

VECTORING ERHÖHT GESMATKOSTEN FÜR BREITBAND AUSBAU

Helden gesucht! Die Rückkehr alter Breitbandmächte

Sehr geehrte Damen und Herren,

in den großen Trilogien der jüngeren Kinogeschichte kehrt im dritten Teil der Held zurück und besiegt das Böse, das zuvor die Macht übernahm. Der Held stellt die alte Ordnung wieder her – Happy End, Ablende und alles ist gut.

Leider befinden wir uns erst im zweiten Teil, in dem die Imperien zurückschlagen oder sich die bösen Mächte vereinen. Dabei muss man gar nicht in ferne Galaxien oder auf die Fantasy-Welt von J. R. R. Tolkien schauen, sondern einfach auf den hiesigen Breitbandmarkt. John Malone, einst als Darth Vader des Kabels bezeichnet, denkt laut über Vodafone nach. Das deutsche Kabel kennt sich mit ausländischen Investoren gut aus und Malone kennt – durch schmerzliche Erfahrungen – inzwischen auch das deutsche Kabel besser.

Die EU hingegen will – auch um der Konkurrenz aus Übersee zu trotzen - den Binnenmarkt stärken und ist auf der Suche nach nationalen Champions. So kehren einst zerschlagene Imperien wieder zurück. Mit erstarkter Macht vermiest die Deutsche Telekom regionalen Unternehmen den Breitbandausbau und besetzt im Namen von Vectoring die Kabelverzweiger, wie Rechtsanwalt Prof. Dr. Christoph Schalast in seinem Beitrag darlegt.

Im Interview mit MediaLABcom kritisiert zudem Bernd Dörries, Vorsitzender des IKT-Ausschusses beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK), dass mit Vectoring zu sehr auf das veraltete Kupferkabel gesetzt werde und sich dadurch die Kosten für den Breitbandausbau erhöhen. Und Primacom-Chef Joachim Grendel ist die derzeitige Förderpolitik zu sehr auf die Deutsche Telekom ausgelegt.

Bleibt die Frage nach dem Helden, der dem Imperium die Stirn bietet und nicht die alte, dafür aber eine neue, eine für alle faire Ordnung herstellt. Leider taugt die Politik nicht sonderlich gut zum Heldentum, aber noch ist der dritte Teil nicht fertiggeschrieben.

Neuigkeiten aus dem FRK sowie Veranstaltungshinweise und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab.

Wir wünschen eine angenehme Lektüre.

Ausgabe 21 • Juni 2015

Inhalt

[Auf dem Weg zum Duopol...
oder wer treibt die nächste
Runde?](#)

["Es wird weiter auf das
Auslaufmodell Kupferkabel
gesetzt" – Interview mit
Bernd Sörries](#)

[Vectoring Cui Bono? Wem
nützt es?](#)

[Der Bock wurde Gärtner -
und wird zum "nationalen
Champion" reguliert](#)

[Malone in Deutschland am
Ziel - trotz Ablehnung durch
Kartellamt... doch ständig
grüßt das gallische Dorf der
Telekommunikation](#)

[Was kommt nach der
Bandbreite? Zur Zukunft der
Kabelnetzbetreiber](#)

["Tagesschau"-App: Kleines
Mosaik in den
Grabenkämpfen deutscher
Medien](#)

[Neues vom FRK](#)

[Veranstaltungshinweise](#)

[Kurzmeldungen](#)

Auf dem Weg zum Duopol... oder wer treibt die nächste Runde?

Heinz-Peter Labonte

Alle wollen Breitbandanschlüsse. Nur Kosten dürfen sie nichts. Und bezahlen will auch keiner. Nicht die Kunden. Die Unternehmen nur, wenn es "sich rentiert". Der Staat in all seinen Ebenen nur, wenn flächendeckend bis 2018 auch 50 Mbit/s gesichert sind. Und auch nur "die Wirtschaftlichkeitslücke". Doch die Kommunen, die ländlichen Regionen fühlen sich verlassen im Bürokratiedschungel von Föderalismus, Politik und Lobbyismus. Einig sind sich alle in der Ablehnung von NSA und in der Forderung umfassenden Datenschutzes - auch um den Preis des Schutzes der Bürger vor sich selbst und ihrem Voyeurismus in sogenannten sozialen Medien. Heuchelei und Verlogenheit feiern offenbar fröhliche Urständ.

[Lesen Sie mehr](#)

"Es wird weiter auf das Auslaufmodell Kupferkabel gesetzt" – Interview mit Bernd Sörries

Marc Hankmann

Vieles im Breitbandausbau läuft schief, meint Bernd Sörries, Vorsitzender des IKT-Ausschusses beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK). Er übt jedoch nicht nur Kritik, sondern nennt auch mögliche Lösungswege, um auch ländliche Regionen mit Breitband zu versorgen.

[Lesen Sie mehr](#)

Vectoring Cui Bono? Wem nützt es?

RA Prof. Dr. Christoph Schalast

Vom "Booster fürs Kupferkabel" spricht die [Deutsche Telekom](#), wenn sie von Vectoring spricht und stellt Übertragungsgeschwindigkeiten in Aussicht, die VDSL2 um das Zweifache übersteigen. Die Bedeutung, die die Deutsche Telekom Vectoring beimisst, ist nicht zu übersehen. Der Grund hierfür ist dabei ebenfalls offensichtlich: Das bereits vorhandene und von der Deutschen Telekom seinerzeit von der Deutschen Bundespost übernommene Kupferkabelnetz muss für höhere Übertragungsgeschwindigkeiten nicht komplett durch ein Glasfasernetz ersetzt werden. Vielmehr wird eine Glasfaserleitung lediglich zwischen der Vermittlungsstelle und dem Kabelverzweiger (KVz) installiert. Zwischen dem KVz und dem Hausanschluss hingegen bleibt die bereits vorhandene Kupferleitung in Betrieb. Durch das Vectoring lassen sich nun die wechselseitigen Störungen der VDSL-Signale auf den parallel in einem Leitungsbündel liegenden Doppeladern zu den Teilnehmeranschlüssen eliminieren und größere Bandbreiten zur Verfügung stellen.

[Lesen Sie mehr](#)

Der Bock wurde Gärtner - und wird zum "nationalen Champion" reguliert

Heinz-Peter Labonte

Um im Beispiel der Überschrift zu bleiben: Endlich haben wir den - politisch gewollten - Salat. Erst hat die Politik die Kupferkoaxialnetze verkauft und privatisiert. Ebenso die Telekom - wenigstens zu zwei Dritteln. Dann merkte die folgende Bundesregierung, ihre Beteiligungsgesellschaft hat die falschen Netze verkauft. Daraufhin forschten die Haus- und Hoflieferanten des eindrittelligen Bundesunternehmens und fanden DSL. Aber dort hatte das Quasi-Bundesunternehmen doch gar nicht das Monopol. Also forschte man weiter. Und flugs war die eierlegende Wollmilchsau auf dem Weg zurück zum Monopol, das "Vectoring", erfunden. Denn dort muss man schließlich den zweiten Draht des alten Kupferkabels nicht mehr mit Wettbewerbern teilen. Wen stört da noch, dass diese Zweidrahtleitungen schon einmal mit Staatsknete aufgebaut wurden?

[Lesen Sie mehr](#)

Malone in Deutschland am Ziel - trotz Ablehnung durch Kartellamt... doch ständig grüßt das gallische Dorf der Telekommunikation

Heinz-Peter Labonte

So ein Mist aber auch! Das hatten sich Vodafone und John Malone so schön ausgedacht. Kaum hatte Unitymedia der Deutschen Telekom und NetCologne ihre Wettbewerbsbeschwerden für in Medienberichten kolportierte 183 Millionen Euro "abgekauft", kommt so ein Faktotum des Telekommunikationsmarktes wie der FRK mit seiner Anwaltskanzlei Schalast & Partner um die Ecke und will mal wieder [den "Big Boys" in ihre Cowboysuppe spucken](#)

[Lesen Sie mehr](#)

Was kommt nach der Bandbreite? Zur Zukunft der Kabelnetzbetreiber

Marc Hankmann

Der Telekommunikationsriese Vodafone hat Mitte Mai 2015 seine Quartalszahlen veröffentlicht. Die Tochter Kabel Deutschland hat in den ersten drei Monaten des Jahres 123.000 Neukunden gewonnen. Dem Geschäftsbereich DSL sind hingegen 30.000 Kunden abhanden gekommen. Eine typische Entwicklung: In einem nahezu stagnierenden TK-Markt gewinnen die Kabelnetzbetreiber immer mehr Anteile. Das gelingt ihnen vornehmlich durch die Vermarktung von Internetzugängen mit hohen Bandbreiten. Doch was kommt nach der Bandbreite? Wie stehen die Kabelgesellschaften da, wenn Bandbreite nicht mehr das entscheidende Kriterium ist?

[Lesen Sie mehr](#)

"Tagesschau"-App: Kleines Mosaik in den Grabenkämpfen deutscher Medien

Marc Hankmann

In der digitalen Welt lösen sich viele Grenzen auf und sorgen bei einst friedvoll nebeneinander lebenden Nachbarn für heftigen Streit. So auch zwischen Verlegern und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Konkret geht es um das Angebot der "Tagesschau"-App vom 15. Juni 2011. Generell werden hier jedoch Grenzen neu gezogen. Was ist öffentlich-rechtlicher Rundfunk und was ist Presse und damit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk verboten?

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

FRK zielt auf Rückabwicklung der Fusion von Unitymedia und Kabel BW

Der Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) hat beschlossen, gegen den Vergleich zwischen den Beteiligten im Beschwerdeverfahren im Rahmen des Zusammenschlusskontrollverfahrens Unitymedia/Kabel BW vorzugehen und lässt derzeit durch die Kanzlei Schalast & Partner aus Frankfurt am Main die rechtlichen Möglichkeiten prüfen.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweise

Dr. Jörn Krieger

FRK veranstaltet runderneuerten Fachkongress

Der Breitbandkongresses des FRK am 5. und 6. Oktober 2015 erfährt eine Neuausrichtung. "Zum 25sten Gründungsjubiläum des Fachverbands Rundfunk- und BreitbandKommunikation - FRK haben wir nicht nur den Kongressnamen geändert, sondern uns gemeinsam mit der Messe Leipzig, unserem neuen Partner, einige interessante Neuerungen einfallen lassen", erklärte der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte anlässlich des Starts der neuen Webseite www.breitbandkongress-frk.de.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Unitymedia stellt analoge Kabelverbreitung ein

Unitymedia leitet die Abschaltung des analogen Fernsehens in seinen Kabelnetzen in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg ein. Die Kabelgesellschaft reagiere damit auf die wachsende

Nachfrage nach digitalen TV-Angeboten und schaffe Platz für weitere digitale TV-Sender und HD-Programme, teilte die Tochter des US-Medienkonzerns Liberty Global in Köln mit.

[Lesen Sie mehr](#)

Auf dem Weg zum Duopol... oder wer treibt die nächste Runde?

Heinz-Peter Labonte

Alle wollen Breitbandanschlüsse. Nur Kosten dürfen sie nichts. Und bezahlen will auch keiner. Nicht die Kunden. Die Unternehmen nur, wenn es "sich rentiert". Der Staat in all seinen Ebenen nur, wenn flächendeckend bis 2018 auch 50 Mbit/s gesichert sind. Und auch nur "die Wirtschaftlichkeitslücke". Doch die Kommunen, die ländlichen Regionen fühlen sich verlassen im Bürokratiedschungel von Föderalismus, Politik und Lobbyismus. Einig sind sich alle in der Ablehnung von NSA und in der Forderung umfassenden Datenschutzes - auch um den Preis des Schutzes der Bürger vor sich selbst und ihrem Voyeurismus in sogenannten sozialen Medien. Heuchelei und Verlogenheit feiern offenbar fröhliche Urständ.

Wettbewerbspolitik auf dem Rückzug

Doch wenn man genau hinschaut und die Entwicklung der vergangenen 20 Jahre teilweise mitgestaltet hat, erkennt man schnell die Absichten und die sich in Wellen vollziehenden Handlungsmuster. Zunächst wurde die Deutsche Telekom AG (DTAG) "teil"-privatisiert - damit der Staat seine Einnahmen erhöhen konnte. Ordnungspolitisch begründete man das in den 90er Jahren des vorigen Jahrhunderts mit der Schaffung von "mehr Wettbewerb". In Wahrheit ging es um Leo Kirchs Interessen und die Disziplinierung des öffentlich-rechtlichen Senderduopols. Interessen von Private Equity angelsächsischer Provenienz spielte nur eine geringe Rolle. Das änderte sich schlagartig durch den Verkauf der Kupferkoaxialnetze der DTAG und Kirchs Finanzprobleme. Die innovative Einführung des Mobilfunks führte zwar zunächst zu mehr Wettbewerb. Im Ergebnis jedoch zu einem Kartell dreier, im nächsten Frequenzvergabeverfahren von der Politik gewollten Besitzstandwahrer. Wobei zwei von ihnen auf einem Erfolg versprechenden Weg zum Festnetzduopol in Deutschland sind.

