodafone-Kabelnetz, in den Kabelnetzen von NetCologne und wilhelm.tel und im TV-Paket der Deutschen Telekom für die Wohnungswirtschaft empfangbar. Die Zuschauer können den Sender zudem bei Zattoo, via Satellit über Astra (19,2° Ost) und Eutelsat Hotbird (13° Ost), über die NHK WORLD TV-App (iOS und Android), Roku, Apple TV und Amazon Fire TV sowie als Livestream auf der Webseite nhk.jp/world/ empfangen.

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](#)