Die ehemals rund 10.000 unabhängigen privaten Kabelnetzbetreiber (uKNB) schnurrten bis heute auf ein Fünftel zusammen. Allerdings sind diese konsolidierten uKNB heute größer, innovativer und technisch wie finanziell leistungsfähiger.

"Leistungen" der Private-Equity-Fonds

Während sich durch den Verkauf der Telekom-Kupferkoaxialkabelnetze die Private-Equity-Fonds immer um die gleichen Netze balgten, und nach den Callahans, Kleschs, Blackstones, Goldmännern etc. neben der DTAG Unitymedia und Kabel Deutschland (KDG) etablierten, wurde den Investoren der Fonds "Wachstum durch Konsolidierung" versprochen. Dabei verkaufte nur der eine Fonds seine Netze an den nächsten. Die Investoren glaubten ihren Fondsmanagern den Wertzuwachs. Zuletzt gelang dies der KDG bei der Übernahme durch Vodafone. Und jetzt läuft die nächste Runde dieses Spiels mit anderer Leute Geld an. Damit aber die digitalen Infrastrukturen in Deutschland nicht nur angelsächsisch dominiert werden, will die Bundesregierung in der globalisierten Wirtschaft ein deutsches oder europäisches Gegengewicht schaffen. Mit der DTAG.

Der nationale Champion

Sie nennt diese daher den "nationalen Champion". Der selbstverständlich die Bundesregierung, gleich welcher parteipolitischen Zusammensetzung, intensiv unterstützt. Mit all seiner Finanz- und Lobbykraft. Mit Ideen und Organisation beim IT-Gipfel, in der nationalen Netzallianz oder auch bei Industrie 4.0. Ein Schelm, wer dabei an Sicherung politischen Einflusses denkt oder gar Einflussnahme auf Gesetzes- oder Verordnungsgestaltung. Nein, es geht doch nur darum, die nationale Unabhängigkeit von ausländischen Diensten zu sichern. Da hilft die Dummheit der NSA - bei der Schwarmhysterie, auch beim latenten Antiamerikanismus. Die Amis haben ja nur 40 Jahre unsere Freiheit gegenüber autoritären Systemen gesichert und helfen nur gegen aggressive Imperialgelüste von Nachbarn oder Religionsfanatikern. Warum sollte man denen und dem BND mehr trauen als China, den Mullahs oder Russland? Dem setzen wir jetzt also unseren "nationalen Telekom-Champion" entgegen, der fern der NSA agiert und sich derweil schon mal in lukrativen außergerichtlichen Vergleichen mit dem anderen, dem "europäischen Champion" arrangiert, wohl auch damit man sich besser schätzen lernt.

Dritte Kraft?

Gibt es daneben die dritte Kraft? Zurzeit noch. Im Mobilfunk ist das die um E-Plus verstärkte Telefónica, also noch ein "europäischer Champion". Da muss man doch bei der Verteilung der Digitalen Dividende II dafür sorgen, dass dieses Terzett unter sich bleibt. Was soll denn da ein mittelständischer Anbieter? Der stört doch schließlich nur.

Und im Festnetz ist klar. Die drei mittelgroßen Kabelnetzbetreiber Tele Columbus (TC), Primacom (PC) und Pepcom sind alleine nicht wettbewerbsfähig gegen dieses Festnetzduopol. Also ist TC klugerweise erfolgreich an der Börse platziert worden. Dies ermöglicht finanziellen Spielraum. Und die Konsolidierungsführerschaft gegenüber PC und Pepcom-Eigner Star Capital. Denn während PC und Pepcom laut FAZ "im eigenen Saft der Investoren" schmoren, hat sich TC mit ihren Aktien und genehmigtem Kapital eine eigene "Konsolidierungswährung" geschaffen.

Tele Columbus im Fahrersitz

Also wird sich TC im Festnetz innerhalb der nächsten ein bis vier Jahre wahrscheinlich die PC und Pepcom einverleiben. Sie wird deren Besitzern, den Managern der beteiligten Private-Equity-Fonds wohl eigene TC-Aktien zum Tausch gegen deren Firmenanteile an den Übernahmekandidaten anbieten. Dabei wird die Bewertung von den beratenden und platzierenden Bankhäusern mit mehr als zehnfachem EBIDTA "nachgewiesen" - zum Beispiel mit dem Hinweis auf die "Benchmark" der KDG-Übernahme durch Vodafone. Und flugs haben die Manager der PC und Pepcom mit ihren "carried interests" (Firmenanteilen) den "shareholder value-Orden" ihrer Besitzer verdient. Denn die Manager der Private-Equity-Fonds können ihren Investoren einen Wertzuwachs durch die Beteiligung an einem nunmehr börsennotierten Unternehmen nachweisen. Weil dessen Aktienpreis, d.h. Firmenwert, von Wachstumserwartungen und Anlegerphantasien getrieben wird. Die Aktien können nämlich nun an einem liquiden Markt gehandelt werden, was bei Firmenanteilen weit schwieriger ist. Dies wird vermutlich zuerst der Weg der Pepcom mit ihrer komplexen Firmenstruktur und ihrem hohen Eigenkapitalanteil sein. Danach wird PC folgen.

Fazit

Ob diese "dritte Kraft" am Festnetzmarkt mit ihren dann immerhin rund vier Millionen Kunden selbständig bleiben wird oder doch letztlich von der "dritten Kraft" im Mobilfunkmarkt, der Telefónica, übernommen und danach von der Börse genommen wird, wird sich in vier bis sechs Jahren zeigen. Die "vierte Kraft", die mittelständischen Unternehmen inklusive einer um PC und Pepcom konsolidierten Tele Columbus, sollten von der Politik gehegt und gepflegt werden, statt sie im Bürokratiedschungel oder in Übernahmekämpfen untergehen zu lassen. Auch angesichts des angestrebten "nationalen Champions" mit seiner Marktmacht sichern diese Unternehmen mit ihrem Marktanteil von rund 25 Prozent als Hecht im Karpfenteich den Wettbewerb im deutschen Telekommunikationsmarkt.

"Es wird weiter auf das Auslaufmodell Kupferkabel gesetzt" –

Interview mit Bernd Sörries

Marc Hankmann

Vieles im Breitbandausbau läuft schief, meint Bernd Sörries, Vorsitzender des IKT-Ausschusses beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK). Er übt jedoch nicht nur Kritik, sondern nennt auch mögliche Lösungswege, um auch ländliche Regionen mit Breitband zu versorgen.

MediaLABcom: Herr Sörries, die Bundesregierung überlässt den Breitbandausbau überwiegend dem Markt. Bietet der aus Ihrer Sicht genügend Anreize?

Bernd Sörries: Aus gutem Grund wurde der Telekommunikationsmarkt liberalisiert. Unternehmen investieren gerade dann, wenn sie mit der Investition sich im Wettbewerb behaupten oder ihre Wettbewerbsposition ausbauen können. Aktuell gibt es in Deutschland aber für die großen etablierten Netzbetreiber zu wenig Anreize oder Wettbewerbsdruck, in Glasfaserzugangsnetze zu investieren. Im Ergebnis ist damit offen, wie Deutschland Breitbandnetze erhält, die mit den jeweiligen Anforderungen, gerade im Bereich symmetrischer Bandbreiten, wachsen können.

MediaLABcom: Im Glasfaserausbau hinkt Deutschland im Vergleich zu anderen Nationen hinterher. Die Deutsche Telekom hat hierzu ihre Pläne immer wieder geändert. Wird in Bonn schlecht geplant oder ändern sich ständig die Rahmenbedingungen für den Glasfaserausbau?

Bernd Sörries: Investitionspläne in Richtung Glasfaseranschlüsse (FTTB) wurden in der Vergangenheit unter Verweis auf die jeweils aktuelle Zahlungsbereitschaft, die niedrige „take rate“ bei gleichzeitig sehr hohen Ausbaukosten sowie der Regulierungspraxis, die Wettbewerb auf den Kupfernetzen fördert, laufend abgeändert. Im Ergebnis stuft die Telekom Investitionen, die über die Anbindung von Kabelverzweigern mit Glasfaser (VDSL oder „Fiber to the Curb“, FTTC) hinausgingen, angesichts ihrer Risiken und den Erwartungen der Kapitalmärkte als wenig lohnend ein. Betriebswirtschaftlich ist das Verhalten rational. Aus volkswirtschaftlicher Perspektive sieht eine Bewertung aber anders aus.

MediaLABcom: Immer wieder wird Vectoring als Heilsbringer propagiert. Welche Vor- und Nachteile sehen Sie in dieser Technologie? Bietet Vectoring genügend Anreize, damit in FTTH/B-Infrastrukturen investiert wird?

Bernd Sörries: Der Vorteil von Vectoring liegt darin, dass mit dieser Technologie kurzfristig die politisch formulierten Breitbandziele erreicht werden können. Der Nachteil von Vectoring besteht darin, dass diese genau wie jede andere Technologie, die auf das Kupfernetz aufsetzt, nicht skalierbar ist. Somit wird weiter auf das Auslaufmodell Kupferkabel gesetzt. Damit sehe ich das Risiko, dass die aus volkswirtschaftlicher Sicht vorteilhafte Migration auf Glasfaseranschlüsse weiter verzögert wird. Der Preis von Vectoring wird sein, dass die Gesamtkosten des Breitbandausbaus steigen und der notwendige Ausbau sich weiter um Jahre verzögert.

MediaLABcom: Studien belegen, dass sich die entbündelte Teilnehmeranschlussleitung (TAL) positiv auf die Breitbandpenetration auswirkt. Wird mit Vectoring die TAL-Entbündelung nicht wieder rückgängig gemacht?

Bernd Sörries: Vectoring funktioniert nur dann, wenn der Netzbetreiber alle Signale, die im Kabelverzweiger ankommen, kennt. Dazu benötigt der Netzbetreiber die Kontrolle über den Kabelverzweiger. Insoweit können die einzelnen Teilnehmeranschlussleitungen, die im Kabelverzweiger zusammenlaufen, nicht mehr von anderen Netzbetreibern angemietet werden. Der Zugang kann dann nur noch über ein Bitstrom-Produkt erfolgen.

MediaLABcom: Der Wettbewerb regelt den Ausbau zwar in bevölkerungsreichen, nicht aber in bevölkerungsschwachen Regionen. Was muss der Staat hier unternehmen?

Bernd Sörries: Nach einer Studie für den europäischen Binnenmarkt, werden nur 65 Prozent der Haushalte über den Markt mit Glasfaseranschlüssen versorgt. Damit drohen gerade ländliche Wirtschaftsräume von den positiven "spill-over"-Effekten von Breitbandnetzen (unter anderem Beschäftigung, Ansiedelung von Gewerbe, Immobilienpreise) abgekoppelt zu werden. Sofern die Gleichheit der Lebensbedingungen weiterhin Maßstab staatlichen Handelns ist, besteht somit Handlungsbedarf. Dieser kann jedoch sehr unterschiedlich ausgeprägt sein. So kann der Staat beispielsweise Förderprogramme auflegen. Oder aber, um ein weiteres Instrument zu nennen, Anreize für Finanzinvestoren, in Breitband zu investieren, verbessern. Es kommt auf den richtigen Mix von Instrumenten an. Wichtig erscheint mir, dass die regionalen Entscheidungsträger Masterpläne aufstellen, die einen langfristigen Planungshorizont haben und verschiedene Instrumente der Breitbandförderung kombinieren.

MediaLABcom: Laut der Projektgruppe zur Finanzierung von Breitbandnetzen des IT-Gipfels 2014 wirft die privatwirtschaftliche Finanzierung des Breitbandausbaus vergleichsweise hohe Renditen zwischen fünf und sechs Prozent ab. Liegt hier die Lösung für den Breitbandausbau auf dem Land?

Bernd Sörries: Wie Beispiele in Bayern und Brandenburg zeigen, kann dies eine nachhaltige Lösung sein. Nach meiner Kenntnis suchen gerade langfristig orientierte Investoren nach lohnenden Anlagen. Die Förderpolitik sollte deshalb darauf eingehen. Wenn wir beispielsweise bei der Konzeption von Breitbandprojekten sehr kleinteilig vorgehen, lassen die damit verbundenen Transaktionskosten einige Investoren zurückschrecken.

MediaLABcom: Der IT-Gipfel diskutiert zudem eine Stärkung des Subsidiaritätsprinzips durch die Integration von Eigen- und Fremdkapital sowie von öffentlichen Mitteln, um Investitionen in den Breitbandausbau für Risikokapitalanleger attraktiv zu machen. Was halten Sie davon?

Bernd Sörries: Angesichts knapper öffentlicher Haushalte ist es von Vorteil, wenn es bei der Finanzierung von Breitbandprojekten zu neuen, innovativen Finanzierungsmodellen kommt. Hier gibt es einige "Best practice"-Beispiele, die uns Anlass geben sollten, diesen Weg noch konsequenter zu gehen.

MediaLABcom: Mit der Versteigerung der 700-MHz-Frequenzen soll ein wichtiger Beitrag zum Breitbandausbau geleistet werden. Welchen Einfluss wird die Digitale Dividende II Ihrer Meinung nach haben?

Bernd Sörries: Zunächst ist offen, wie hoch der Versteigerungserlös sein wird. Darüber hinaus hängt die Wirkung der zusätzlichen Mittel maßgeblich von der künftigen Förderrichtlinie ab. Ziel der Anstrengungen sollte es sein, eine Infrastruktur aufzubauen, die im Hinblick auf künftige Anwendungen skalierbar ist. Somit sollten sich Landkreise und Kommunen am Ziel FTTB orientieren. Eine Förderung beispielsweise von Vectoring löst nur vordergründig und kurzfristig das Problem. Des Weiteren sollten die Mittel aus der Digitalen Dividende in ein Gesamtkonzept eingebettet sein. Dieses Gesamtkonzept sollte innovative Finanzierungsmodelle genauso umfassen wie Qualitätsstandards, damit die Infrastruktur auch noch in 20 bis 30 Jahren genutzt werden kann. "Quick and dirty" darf nicht die Maxime des Ausbaus sein, zumal dann, wenn öffentliche Mittel zum Einsatz kommen.

MediaLABcom: Welche Rolle spielen die Kabelnetzbetreiber im Rahmen des Breitbandausbaus? Diese rühmen sich ja damit, das Ziel einer flächendeckenden Versorgung mit 50 Mbit/s bis 2018

bereits jetzt zu erfüllen.

Bernd Sörries: Hinsichtlich des Abdeckungsgrads gehen die Meinungen und Zahlen etwas auseinander. Richtig ist, dass diese Netze einen maßgeblichen Beitrag zur Breitbandversorgung leisten, der sich jedoch im Wesentlichen auf die Ballungsgebiete erschöpft. Zudem bieten diese Netze nicht die symmetrischen Bandbreiten, die wir mit Industrie 4.0 oder im Internet der Dinge benötigen.

MediaLABcom: Sie befürchten, dass der Wettbewerb zwischen den Kabelnetzbetreibern und den Festnetzanbietern zu einem Oligopol führen könnte. Warum? Welche Konsequenzen hätte ein solches Oligopol?

Bernd Sörries: Nun, es gibt nach wie vor Stimmen auch im politischen Raum, die für eine Konsolidierung des Marktes eintreten. Teilen sich einige wenige Anbieter den Markt auf, wird dies nicht ohne Konsequenzen bleiben. Im Übrigen deutet die zunehmende Bündelung von Zugängen und Inhalten an, dass künftig eine Differenzierung verstärkt über Inhalte angestrebt wird, weil sie im Vergleich zu einer Differenzierung auf Basis der Netzinfrastruktur mit deutlich geringeren Investitionskosten und damit finanziellen Risiken verbunden ist.

MediaLABcom: Das Breitbandziel für 2018 kann nur ein Zwischenschritt sein. Wie muss es danach aus Ihrer Sicht weitergehen? Sind Ihnen oder dem DIHK entsprechende Pläne der Bundesregierung bekannt?

Bernd Sörries: Wir benötigen eine skalierbare Breitbandinfrastruktur. Es mag zwar politisch opportun sein, bestimmte Übertragungsbandbreiten, zum Beispiel die 50 Mbit/s, zu definieren. Wichtiger für die Anwender ist aber, dass die Infrastruktur mit den Anforderungen der Dienste wächst. Diese Sichtweise ist noch nicht ausreichend entwickelt. Sofern auf der EU-Ebene Herr Oettinger nun das europäische Breitbandziel einer kritischen Analyse unterzieht und gegebenenfalls ändert, erwarte ich, dass Deutschland nachziehen wird. Aber nochmals: Der Ausbau sollte insbesondere in Förderregionen vom Ende und nicht von den jeweiligen, politisch opportunen Zielen, geplant und nachfolgend realisiert werden.

MediaLABcom: Was schlagen Sie vor, damit der Breitbandausbau, der die Grundlage für die Digitalisierung der Wirtschaft ist, forciert wird?

Bernd Sörries: Wir benötigen zunächst den Konsens aller relevanten Stakeholder, dass der Wirtschaftsstandort Deutschland nur gestärkt aus der Digitalisierung hervorgehen kann, wenn wir eine zukunftsorientierte, skalierbare Infrastruktur haben. Daneben ist wichtig: (1) die regionalen Akteure sollten langfristig angelegte Masterpläne für ihre jeweiligen Wirtschaftsregionen aufstellen. Hier sollte die Nachfrage zum Beispiel über IHK und andere Stakeholder direkt eingebunden sein. (2) Innovative Finanzierungsmodelle fördern. (3) Transparente und nachvollziehbare Förderverfahren sicherstellen und (4) Wege suchen, wie die Anreize für die Migration Kupfer zu Glas ohne staatliche Mittel angereizt werden kann. Ein Modell könnte dabei sein, dass Landkreise beziehungsweise Kommunen passive Infrastrukturen aufbauen und diese im Wettbewerb verpachten. Der Ausgleich der (zu kurzfristig) berechneten Wirtschaftlichkeitslücke sollte kritischer gesehen werden und weniger praktiziert werden.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Vectoring Cui Bono? Wem nützt es?

RA Prof. Dr. Christoph
Schalast

Vom „Booster fürs Kupferkabel“ spricht die [Deutsche Telekom](#), wenn sie von Vectoring spricht und stellt Übertragungsgeschwindigkeiten in Aussicht, die VDSL2 um das Zweifache übersteigen. Die Bedeutung, die die Deutsche Telekom Vectoring beimisst, ist nicht zu übersehen. Der Grund hierfür ist dabei ebenfalls offensichtlich: Das bereits vorhandene und von der Deutschen Telekom seinerzeit von der Deutschen Bundespost übernommene Kupferkabelnetz muss für höhere Übertragungsgeschwindigkeiten nicht komplett durch ein Glasfasernetz ersetzt werden. Vielmehr wird eine Glasfaserleitung lediglich zwischen der Vermittlungsstelle und dem Kabelverzweiger (KVz) installiert. Zwischen dem KVz und dem Hausanschluss hingegen bleibt die bereits vorhandene Kupferleitung in Betrieb. Durch das Vectoring lassen sich nun die wechselseitigen Störungen der VDSL-Signale auf den parallel in einem Leitungsbündel liegenden Doppeladern zu den Teilnehmeranschlüssen eliminieren und größere Bandbreiten zur Verfügung stellen.

Booster für die Telekom

Auch für Wettbewerber der Deutschen Telekom ist Vectoring ein interessanter, weil kostengünstiger Ansatzpunkt, ihre Kunden mit größeren Bandbreiten zu versorgen. Allerdings kann Vectoring pro KVz nur von einem Netzbetreiber eingesetzt werden. Um hier dennoch einen möglichst fairen Wettbewerb zu

ermöglichen, hat die Bundesnetzagentur im Jahr 2014 Regeln für die Reservierung von KVz für Vectoring getroffen. Möchten zwei Netzbetreiber ein und denselben KVz für sich reservieren, entscheidet das Windhundprinzip: Der Netzbetreiber, der seinen Bedarf zuerst bei der Bundesnetzagentur angezeigt hat, hat das Recht auf Nutzung des jeweiligen KVz. Ein Problem dabei: Die Bundesnetzagentur hat verfügt, dass die Deutsche Telekom die Vectoring-Liste führen und verwalten soll.

Interessenkollisionen vorprogrammiert

In der Praxis führt dies in letzter Zeit immer häufiger zu Kollisionen zwischen regionalen Netzbetreibern und der Deutschen Telekom. So hatte sich die Bundesnetzagentur erst im Februar 2015 mit einer Angelegenheit auseinandersetzen, in der die Deutsche Telekom und die Breitbandkabel Landkreis Karlsruhe GmbH (BLK) um mehrere KVz konkurrierten. Zum Hintergrund: Nachdem eine Anfrage an private Telekommunikationsunternehmen zum Ausbau des Telekommunikationsnetzes im Landkreis Karlsruhe Anfang 2014 negativ ausgefallen war, wurde durch die hierzu gegründete BLK ein europaweites Vergabeverfahren eingeleitet. Diese Initiative wurde vom Land Baden-Württemberg zudem finanziell gefördert. Die Telekom Deutschland GmbH, die zuvor kein Interesse am Ausbau gezeigt hatte und verlautbaren ließ, ihre Infrastruktur nicht aufrüsten zu wollen und sich nicht am Vergabeverfahren beteiligen zu wollen, teilte der BLK daraufhin mit, die KVz im entsprechenden Ausbaubereich nunmehr doch im Eigenausbau über das Vectoring-Verfahren ausbauen zu wollen. Damit war ein Vectoring für BLK über die entsprechenden KVz nicht mehr möglich.

Mutige BNetzA-Entscheidungen nötig

Dieser Praxis hat die Bundesnetzagentur mit einer Entscheidung Ende Februar 2015 jedoch einen Riegel vorgeschoben: Sie untersagte der Telekom Deutschland GmbH, die Schaltschränke zur Verteilung der Leitungen innerhalb des Ausbaubereiches der BLK aufzurüsten. Auch weitere Erschließungsabsichten wurden ihr bis zum 10. März 2017 untersagt. Die Bundesnetzagentur war dabei der Argumentation der BLK gefolgt: Da im konkreten Fall eine verfestigte kommunale Ausbauplanung vorlag und es keinen Anlass gab, an dieser Ausbauplanung zu zweifeln, dürfe die Telekom Deutschland GmbH bis zum Ablauf der im Interessensbekundungsverfahren genannten Ausbaufrist (10. März 2017) keine Veränderungen der betreffenden KVz für Vectoring zu ihren Gunsten vornehmen. Als Besonderheit hatte die Bundesnetzagentur jedoch berücksichtigt, dass das Vorhaben vom Land Baden-Württemberg finanziell gefördert wurde.

Berechtigte Bedenken

Dies zeigt, dass die im Vorfeld zur Einführung der Vectoring-Liste durch die Bundesnetzagentur von vielen Marktteilnehmern geäußerten Bedenken, es könne durch die Deutsche Telekom zu Rosinenpickerei und Blockaden der Wettbewerber kommen, durchaus berechtigt waren. Obgleich die Bundesnetzagentur in Sachen Karlsruhe eine begrüßenswerte Entscheidung getroffen und der Deutschen Telekom Schranken bei der Verwaltung der KVz und der entsprechenden Reservierungen aufgezeigt hat, steht zu befürchten, dass dieses Verhalten kein Einzelfall bleiben wird. So ist bereits mindestens ein weiterer Sachverhalt bekannt, bei dem die Telekom ebenfalls zunächst keine Ausbauabsichten geäußert, jedoch nach Konkretisierung der Ausbauplanung durch einen Wettbewerber kurz vor der Anmeldung durch die Wettbewerber die entsprechenden KVz für sich selbst reserviert hat. Eine Entscheidung der Bundesnetzagentur, die die Vectoring-Liste und deren Handhabung durch die Deutsche Telekom überwacht, steht in dieser Sache allerdings noch aus.

Die Kanzlei Schalast & Partner, gegründet im Jahr 1998 als Boutique für M&A und Tat, berät 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. Prof. Dr. Christoph Schalast besetzt zum Juni 2015 zudem die Stelle als Justiziar des FRK.

Der Bock wurde Gärtner - und wird zum "nationalen Champion" reguliert

Heinz-Peter Labonte

Um im Beispiel der Überschrift zu bleiben: Endlich haben wir den - politisch gewollten - Salat. Erst hat die Politik die Kupferkoaxialnetze verkauft und privatisiert. Ebenso die Telekom - wenigstens zu zwei Dritteln. Dann merkte die folgende Bundesregierung, ihre Beteiligungsgesellschaft hat die falschen Netze verkauft. Daraufhin forschten die Haus- und Hoflieferanten des eindritteligen Bundesunternehmens und fanden DSL. Aber dort hatte das Quasi-Bundesunternehmen doch gar nicht das Monopol. Also forschte man weiter. Und flugs war die eierlegende Wollmilchsau auf dem Weg zurück zum Monopol, das "Vectoring", erfunden. Denn dort muss man schließlich den zweiten Draht des alten Kupferkabels nicht mehr mit Wettbewerbern teilen. Wen stört da noch, dass diese Zweidrahtleitungen schon einmal mit Staatsknete aufgebaut wurden?

Vorsprung durch Bürokratie sichern

Nur blöd, dass es jetzt eine Bundesnetzagentur gibt, die doch just diesen Wettbewerb sichern soll. Aber angesichts der pathologischen Angst vor "den Amis" muss doch endlich wieder der "deutsch"-nationale TK-Champion geschaffen werden. Das alles unter dem Stichwort der "Globalisierung". Philologen nennen sowas "contradictio in adjektu". Des guten Scheins der Objektivität politischen Handelns wegen werden dann die aus dem Bundeshaushalt vor langer Zeit bereits bezahlten Kabelverzweiger (KVz) im "Windhundverfahren" vergeben. Nachdem der bisherige Monopolist sich fast zehn Prozent vorab gesichert hat. Wer redet denn da von Rosinenpickerei? Nein, das ist reine "sachliche Notwendigkeit". Zur Sicherheit werden komplizierte, Mittelständler mit immensem Aufwand belastende Mechanismen - Markterkundungsverfahren, Definition von Wirtschaftlichkeitslücken, mittelstandsunfreundliche Los- und Umsatzmindestgrößen, mangelnde Technologieneutralität etc. - per Richtlinie, Verordnung etc. verfügt. Der Erhöhung der Übersichtlichkeit wegen auch noch in jedem Land gesondert unter Beachtung der Bundes- und Europavorschriften. Ohne Hundertschaften von Anwälten, Beratern und Lobbyisten von Mittelständlern ist dieser "Betriebsluxus der Demokratie" nicht schaffbar.

Wenn nichts mehr hilft, hilft nur noch "Selbstverwaltung"

Dieses Triple Play von Politik, Verwaltung und "gewolltem nationalen TK-Champion" führt zur langfristigen Sicherung der Telekomkunden auf der schon lange amortisierten Netzinfrastruktur, sie hält lästige Konkurrenten davon ab, schon heute in moderne Glasfaserinfrastrukturen zu investieren und bedient antiamerikanische Ressentiments zur "Verhinderung" von bisher unbewiesener "Wirtschaftsspionage". Ganz nebenbei zwingt sie immer mehr mittelständische Netzbetreiber zur Aufgabe. Eine echte Chance für die FDP.

Fazit

Denn trotz alledem glaubten doch tatsächlich einige unentwegte, wettbewerbende, große und mittelständische Optimisten - trotz ihrer von Beginn an geäußerten Bedenken gegen das Vergabeverfahren -, dass wenigstens auf das "Markterkundungsverfahren" und den darin vom "werdenden nationalen Champion" gemachten Aussagen vertrauen, eigene Konzepte und Breitbandnetze im Windhunderennen "Vectoring" realisieren zu können. Doch dann entdeckte die Bundesnetzagentur, dass sie nicht genügend Personal für die Organisation dieses Verfahrens habe. Die Politik konnte natürlich keine zusätzlichen Planstellen genehmigen. Welch ein Zufall, dass der Finanzminister die Anteile an der Telekom verantwortet. Also wurde die Telekom mit der "Amtshilfe" beauftragt. Sie erledigt diese Aufgabe wohl zu ihrer und der Bundesregierung vollsten Zufriedenheit.

Malone in Deutschland am Ziel - trotz Ablehnung durch Kartellamt... doch ständig grüßt das gallische Dorf der Telekommunikation

Heinz-Peter Labonte

So ein Mist aber auch! Das hatten sich Vodafone und John Malone so schön ausgedacht. Kaum hatte Unitymedia der Deutschen Telekom und NetCologne ihre Wettbewerbsbeschwerden für in Medienberichten kolportierte 183 Millionen Euro "abgekauft", kommt so ein Faktotum des Telekommunikationsmarktes wie der FRK mit seiner Anwaltskanzlei Schalast & Partner um die Ecke und will mal wieder [den "Big Boys" in ihre Cowboysuppe spucken](#).

Dabei entdeckte Vodafone eben just nach diesem Megadeal des Vergleichs, dass die deutsche Unitymedia doch so gut zur deutschen Vodafone/Kabel Deutschland (KDG) passen würde.

Nach kurzem Zieren entdeckte wiederum, sicherlich auch wieder nur rein zufällig, im Interview bei Bloomberg John Malone, der Chef des US-Kabelriesen Liberty Global, ebenfalls einen Sinn darin, künftig enger mit Vodafone kooperieren zu wollen. Die beiden Unternehmen würden einfach zusammenpassen. Durch diese "Kooperation" mit Liberty könnte Vodafone möglicherweise auch Unitymedia als Partner für den deutschen Festnetzmarkt erwerben. Das war natürlich bei dem "Megavergleich" nie im Fokus von Unitymedia.

Wetten, dass die Banken schon um den Auftrag "pitchen", einen "share swap" von Liberty Global in Vodafone vorzubereiten? Und schwups ist "Big John" auch in Deutschland endlich am Ziel. Er wäre Mitbesitzer von Kabel Deutschland, dessen Erwerb das Bundeskartellamt ihm vor Jahren noch untersagte. Außerdem wären endlich die "alten" Kupferkoaxialnetze der Deutschen Bundespost (Deutsche Telekom) wieder unter einem Dach vereint, dem der "Liberty Vodafone" - wenn auch fest in angelsächsischer Hand. So umgeht man mal eben die Spruchpraxis des Bundeskartellamtes. Man muss nur strategisch denken, einen langen Atem haben, die Politik in Kurzlebigkeit richtig kalkulieren, die Spruchpraxis der europäischen Kartellbehörden kennen, gute Lobbyarbeit leisten und dem Ziel der eigenen Begierde zum richtigen Zeitpunkt den Weg freimachen, um einer der beiden Duopolisten in

Deutschland zu werden. Ist ja sicher nicht hinderlich, dass man diesen bei den Vergleichsverhandlungen schon "schätzen gelernt" hat. "Good Old Boys Connection" eben.

Ist schließlich in Kauf zu nehmen, dass man dem anderen (zukünftigen) Duopol-"Partner" und einem mittelständischen Wettbewerber einen zeitweisen finanziellen Wettbewerbsvorteil verschafft - gegenüber den, ohnehin für die am Vergleich lästigen Beteiligten, anderen noch verbliebenen Marktteilnehmern.

Allerdings eröffnet diese angelsächsische Unternehmermentalität wiederum hiesigen Unternehmen und deren von angelsächsischem Einfluss unabhängigen mittelständischen Unternehmen und Verbänden die Chance, mithilfe der deutschen Gerichte diese Cowboy-Attitüde im deutschen Markt einzudämmen.

Selbst wenn deutsche und europäische Wettbewerbshüter dies anders sehen wollen.

Wenn die Gallier Cäsar nicht mehr bekämpfen wollen, müssen es eben die Preußen tun. Und immer wieder gegen die Übermacht und Duopolisierung des deutschen Telekommunikationsmarkt ankämpfen.

Wenn das kein Plädoyer für den Verbandssitz und den Standort Lausitz ist, was denn dann?

Was kommt nach der Bandbreite? Zur Zukunft der Kabelnetzbetreiber

Marc Hankmann

Der Telekommunikationsriese Vodafone hat Mitte Mai 2015 seine Quartalszahlen veröffentlicht. Die Tochter Kabel Deutschland hat in den ersten drei Monaten des Jahres 123.000 Neukunden gewonnen. Dem Geschäftsbereich DSL sind hingegen 30.000 Kunden abhanden gekommen. Eine typische Entwicklung: In einem nahezu stagnierenden TK-Markt gewinnen die Kabelnetzbetreiber immer mehr Anteile. Das gelingt ihnen vornehmlich durch die Vermarktung von Internetzugängen mit hohen Bandbreiten. Doch was kommt nach der Bandbreite? Wie stehen die Kabelgesellschaften da, wenn Bandbreite nicht mehr das entscheidende Kriterium ist?

Bandbreite und immer wieder Bandbreite

Diese Fragen wurden auf dem Telecommunication Executive Circle (TEC) Ende Mai 2015 in Frankfurt am Main diskutiert. Eingeladen hatte das Beratungsunternehmen Böcker Ziemer Management Consultants, das unter dem Titel „Wachstumsrakete Breitband – warum boosten die Kabler?“ im Vorfeld der Veranstaltung 48 Experten aus der TK- und IT-Branche um ihre Einschätzung gebeten hat. Ihr Fazit: Die Kabelnetzbetreiber punkten mit Bandbreite und Preis, jedoch sind sich die Experten in Sachen Innovationskraft uneins.

Die überwiegende Mehrheit ist der Meinung, dass die Kabelnetzbetreiber ihre Erfolgsgeschichte weiter fortschreiben werden. Hat sich die maximale Bandbreite, die sogenannte Peak-Bandbreite, früher alle ein bis eineinhalb Jahre verdoppelt, so hat sich dieser Zyklus inzwischen auf acht bis neun Monate verkürzt. Allerdings ziehen die Kabler unterschiedliche Schlüsse aus dieser Entwicklung. „In Zukunft wird die Peak-Bandbreite aber nicht mehr das Verkaufsargument sein, wenn ausreichend Bandbreite zur Verfügung steht“, ist sich Dirk Brameier, Geschäftsführer der EWE TEL, sicher. Aus seiner Sicht wird dann der Content entscheiden. „Daher müssen wir aufpassen, dass wir nicht nur den Bitstromzugang bieten und der Content ganz woanders herkommt.“ Dagegen sieht Arno Wilfert, CFO der Pepcom, sein Heil gerade in der „Big pipe“. Er will auf keinen Fall eigene Dienste wie etwa Video on Demand anbieten. Seine Klientel ist die Wohnungswirtschaft.

Auslaufmodell Gestattungsvertrag?

Im Kampf um die Gestattungsverträge scheinen die Branchengrößen die Verlierer zu sein. Die Münchener Stadtwerktochter M-Net gewinnt nach Aussage ihres Vorsitzenden der Geschäftsführung Jens Prautzsch die meisten Gestattungsverträge von Kabel Deutschland. „Dabei ist nicht der Preis entscheidend, sondern die Zukunftsfähigkeit des Netzes“, so Prautzsch. Pepcom-Chef Wilfert setzt auf Flexibilität. „Wir haben uns nie mit solchen Themen wie Grundverschlüsselung beschäftigt, sondern alles, was wir kostenlos bekommen haben, auch kostenlos weitergegeben und uns ganz nach den Wünschen der Wohnungswirtschaft gerichtet“, so Wilfert auf der TEC-Tagung.

In Zukunft will die Pepcom auch weiterhin die Wohnungswirtschaft adressieren. Ob das jedoch von Erfolg gekrönt sein wird, zweifelt zumindest die Mehrheit der Befragten in der Umfrage von Böcker Ziemer an. Nur sechs Prozent der Experten sehen in diesem Bereich noch Wachstumspotenzial. Darüber hinaus ist nicht ausgeschlossen, dass die jetzt noch lukrativen Gestattungsverträge durch zukünftige Open-Access-Modelle an Attraktivität verlieren werden. Bislang halten die Kabelgesellschaften ihre Netze jedoch geschlossen. Eine Öffnung, um zum Beispiel den Breitbandausbau in Deutschland voranzutreiben, lohne sich laut Joachim Grendel, CEO der Primacom, nicht. „Die Förderung ist nicht kabeltauglich“, kritisiert er. Sie sei auf die Deutsche Telekom ausgelegt, so dass für Kabler die Einführung von Wholesale-Produkten aufgrund eines zu niedrigen TAL-Preises zu teuer sei.

„Wir sind beim Breitbandausbau ohnehin volkswirtschaftlich auf dem falschen Weg“, meint Grendel.

Während es in den Städten zu einem Überbau der Kabelnetze käme, passiere auf dem Land zu wenig. „Auf Bundesebene fehlt die Förderung komplett“, ergänzt M-Net-Chef Prautzsch, der jedoch durch den Überbau in den Städten eher das Durchbrechen des Kabelmonopols in der TV-Versorgung sieht. Prautzsch würde sehr gerne auf dem Land Glasfasernetze ausbauen, denn dort habe er keine Konkurrenz. Da alle Kunden somit auf sein Netz müssten, könne er den Ausbau besser refinanzieren. „Auf dem Land läuft der Breitbandausbau ohne die Kabelnetzbetreiber“, so Prautzsch auf der TEC-Veranstaltung.

Skepsis bei Innovationskraft

Abseits der Bandbreite ist die Meinung zur Innovationskraft der Kabler gespalten. Nur 31 Prozent der befragten Experten attestieren ihnen eine hohe Innovationskraft, 21 Prozent schätzen sie gering ein. Den Skeptikern fehlt es am Invest in Innovationen. Auch den Diskussionsteilnehmern fiel es schwer, „the next big thing“ zu nennen. Die Zukunftsvisionen reichen vom Heizungsablesen über das Monitoring von Brandmeldern bis hin zur Verbesserung des Service, da zukünftige Anwendungen, zum Beispiel im Bereich Smart Home, komplexe Anforderungen an den Nutzer stellen werden. Hier wird jedoch deutlich, dass die Netzbetreiber, alternative wie Kabler, auf Dritte angewiesen sind. So lässt sich Ultra HD nur schlecht als Innovation der Kabelnetzbetreiber verkaufen, da sie ohne Inhalte-Anbieter, die ultrahochoflösende Bewegtbilder besitzen, schlechterdings an Ultra HD herankommen werden. Gleiches gilt für vernetzte Geräte im Haushalt.

Wachstumspotenzial im B2B-Bereich

Allerdings besteht für die Kabelnetzbetreiber im Geschäftskundensektor Wachstumspotenzial. Dass sie hier noch nicht wie im B2C-Bereich durchgestartet sind, liegt laut Umfrage daran, dass es bislang keine passenden B2B-Produkte der Kabler gab. Viele Geschäftskunden fordern eine symmetrische Breitbandverbindung mit ebenso viel Mbit/s im Down- wie im Upload. Das ist für die Kabelgesellschaften jedoch aus technischen Gründen nicht leicht umzusetzen. Müssten sie auch gar nicht, meint Primacom-Chef Grendel. „Sehr viele Geschäftskunden sind mit Standardprodukten zufrieden“, so Grendel.

Einig war man sich auf dem Panel in puncto Konsolidierung: Hier ist das Ende noch nicht erreicht. „Primacom wird die Konsolidierung anführen“, gab sich Grendel selbstbewusst. Er kann sich durchaus vorstellen, auch einen Glasfasernetzbetreiber zu übernehmen, insofern er zur Primacom passe. Prautzsch warnte hingegen davor, die komplexe Integration zweier unterschiedlicher Netze zu unterschätzen. Während für die einen die Netze im Vordergrund stehen, blickt EWE-Tel-Chef Brameier bereits auf die Inhalte. Er könne sich durchaus vorstellen, mit Content- oder Diensteanbietern zu kooperieren. Eines dürfte aber sicher sein: Auch in den nächsten Jahren wird es unter den Netzbetreibern viel Bewegung geben – leider weniger im Sinne des Breitbandausbaus, wenn die passenden Rahmenbedingungen weiterhin ausbleiben.

"Tagesschau"-App: Kleines Mosaik in den Grabenkämpfen deutscher Medien

Marc Hankmann

In der digitalen Welt lösen sich viele Grenzen auf und sorgen bei einst friedvoll nebeneinander lebenden Nachbarn für heftigen Streit. So auch zwischen Verlegern und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Konkret geht es um das Angebot der "Tagesschau"-App vom 15. Juni 2011. Generell werden hier jedoch Grenzen neu gezogen. Was ist öffentlich-rechtlicher Rundfunk und was ist Presse und damit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk verboten?

Ist das noch Rundfunk oder schon Presse?

Acht Zeitungsverleger klagten gegen den NDR, der federführend die "Tagesschau"-App verantwortet. Diese App sei laut Verleger wettbewerbswidrig. Sie verstoße gegen die Regelung im Rundfunkstaatsvertrag, nach der nichtsendungsbezogene presseähnliche Angebote in Telemedien, in diesem Fall textbasierte News-Meldungen, unzulässig sind. Kurzum: Die "Tagesschau"-App ist für die Verleger Presse.

Der Meinung war auch das Landgericht Köln (LG Köln), das ein Vertriebsverbot verhängte. Dagegen ging der NDR jedoch vor und hatte in der Berufung vor dem Oberlandesgericht Köln (OLG Köln) Erfolg. Die Richter sahen sich an die Entscheidung der Niedersächsischen Staatskanzlei gebunden, die das Online-Portal tagesschau.de, das der App inhaltlich zugrunde liegt, über den Drei-Stufen-Test genehmigt hatte. Also urteilte auch das OLG: kein presseähnliches Angebot.

Konzept okay, Umsetzung fraglich

Die Verleger zogen vor den Bundesgerichtshof (BGH), der die Entscheidung des OLG Köln aufhob. Nach

Ansicht des BGH habe die Staatskanzlei lediglich das Konzept für tagesschau.de freigegeben, nicht aber die konkrete Umsetzung. Außerdem urteilten die Karlsruher Richter, dass das im RStV enthaltene Verbot presseähnlicher Telemedien eine Marktverhaltensregelung im Sinne des Wettbewerbsrechts darstelle. Das Verbot habe laut BGH unter anderem den Zweck, Presseverlage vor ungezügelter Telemedienangeboten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu schützen. Ein Verstoß gegen das Verbot könnte demnach, wie von den klagenden Verlegern behauptet, die Grundlage wettbewerbsrechtlicher Ansprüche bilden. Die Verleger klagten seinerzeit auf Unterlassung.

Das OLG Köln muss nun prüfen, ob die "Tagesschau"-App vom 15. Juni 2011 presseähnlich gewesen ist oder nicht. Laut BGH seien dabei nicht etwa die einzelnen Beiträge entscheidend, sondern ob die "Tagesschau"-App an diesem Tag in ihrer Gesamtheit der nichtsendungsbezogenen Beiträge als presseähnlich anzusehen ist. „Das ist der Fall, wenn bei diesem Angebot der Text deutlich im Vordergrund steht“, gibt der BGH vor.

Keiner ist sich des Sieges sicher

Jetzt liegt es bei den Kölner Richtern, was mehr im Vordergrund steht: Text oder Video. NDR-Intendant und ARD-Vorsitzender Lutz Marmor gibt sich weiterhin zuversichtlich. „Wir sind nach wie vor davon überzeugt, dass auch unser damaliges tagesschau.de-Angebot rechtlich zulässig war“, so Marmor. Er sei mit Blick auf die erneute Verhandlung in Köln zuversichtlich und hält dem Gegner die ausgestreckte Hand entgegen. „Auch für Kooperationen mit Verlagen sind wir weiterhin offen“, erklärt Marmor. Der Bundesverband deutscher Zeitungsverleger (BDZV) freut sich über einen Teilsieg, den er im BGH-Urteil sieht. „Damit ist klar, dass das bloße Vorhandensein eines Telemedienkonzepts keinen Freifahrtschein für jedwedes Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bedeutet“, erklärt BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff.

Einen siegessicheren Eindruck macht keiner von beiden. Vielleicht weil sie nicht wissen, wie der Rechtsstreit aus- und wie es danach weitergeht. Werden sich die Verleger auf das nächste öffentlich-rechtliche Telemedienangebot stürzen, wenn sie Recht erhalten? Wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Presse im digitalen Bereich abschaffen, wenn in der App doch der Video-Anteil überwiegt? Wie auch immer das OLG Köln entscheidet, der Streit um die "Tagesschau"-App ist ein weiteres, kleines Mosaik in den Grabenkämpfen deutscher Medien. Die Digitalisierung hat einst gezogene Grenzen zum Einsturz gebracht und jetzt kämpfen alle um ihren Besitzstand. Dabei bleibt die Entwicklung innovativer Produkte auf der Strecke. Das übernehmen dann andere, die sich mehr um die Bedürfnisse der Kunden kümmern und daher wissen, was diese wollen. Und ehe es die Öffentlich-Rechtlichen und die Presse bemerken, verschiebt sich die Aufmerksamkeit des Verbrauchers auf andere Angebote. Dann ist der Katzenjammer mal wieder groß.

Neues vom FRK

FRK zielt auf Rückabwicklung der Fusion von Unitymedia und Kabel BW

Der Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) hat beschlossen, gegen den Vergleich zwischen den Beteiligten im Beschwerdeverfahren im Rahmen des Zusammenschlusskontrollverfahrens Unitymedia/Kabel BW vorzugehen und lässt derzeit durch die Kanzlei Schalast & Partner aus Frankfurt am Main die rechtlichen Möglichkeiten prüfen.

Ende des Jahres 2011 hatte das Bundeskartellamt die geplante Übernahme von Kabel BW durch Unitymedia unter Auflagen freigegeben. Gegen diesen Freigabebeschluss legten die Deutsche Telekom und NetCologne Beschwerde zum Oberlandesgericht Düsseldorf ein. Das OLG hob den Freigabebeschluss des Bundeskartellamts im Jahr 2013 auf und untersagte damit den Zusammenschluss. Gegen diese Entscheidung hatte wiederum Unitymedia Nichtzulassungsbeschwerde zum Bundesgerichtshof eingelegt.

Nunmehr haben sich die Beteiligten Ende 2014 geeinigt: Unitymedia zahlt einen geheim zu haltenden Betrag an die Deutsche Telekom und NetCologne. In der Branche wird von einem Betrag in Höhe von 183 Millionen Euro ausgegangen. Im Gegenzug nahmen Telekom und NetCologne ihre Beschwerde zum Oberlandesgericht Düsseldorf zurück. Das Bundeskartellamt stimmte diesem Vergleich zu.

Der FRK hat nunmehr beschlossen, gegen diesen Vergleich vorzugehen und lässt nun von der Kanzlei Schalast & Partner (namentlich Prof. Dr. Christoph Schalast und Ramón Glaßl, LL.M.) eingehend prüfen, ob und gegebenenfalls wie gegen diese Entscheidung des Bundeskartellamts, dem Vergleich zwischen den Beteiligten zuzustimmen, vorgegangen werden kann. Entsprechende Anträge auf Akteneinsicht wurden beim Oberlandesgericht Düsseldorf und Bundeskartellamt gestellt.

Der Vorsitzende des FRK, Heinz-Peter Labonte, sagte hierzu: „Ziel ist ganz klar die Aufhebung des Vergleichs und die Rückabwicklung des Zusammenschlusses von Unitymedia und Kabel BW. Der

Mittelstand wird, wieder einmal, vom Bundeskartellamt allein gelassen.“ Nach Ansicht des FRK werde durch die Zahlung eines derart hohen Betrages an lediglich zwei „durchaus finanzstarke Wettbewerber“ der Wettbewerb noch stärker behindert als bereits durch den Zusammenschluss von Unitymedia und Kabel BW. Darüber hinaus erscheint dem Verband die Zahlung eines „immensen Betrages“ an lediglich zwei Wettbewerber auf dem Markt nicht geeignet, die Bedenken des Oberlandesgerichts an der Wirksamkeit der Auflagen aus dem Weg zu räumen.

FRK veranstaltet runderneuertem Fachkongress

Der Breitbandkongress des FRK am 5. und 6. Oktober 2015 erfährt eine Neuausrichtung. "Zum 25sten Gründungsjubiläum des Fachverbands Rundfunk- und BreitbandKommunikation - FRK haben wir nicht nur den Kongressnamen geändert, sondern uns gemeinsam mit der Messe Leipzig, unserem neuen Partner, einige interessante Neuerungen einfallen lassen", erklärte der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte anlässlich des Starts der neuen Webseite www.breitbandkongress-frk.de.

So werden sich der Kongress und die Aussteller auf vier Themenschwerpunkte konzentrieren, die den raschen Wandel der Medienwelt reflektieren. In vier zentralen Foren werden Antworten auf die derzeit brennenden Fragen der Medien- und Breitbandwirtschaft erarbeitet:

Forum 1 - Infrastruktur: Königsweg Glasfaser sofort oder doch Übergangsphase mit Technologiemix?

Forum 2 - Endgeräte: Bleibt der Wohnzimmer-Fernseher der Mittelpunkt oder gewinnt Mobil-TV via Smartphone/Tablet?

Forum 3 - Finanzen und Recht: Private Finanzierungskonzepte für Banken und Versicherungen in Zeiten niedriger Sparzinsen - Alternative für Altersvorsorge oder blockieren Gestattungsverträge und Urheberrecht den Breitbandausbau?

Forum 4 - Inhalte: Überlebt journalistische Qualität oder wird diese durch Amateure nivelliert? Bleibt der lineare TV-Konsum trotz interaktiver HbbTV-/Smart TV-/IPTV-Angebote? Welche Rolle spielt Multiscreen-TV im Verbreitungsmix?

Neben diesen Themen schreibt der Breitbandkongress erstmals einen Innovationspreis für Aussteller aus. Dessen Gewinner wird von den Ausstellungsbesuchern während des Kongresstages am 6. Oktober gewählt. Dabei kann jeder Aussteller sein innovativstes Produkt auf dem Kongress zur Abstimmung stellen. Zum Abschluss des Kongresses wird der Gewinner des Innovationspreises bekannt gegeben und geehrt. Unter den Teilnehmern der Abstimmung wird zudem ein wertvolles Endgerät verlost, das alle Möglichkeiten der neuen Technik bietet.

Als dritte Neuerung können sich Marktteilnehmer interaktiv zu den in Fachforen diskutierten Themen melden und mit Fragen in die Diskussionen einbringen. Bis zu zwei zusätzliche Diskutanten könnten neben den programmgemäßen Podiumsteilnehmern vorgeschlagen werden, erläuterte Labonte.

"Der Breitbandkongress passt sich mit seiner Neuausrichtung und diesen Innovationen dem 'neuen und schnelleren' Medien- und Breitbandmarkt an. Wir wollen damit zugleich den Kreis der Aussteller und Fachbesucher erweitern und neue Zielgruppen, etwa aus der Finanzwelt, für das Thema Breitband gewinnen. Der Messeplatz Leipzig bietet das ideale Umfeld hierfür", sagte Labonte.

Die Vermarktung des Kongresses und der Ausstellung hat die Messe Leipzig als Partner des FRK übernommen. Anfragen und Reservierungen können über die Webseite www.frk-breitbandkongress.de vorgenommen werden.

Breitbandausbau in strukturschwachen ländlichen Regionen

Am 10. Juni 2015 veranstaltet das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) im Rahmen des Modellvorhabens der Raumordnung mit dem Schwerpunkt Digitale Infrastruktur als regionaler Entwicklungsfaktor (MOROdigital) in Berlin eine Auftakt- und Fachkonferenz zum Thema "Breitbandausbau in strukturschwachen ländlichen Regionen".

Neben Experten-Beiträgen zum Thema Breitbandversorgung auf dem Land gibt es Einblicke in die Praxis des ländlichen Breitbandausbaus. Außerdem werden die weiteren Schritte für MOROdigital und die Anforderungen vorgestellt, die Bewerber um einen der Plätze als Modellregion erfüllen müssen. Referenten sind unter anderem Rainer Bomba (BMVI), Wilhelm Eschweiler (Bundesnetzagentur), Ulf Bauer (Breitbandbüro des Bundes), Klaus Ritgen (Deutscher Landkreistag) und Richard Krause (Breitbandkompetenzzentrum Schleswig-Holstein).

Infos & Anmeldung: <http://veranstaltung.atenekom.eu/Veranstaltungen/event.php?vnr=5-508>

18. Breitbandforum: Neue Chancen für die Glasfaser?

Glasfasernetze sollen sicherstellen, dass Haushalte und Unternehmen in Deutschland im globalen Wettbewerb bestehen können. Das 18. Breitbandforum, das die Deutsche Medienakademie am 26. August 2015 in Düsseldorf veranstaltet, will zunächst klären, wo wir diesbezüglich eigentlich stehen.

Es soll auch der Frage nachgegangen werden, ob es überhaupt Bedarf an hohen Glasfaserkapazitäten gibt, zumal kritische Stimmen meinen "1 Gbit/s braucht kein Mensch". Die sich daran anschließende Diskussion wird sich mit der Frage befassen, ob es bei FTTH/FTTB um ein Problem vom Typus "Kuh auf dem Eis" handelt und wenn ja, was man tun kann, um sie von dort herunterzuholen. Dabei geht es auch um die politische Zielsetzung, ob vorrangig private Haushalte oder Unternehmen beim Glasfaserausbau bedient werden sollen.

Zu den Referenten zählen [Bernd Sörries](#) (DIHK), Jan Schindler (FTTH Council Europe), Alessandro Lanfranconi (M7 Deutschland), Bernd Heinrichs (Cisco), Ulrich Nitschke (Deutsche Telekom), Frank Meywerk (Unitymedia), Wilhelm Eschweiler (Bundesnetzagentur) und Tobias Miethaner (BMVI).

Infos & Anmeldung: <http://www.medienakademie-koeln.de/termine/einzelansicht/18-breitband-forum-breaking-dawn-for-the-lightwave.html>

Medienanstalten starten Lokal-TV-Kongress

Die inhaltlichen, wirtschaftlichen und technischen Perspektiven des Lokalfernsehens stehen im Mittelpunkt des Lokal-TV-Kongresses am 23. und 24. September 2015 in Potsdam. Fernsehmacher, Vermarkter, Partner und Medienaufseher aus ganz Deutschland diskutieren auf der neuen Veranstaltung über aktuelle Fragen des Mediums Lokal-TV.

Der erste Tag widmet sich Vermarktung und Refinanzierung, am zweiten Tag geht es in Panels und Workshops um Programm, Qualität, Ausbildung, gemeinsame Projekte, Kooperationen und neue Ideen.

Im Lokal-TV-Kongress, der von den Landesmedienanstalten von Berlin-Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen veranstaltet wird, werden die bisherigen Lokal-TV-Tage Berlin-Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern sowie die Fernsehmesse Sachsen zusammengeführt.

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Unitymedia stellt analoge Kabelverbreitung ein

Unitymedia leitet die Abschaltung des analogen Fernsehens in seinen Kabelnetzen in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg ein. Die Kabelgesellschaft reagiere damit auf die wachsende Nachfrage nach digitalen TV-Angeboten und schaffe Platz für weitere digitale TV-Sender und HD-Programme, teilte die Tochter des US-Medienkonzerns Liberty Global in Köln mit.

Für die Erweiterung verkleinert Unitymedia in Abstimmung mit Programmanbietern und Landesmedienanstalten ab 1. Juli 2015 schrittweise das analoge TV-Angebot. Im Gegenzug kommen Anfang Juli einige neue, frei empfangbare HD-Sender hinzu. In den darauffolgenden Monaten schaltet Unitymedia weitere digitale TV-Programme auf.

Die technische Umstellung erfolgt in verschiedenen Regionen von Nordrhein-Westfalen (1. bis 8. Juli), Hessen (9. bis 14. Juli) und Baden-Württemberg (15. bis 21. Juli.) an unterschiedlichen Tagen jeweils in der Nacht. Zum Umstellungszeitpunkt entfallen im Kabelnetz einige analog verbreitete TV-Sender, darunter Sat.1 Gold, Astro TV und Bibel TV. Zudem sind weitere Programme zukünftig ausschließlich in bestimmten Zeitfenstern zu empfangen, weil sie sich mit anderen Programmen einen Sendeplatz teilen.

"Die analoge Welt ist endlich, die Zukunft digital. Die Digitalisierung bietet für Verbraucher, Kabelnetzbetreiber, Sender und Inhalte-Anbieter zahlreiche Mehrwerte wie beispielsweise eine größere Anzahl an Programmen in gestochen scharfer Bild- und Tonqualität sowie Zusatzdienste wie Video-on-Demand und den elektronischen Programmführer", sagte Christian Hindennach, Senior Vice President Privatkunden. "Um unseren Analog-Kunden einen sanften Umstieg zu ermöglichen, reduzieren wir das analoge Angebot nach und nach. In nicht allzu ferner Zukunft wird Unitymedia alle TV-Programme digital verbreiten."

Im Zuge der Änderungen verschiebt sich die analoge Programmebelegung auf den Fernsehgeräten. Kabelkunden, die ihr Fernsehprogramm noch analog empfangen, müssen einen Sendersuchlauf an ihrem TV-Gerät durchführen, um die neue Kanalsortierung zu übernehmen. Alle analog verbreiteten TV-Sender werden im Kabelnetz von Unitymedia bereits digital und unverschlüsselt ausgestrahlt. Für den

Empfang benötigen die Zuschauer lediglich einen Digitalreceiver, den sie im Fachhandel oder bei Unitymedia beziehen können, oder einen Flachbildfernseher mit eingebautem Digital-TV-Kabeltuner.

Laut "Digitalisierungsbericht 2014" der Landesmedienanstalten ist der Anteil der Digital-TV-Haushalte in Deutschland auf mehr als 84 Prozent gestiegen. Mit einem Anteil von 62,9 Prozent empfangen bisher etwa zwei Drittel aller Kabelhaushalte digitales Fernsehen. Bei Unitymedia liegt der Anteil nach eigenen Angaben bereits bei über 70 Prozent.

Der Kabelnetzbetreiber will die betroffenen Haushalte mit einer umfassenden Informationskampagne über den Digital-TV-Umstieg informieren. Auch auf einer eigens eingerichteten [Webseite](#) gibt es Informationen.

Die Schweizer Schwestergesellschaft UPC Cablecom will bereits Mitte dieses Jahres aus dem analogen Kabelfernsehen aussteigen. Ein genauer Termin, wann die Analogabschaltung bei Unitymedia erfolgt, steht noch nicht fest.

Martina Rutenbeck verlässt M7 Deutschland

Martina Rutenbeck, Geschäftsführerin von M7 Deutschland, verlässt das Unternehmen.

"Nach elf intensiven und guten Jahren habe ich mich entschieden, neue Wege zu gehen", schreibt Rutenbeck in einer E-Mail an Geschäftspartner und Kollegen. "Ich bin stolz und dankbar für die Möglichkeit, in dieser Zeit großer Umbrüche einen Beitrag zur Digitalisierung und Wettbewerbsfähigkeit unserer Branche geleistet zu haben. Das war nur möglich mit konstruktiven und fordernden Kunden und Partnern - und einem fantastischen Team."

M7 Deutschland bestätigte auf Nachfrage von MediaLABcom den Weggang Rutenbecks. Sie habe für mehr als ein Jahrzehnt den Aufbau des Kabelgeschäfts unter der Marke KabelKiosk zur führenden unabhängigen digitalen Programm- und Serviceplattform für den europäischen Kabelmarkt vorangetrieben. "Die Plattform wurde in dieser Zeit zu einem Wegbereiter bei der Digitalisierung im Kabel sowie bei der Einführung innovativer, nicht-linearer Services und Multiscreen-Dienste für Netzbetreiber", erklärte M7 Deutschland. "M7 dankt ihr für dieses außerordentliche Engagement und wünscht ihr für die Zukunft alles Gute."

Rutenbecks Geschäftsführer-Kollege Alessandro Lanfranconi bleibt weiter an Bord und Ansprechpartner für alle KabelKiosk-Partner.

Der KabelKiosk versorgt Kabelnetz-, Glasfasernetz- und IPTV-Plattformbetreiber in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Liechtenstein, Luxemburg und Südtirol mit TV-Programmen, Video-on-Demand- und Multimedia-Angeboten. Das Luxemburger Medienunternehmen M7 Group [übernahm](#) den KabelKiosk vor einem Jahr vom Satellitenbetreiber Eutelsat.

Lokal-TV - ein Zwerg, der vom Aussterben bedroht ist?

Die Zukunft des Lokalfernsehens stand im Mittelpunkt einer Diskussionsrunde auf dem Medientreffpunkt Mitteldeutschland 2015 in Leipzig. Stefan Gebhardt, medienpolitischer Sprecher der Fraktion Die Linke im Landtag von Sachsen-Anhalt, der Leipziger Medienunternehmer Detlef Stiemer, Michael Sagurna (SLM), Klaus-Dieter Böhm (Bundesverband Lokal-TV) und der Geschäftsführer des DJV Sachsen, Michael Hiller, diskutierten unter der Leitung von Moderator Ralf Siepmann vor allem über die Frage, ob und wie eine Förderung des lokalen Fernsehens sinnvoll ist.

Die Runde war sich einig, dass lokales Fernsehen - wie auch sonstige regionale Berichterstattung - eine wichtige gesellschaftliche Aufgabe zu erfüllen habe - "gerade in Zeiten, in denen den Menschen die Heimat etwas abhandengekommen ist", wie Sagurna sagte.

Ausgehend von der Entscheidung der Sächsischen Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM), Fördermittel in Höhe von 600.000 Euro für die Finanzierung der Verbreitungskosten lokaler Fernsehsender zur Verfügung zu stellen, nahm die Diskussion an Fahrt auf. Sagurna betonte, dies könne nur eine Anschubfinanzierung sein, auf Dauer müsste das Lokalfernsehen finanziell auf eigenen Füßen stehen. Ein Markt dafür sei auf jeden Fall gegeben: "Lokal wird das Erste sein, für das man gerne bezahlt."

Hiller hingegen lenkte den Blick weg von der Verbreitung hin zu den Inhalten und forderte die Verstärkung guter journalistischer Arbeit. Lokales Fernsehen müsse "authentisch wiedergeben, was in der Region passiert", sagte Hiller. Eines der Probleme sah er darin, dass in lokalen Medien viele Journalisten arbeiteten, die ihr Handwerk gerade erst erlernten.

Der Landespolitiker Gebhardt kritisierte den Widerspruch in der Politik, die einerseits großes Interesse an lokaler und regionaler Berichterstattung habe, aber andererseits öffentlich-rechtlichen Institutionen wie dem MDR eine solche Berichterstattung explizit untersage, und auch sonst herzlich wenig zur Förderung von regionalen Medien unternehme. Er verwies auf eine Initiative des Landtags von Sachsen-Anhalt, eine Image-Kampagne des Landes auch auf die lokalen Fernsehsender auszudehnen, und ihnen so

Werbeeinnahmen zu beschieren.

Böhm lobte die SLM, immer wieder einen Schritt in die richtige Richtung getan zu haben, und warb dafür, gemeinsam in den Ländern mehr Unterstützung für die lokalen Fernsehsender zu mobilisieren. Wer glaube, das das Lokal-TV eine Aufgabe zu erfüllen habe, müsse auch einen Weg finden, wie sie erfüllt werden könne, denn eine adäquate Finanzierung sei derzeit nicht gegeben: "Gegenwärtig muss man den Zwerg unter Naturschutz stellen, damit er nicht ausstirbt", sagte Böhm.

DLM will lokale Medienvielfalt bei DAB+ sicherstellen

Die Landesmedienanstalten haben sich erneut für die Stärkung vor allem lokaler und regionaler Medien und -inhalte ausgesprochen und mit Blick auf die geplante Umstellung von analoger UKW-Technik auf das Digitalradiosystem DAB+ angemahnt, lokale Vielfalt zu erhalten.

Jürgen Brautmeier, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), sagte auf dem Medientreffpunkt Mitteldeutschland 2015 in Leipzig, dass DAB+ nur dann erfolgreich sein werde, wenn es gelinge, "die heutige lokale Vielfalt, die gegenwärtig durch zahlreiche Lokal- und Regionalradios gewährleistet wird, weitestgehend auch im neuen System abzubilden und zu fördern. Auch neue Hörfunkanbieter sollten die Möglichkeit bekommen, Inhalte zu verbreiten".

Brautmeier äußerte sich auch zu den Kernaufgaben der Medienaufsicht und sagte, die Medienanstalten stünden für Meinungsvielfalt, Jugendschutz, die Wahrung der Menschenwürde und für den Nutzerschutz. Er bot eine "Moderatorenrolle" bei der Austarierung der Interessen von öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern an.

Bürgerfunkverband gegen Gebührengelder für Lokal-TV

Der Bundesverband Bürger- und Ausbildungsmedien (bvbam) hat sich dagegen ausgesprochen, überschüssige Gelder aus der Haushaltsabgabe zur Finanzierung lokaler und regionaler TV-Sender einzusetzen.

Private Rundfunkveranstalter könnten keine öffentlich-rechtlichen Aufgaben wahrnehmen, denn dies würde ebenfalls eine öffentlich-rechtliche Aufsichtsstruktur bedingen und hätte absehbar gravierende Folgen für die gesamte Rundfunk- und Aufsichtsstruktur in der Bundesrepublik, erklärte der Verbandsvorsitzende Wolfgang Rössmann in Ludwigshafen. Forderungen aus den Reihen privater Rundfunkveranstalter insbesondere auf lokaler- und regionaler Ebene, künftig - vergleichbar mit den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten - auf eine Mischfinanzierung aus Werbeeinnahmen und Rundfunkgebühren zu setzen, seien "systemwidrig". Die Krise zahlreicher lokaler- und regionaler privater Anbieter könne nicht durch den Griff in die Rundfunkgebührenkasse überwunden werden.

Der bvbam begrüßt daher die Absage der niedersächsischen Landesregierung an entsprechende Forderungen aus den Reihen lokaler und regionaler Rundfunkanbieter. "Wir gehen davon aus, dass sich die Politik und die Landesmedienanstalten letztlich ebenfalls unmissverständlich gegen die Schaffung eines neuen Mischfinanzierungssystems des privat-kommerziellen Rundfunks aussprechen werden. Andernfalls wäre es wohl nur eine Frage der Zeit, bis auch nationale Privatsender wie ProSiebenSat.1 oder RTL Gebührenansprüche erheben", erklärte der Verband.

Stattdessen fordert der bvbam eine Bestands- und Entwicklungsgarantie für die Bürger- und Ausbildungskanäle. Die Sender benötigten eine zuverlässige Finanzierung, damit sie sich weiter - auch journalistisch - professionalisieren und somit einen stärkeren Anteil nichtkommerzieller und unabhängiger Meinungsvielfalt einbringen könnten. Das wäre auch "bitter nötig" angesichts der "Verödung" der Presselandschaft insbesondere in ländlichen Regionen.

Derzeit sind über 140 Bürger- und Ausbildungssender lokal, regional oder landesweit empfangbar und erreichen pro Tag deutlich mehr als 1,1 Millionen Hörer beziehungsweise Zuschauer.

Studie beleuchtet Investitionen in Breitbandnetze im ländlichen Raum

Angesichts hoher Investitionskosten sehen sich private Marktakteure beim Auf- und Ausbau von Hochgeschwindigkeitsnetzen für schnelle Internetzugänge gerade in sehr dünn besiedelten Gebieten mit der Herausforderung einer unzureichenden Projektrentabilität konfrontiert. In einer vom Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur in Auftrag gegebenen Studie untersucht die Beratungsgesellschaft Broadband Academy daher Umsetzungsmodelle für den Aufbau solcher Netze in ländlichen Gebieten, die nicht primär auf die Bereitstellung öffentlicher Zuschüsse, sondern auf den Rückfluss der eingesetzten Investitionsmittel abzielen.

Im Mittelpunkt der in Zusammenarbeit mit der Fuldaer Kanzlei Dr. Muth & Partner verfassten Studie steht die Frage, welche Faktoren für erfolgreiche zuschussfreie Investitionsprojekte in Hochleistungsnetze in suburbanen und ländlichen Gebieten in Deutschland maßgeblich sind und welche Handlungsempfehlungen daraus abgeleitet werden können. Der Fokus der Betrachtung liegt auf einer Realisierung von Hochleistungsanschlüssen mit mindestens 50 Mbit/s (Next Generation Access, NGA) in Gebieten mit einer Besiedlungsdichte von weniger als 200 Einwohnern je Quadratkilometer

beziehungsweise Gemeinden mit weniger als 50.000 Einwohnern.

"Die Studie ist vor allem als Kompendium zu verstehen, das insbesondere kommunale Entscheidungsträger und private Investoren adressiert, die sich mit dem Ausbau von NGA-Infrastrukturen in ländlichen und suburbanen Gebieten auseinandersetzen müssen", sagte Tobias Tippelt, Geschäftsführer der Broadband Academy. Gerade für diesen Adressatenkreis liefert die Studie nach Angaben des Unternehmens Hintergrundwissen und verbessert so das Verständnis der Gesamtzusammenhänge. Leser der Studie könnten so Investitionsvorhaben zum Aufbau von Hochgeschwindigkeitsnetzen strukturierter bewerten und angehen.

Die Studie kann unter diesem [Link](#) kostenfrei als PDF-Dokument heruntergeladen werden.

Zattoo liefert IPTV für DNMG-Netzbetreiber

Die Deutsche Netzmarketing GmbH (DNMG) und der Schweizer Internet-TV-Anbieter Zattoo haben für Deutschland eine exklusive Partnerschaft geschlossen.

Die DNMG-Mitglieder können ab sofort ihren Endkunden über einen Rahmenvertrag mit Zattoo IP-basierte TV-Produkte für den Fernseher, Smartphones und Tablets unter ihrer eigenen Marke anbieten. Zattoo fungiert in diesem Modell als technischer Dienstleister, der eine Komplettlösung bietet.

Von der Heranführung der Signale über das Encodieren und Transcodieren bis zur Übergabe der fertigen IPTV-Streams in das Netz der Netzbetreiber deckt Zattoo die gesamte technische Ablauffkette ab. Zusätzlich liefert das Unternehmen für die IPTV-Set-Top-Box sowie für Mobiltelefone und Tablets die Frontend-Applikationen.

Die Set-Top-Box steuert der Karlsruher Hersteller ABOX42 mit seiner ABOX42-M20-Plattform bei, die DVB-C-typische Features wie HbbTV und Teletext unterstützt.

Die Endkundenbeziehung verbleibt vollständig bei den Netzbetreibern. Zattoo agiert als Technologiedienstleister im Hintergrund. Die Netzbetreiber können mit der White-Label-Lösung nach Angaben der Partner schnell und mit geringem Aufwand für Einrichtungs- und Fixkosten ein IPTV-Produkt einführen. Investitionen in eigene Hardware oder Software sind nicht nötig.

"Das ist für die DNMG und unsere Mitglieder ein Meilenstein, denn das Thema IPTV wird für Kabelnetzbetreiber wie auch für Glasfasernetzbetreiber immer wichtiger", sagte DNMG-Geschäftsführer Ingo Schuchert in Köln. "Wir sind daher froh, mit Zattoo einen Partner gefunden zu haben, der dieses Thema wie kaum ein anderes Unternehmen in Europa kennt und vorantreibt. Davon werden unsere Mitglieder sehr direkt profitieren, zumal wir attraktive Vorleistungspreise für ein sehr umfangreiches Leistungspaket vereinbaren konnten."

Die Partnerschaft von DNMG und Zattoo ist exklusiv. Zwar ist jedes Unternehmen frei, einen direkten Vertrag mit Zattoo zu schließen, doch wird Zattoo keinen weiteren IPTV-Rahmenvertrag mit einem anderen Verband oder Verbund von Festnetzbetreibern in Deutschland schließen. Im Gegenzug wird die DNMG keinen weiteren Rahmenvertrag mit einem anderen Anbieter einer IPTV-Plattform schließen.

Zattoo hat bereits zahlreiche [B2B-Lösungen](#) für Kabelnetzbetreiber, Mobilfunkgesellschaften und Telekommunikationsanbieter in den vergangenen vier Jahren umgesetzt, darunter Telecom Liechtenstein, Post Luxemburg, Orange Schweiz, Quickline Schweiz und netplus.ch Schweiz.

In der DNMG sind 185 deutsche Netzbetreiber zusammengeschlossen, die insgesamt rund 5,5 Millionen Haushalte mit Kabel-TV, Internet- und Telefonanschlüssen versorgen.

Primacom kauft TTVS-Kabelnetz

Primacom, der viertgrößte deutsche Kabelnetzbetreiber, hat mit Wirkung zum 15. April 2015 das Kabelnetz von Telekommunikation TV Service (TTVS) in Halle an der Saale übernommen. Mit dem Kauf, über dessen finanzielle Details Stillschweigen vereinbart wurde, versorgt das Unternehmen ab sofort - zusätzlich zu den bereits rund 36.000 Wohneinheiten in Halle - weitere 2.700 Haushalte mit TV, Telefonie und Internet.

Primacom strebt eine schnelle Integration der TTVS-Infrastruktur in das eigene Netz an und wird das Kabelnetz auf den Docsis-3.0-Standard aufrüsten. Die Kunden können damit künftig mit einer Datenrate von bis zu 150 Mbit/s im Internet surfen.

Primacom hatte im März 2015 bekräftigt, nach weiteren Übernahmezielen Ausschau zu halten.

Kabel Deutschland legt mit Internet zu

Der Breitbandinternetzugang war im Geschäftsjahr 2014/15 der größte Wachstumstreiber von Kabel Deutschland. Der Kabelnetzbetreiber gewann vom 1. April 2014 bis 31. März 2015 insgesamt 450.000

neue Internetkunden - deutlich mehr als im Vorjahr (349.000). Darin enthalten sind rund 77.000 Kunden, die vom DSL-Netz des Mutterkonzerns Vodafone auf den leistungsstärkeren Internetanschluss via Kabelnetz umgestiegen sind.

Insgesamt hat Kabel Deutschland damit 2,6 Millionen Internetkunden. Die Hälfte der Neukunden entscheidet sich für den Hochgeschwindigkeitszugang mit einer Datenrate von 100 Mbit/s, der inzwischen fast im gesamten Netz verfügbar ist. Rund zwei Millionen Haushalte können sogar 200 Mbit/s buchen.

Die Zahl der Premium-TV-Kunden (Pay-TV und Digitalrekorder) stieg um 224.000 auf 2,5 Millionen. 2,1 Millionen Kunden beziehen die privaten Free-TV-Sender gegen Aufpreis in HD-Qualität (Vorjahr: 1,7 Millionen). Insgesamt sind 70 HD-Sender bei Kabel Deutschland empfangbar.

Der Umsatz legte um 6,3 Prozent auf 2,02 Milliarden Euro zu, das operative Ergebnis um 3,3 Prozent auf 939 Millionen Euro. Der Nettogewinn betrug 239 Millionen Euro, nachdem im Vorjahr wegen der Übernahme durch Vodafone ein Verlust von 68 Millionen Euro verbucht wurde.

Kabel Deutschland baut Highspeed-Internet aus

Kabel Deutschland stellt seinen Hochgeschwindigkeitsinternetzugang mit einer Datenrate von bis zu 200 Mbit/s im Download und bis zu 12 Mbit/s im Upload ab sofort in 54 weiteren Städten zur Verfügung.

Insgesamt 720.000 neue Haushalte können damit das Angebot nutzen, unter anderem in Bremen, Cuxhaven, Oldenburg, Osnabrück und Schwerin. Der 200-Mbit/s-Anschluss ist insgesamt für rund 2,5 Millionen Kabel-Deutschland-Haushalte verfügbar. Anfang 2016 sollen es über sieben Millionen sein. Die bisherige Höchstgeschwindigkeit betrug 100 Mbit/s.

Vodafone-Chef Jens Schulte-Bockum tritt zurück

Jens Schulte-Bockum hat den Aufsichtsrat von Vodafone Deutschland über seine Absicht informiert, innerhalb des laufenden Geschäftsjahrs von seinem Amt als Vorsitzender der Geschäftsführung des Telekommunikationskonzerns zurückzutreten.

Schulte-Bockum werde das Unternehmen in der Übergangszeit weiterführen, teilte der Telekommunikationskonzern in Düsseldorf mit. Die Nachfolge werde zu gegebener Zeit bekannt gegeben.

Vodafone Deutschland musste im Geschäftsjahr 2014/15 im Vorjahresvergleich einen Umsatzrückgang von 3,2 Prozent hinnehmen, der Umsatz im Kerngeschäft Mobilfunk sank um 3,5 Prozent.

Unitymedia gewinnt 80.000 neue Horizon-Kunden

Der Kabelnetzbetreiber Unitymedia hat im ersten Quartal dieses Jahres 80.000 neue Kunden für seine Multimedia-Box Horizon gewonnen - mehr als in jedem anderen Quartal. Insgesamt nutzen damit 326.000 Haushalte in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg das Gerät das die Tochter des US-Medienkonzerns Liberty Global im September 2013 in Deutschland eingeführt hat.

Auch die Nachfrage nach hohen Internetdatenraten nahm weiter zu: Mehr als 60 Prozent aller Neukunden buchten im ersten Quartal Pakete mit Geschwindigkeiten von 120 Mbit/s oder mehr. Beim Internetzugang verzeichnete Unitymedia 35.000 neue Vertragsabschlüsse, beim Telefonanschluss kamen 27.000 dazu. Die Zahl der klassischen TV-Kabelkunden sank um 33.000. Insgesamt hat Unitymedia jetzt 2,9 Millionen Internet- und 2,8 Millionen Telefonkunden.

Fast das gesamte Unitymedia-Kabelnetz ist seit November 2014 für eine Internetdatenrate von 200 Mbit/s ausgebaut, die damit insgesamt mehr als zwölf Millionen Haushalte nutzen können.

Entertain legt auf 2,5 Millionen Kunden zu

Die Deutsche Telekom hat im ersten Quartal dieses Jahres 74.000 neue Kunden für ihre IPTV-Plattform Entertain gewonnen. Das Wachstum fiel damit geringer als im gleichen Zeitraum des Vorjahres aus, in dem Entertain 78.000 neue Kunden verzeichnete. Insgesamt hat das Angebot damit 2,52 Millionen Kunden. Vor einem Jahr waren es 2,26 Millionen Kunden.

Für ihre Glasfaseranschlüsse (VDSL/FTTH) gewann die Telekom in den ersten drei Monaten des Jahres 463.000 neue Kunden - mehr als doppelt so viele wie im ersten Quartal 2014. Insgesamt hat die Telekom 12,44 Millionen Breitbandkunden, davon haben 2,01 Millionen einen Glasfaseranschluss.

NetCologne baut Glasfasernetz aus

NetCologne hat im vergangenen Jahr über 30 Millionen Euro in den Ausbau seines Glasfasernetzes investiert. Das Kölner Unternehmen, das 2014 einen Umsatz von 259,2 Millionen Euro und ein Ergebnis vor Steuern von 7,7 Millionen Euro erzielte, verlegte dazu insgesamt über 500 Kilometer Glasfaserleitungen neu.

Von den rund 384.000 Festnetzkunden wurden Ende 2014 bereits 164.000 über das eigene

Glasfasernetz versorgt - ein Zuwachs um 15.000 im Vorjahresvergleich. Insgesamt sind rund 57.000 Gebäude an das NetCologne-Glasfasernetz angeschlossen (Vorjahr: 56.500).

"Die Nachfrage nach schnellen Verbindungen wird mit Diensten wie YouTube, maxdome und Co. immer größer. Gerade für Familien, in denen Laptops, Tablet-PCs und Smartphones parallel im Netz sind, werden hohe Bandbreiten benötigt", sagte NetCologne-Geschäftsführer Jost Hermanns. "Das zeigen auch die Wachstumszahlen der Kunden auf dem eigenen Glasfasernetz und bestärkt unsere Strategie, weiter in den Ausbau der Netze zu investieren."

Tele Columbus startet Mobilfunk

Tele Columbus, der drittgrößte deutsche Kabelnetzbetreiber, will im zweiten Halbjahr 2015 ein Mobilfunkangebot einführen. Langfristiger Partner für die mobilen Daten- und Telefondienste wird Drillisch, einer der größten netzunabhängigen Telekommunikationsanbieter Deutschlands. Eingesetzt wird das Mobilfunknetz von Telefónica O2 und der Hochgeschwindigkeits- Datenübertragungsstandard LTE.

Tele Columbus will seinen Kunden mobile Sprach- und Daten-Flatrates im Paket mit den bestehenden Kombi-Tarifen aus TV, Internet und Festnetztelefonie anbieten. Das Preismodell soll zum Marktstart bekannt gegeben werden.

Auch Kabel Deutschland und Unitymedia haben so genannte Quadruple-Play-Pakete im Portfolio.

Tele Columbus zehrt von Internet und Telefonie

Der Internet- und Telefonanschluss waren auch im ersten Quartal die Wachstumstreiber von Tele Columbus. Die Zahl der Internetkunden stieg im Vorjahresvergleich um 13,5 Prozent auf 208.000 und die Zahl der Telefonkunden um ebenfalls 13,5 Prozent auf 175.000.

Bei der Premium-TV-Kundenzahl verzeichnete der drittgrößte deutsche Kabelnetzbetreiber einen Rückgang um 2,5 Prozent auf 161.000. Die Gesamtkundenzahl verringerte sich von 1,27 auf 1,26 Millionen.

Der durchschnittliche Umsatz pro Kunde stieg um 2,5 Prozent auf 14,10 Euro. 15 Millionen Euro investierte das Unternehmen im ersten Quartal in seine Netze und Technologien - mehr als das Doppelte als im Vorjahresquartal (sechs Millionen Euro).

Sky zeigt DFB-Pokalfinale in Ultra HD

Der Pay-TV-Anbieter Sky produziert und strahlt das DFB-Pokalfinale im Berliner Olympiastadion am 30. Mai 2015 in Ultra HD aus. In über 15 ausgewählten Sportsbars wird das Spiel zwischen Borussia Dortmund und VFL Wolfsburg im neuen Bildformat zu sehen sein, das eine viermal höhere Auflösung als der HDTV-Standard bietet.

Die Lokale werden dazu mit Samsung-Ultra-HD-Fernsehern der neuesten Generation ausgestattet, deren eingebaute Tuner für den Empfang von Ultra-HD-Ausstrahlungen geeignet sind.

Für die Produktion werden elf Ultra-HD-Kameras verwendet, darunter drei Sony-HDC-4300 Kameras, die erstmals im Einsatz sind. Das Spiel wird in Echtzeit mit 35 Mbit/s HEVC und 50 Bildern/Sekunde encodiert und verschlüsselt ausgestrahlt. Gleichzeitig feiert das neue, besonders detailscharfe Kamerasystem FreeD von Replay Technologies beim DFB-Pokalfinale seine Premiere, das Sky erstmals in Europa für eine Live-Fußballübertragung einsetzt.

Seit Ende 2012 überträgt Sky Fußballspiele und Konzerte live in Ultra HD (<http://www.sky.de/ultrahd>), um Erfahrungen mit der neuen Technologie zu sammeln.

pearl.tv startet Ultra-HD-Kanal

Der erste frei empfangbare Ultra-HD-Privatsender Europas kommt aus Deutschland: Der Teleshopping-Anbieter pearl.tv startet zur IFA 2015 im September auf dem Satellitensystem Astra (19,2° Ost) einen Sender in dem neuen Bildformat, das eine viermal höhere Auflösung als der HDTV-Standard bietet. Die Muttergesellschaft des Senders, die Enstyle GmbH, hat dazu einen entsprechenden Vertrag mit dem Astra-Dienstleister SES Platform Services geschlossen, der sich um die technischen Aspekte der Ausstrahlung kümmert und das Ultra-HD-Signal auf den Satelliten bringen wird.

Der Sender soll zu 100 Prozent in Ultra HD produziert und ausgestrahlt werden. Dazu will pearl.tv seine TV-Studios bis zum Sendestart komplett umbauen. Für den Empfang benötigen die Zuschauer einen Ultra HD/4K-Fernseher, der sich für das Komprimierungsverfahren HEVC eignet.

Parallel wird pearl.tv weiterhin in herkömmlicher (SD) und hoher (HD) Bildauflösung auf Astra senden.

Jugendkanal YUNIQ in Startlöchern

Mit YUNIQ will demnächst ein interaktiver TV-Sender starten, der Zuschauer zwischen 14 und 34 Jahren

zum herkömmlichen Fernsehen zurückholen möchte. Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich erteilte der Betreibergesellschaft onMedia.TV grünes Licht auf ihrer jüngsten Sitzung in Berlin.

Der werbefinanzierte Free-TV-Kanal soll als Livestream auf der Webseite www.yuniq.tv sowie beim Internet-TV-Anbieter Zattoo und auf IPTV-Plattformen verbreitet werden.

Ergänzt wird das TV-Programm durch ein Nachrichtenangebot auf der Webseite, das täglich neue Beiträge aus den Bereichen News, Sport, Kultur, Wissen, Stars, Unterhaltung, Lifestyle, Technik und Apps umfasst, sowie durch Social-Media-Aktivitäten bei Facebook, Twitter und Instagram.

Den Zulassungsantrag für YUN!Q hat onMedia.TV bei der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) gestellt. Geschäftsführender Alleingesellschafter ist Davide Spiga.

joiz stellt sich neu auf

Der interaktive Jugendkanal joiz steht wieder auf festen Beinen. Die Sanierung sei im Wesentlichen abgeschlossen, die Finanzierung und damit der Fortbestand des Senders gesichert, teilte joiz Germany in Berlin mit. Die Gläubiger haben den Sanierungsplan einstimmig angenommen.

Als neuer Gesellschafter beteiligt sich die Mediengruppe M. DuMont Schauberg mit zunächst 20 Prozent an dem Sender - mit einer Option zur Aufstockung auf 35 Prozent. Neue Co-Geschäftsführerin an der Seite von Alexander Mazzara wird Britta Schewe, die seit dem Senderstart als Head of Content Distribution & Sales bei joiz arbeitet. Die 36-Jährige übernimmt die operative Leitung des Teams von rund 30 Mitarbeitern in Berlin.

Der Free-TV-Sender war wegen hoher Verbreitungs- und Personalkosten und geringer Werbeumsätze in eine finanzielle Schieflage geraten.

ProSieben Maxx schließt Yep!-Fenster

ProSieben Maxx, der Free-TV-Sender für ein männliches Publikum von 14 bis 39 Jahren, entfernt zum 1. Juli 2015 das Yep!-Fenster aus seinem Programm.

Die japanischen Zeichentrickserien (Animes) "Pokémon", "Yu-Gi-Oh!", "Naruto Shippuden" und "One Piece", die bislang dort liefen, zeigt ProSieben Maxx künftig unter der neuen sendereigenen Marke "Anime Action". Die Marvel-Serien "Fantastic Four", "Iron Man", "Hulk und das Team S.M.A.S.H." und "Avengers - Gemeinsam unbesiegbar" werden ab 4. Juli samstags ausgestrahlt.

Yep! war ursprünglich als eigenständiger Free-TV-Kinderkanal geplant, wurde dann jedoch lediglich ein Programmfenster bei ProSieben Maxx.

Hinter Yep!, dessen Abkürzung "Young Entertainment Programme" bedeutet, stehen die Mainstream Media AG, die auch GoldStar TV, Heimatkanal und Romance TV veranstaltet, und das auf Kinder- und Familienunterhaltung spezialisierte Lizenz- und Markenhaus m4e AG.

"Wir prüfen derzeit gemeinsam mit unseren Gesellschaftern, ob eine Weiterführung von Yep! an anderer Stelle sinnvoll ist", sagte eine Yep!-Sprecherin gegenüber MediaLABcom.

ProSiebenSat.1 kauft Putpat TV

Die TV-Gruppe ProSiebenSat.1 hat das interaktive Musikfernsehen Putpat TV übernommen. Der Internetanbieter gibt den Zuschauern die Möglichkeit, ein auf ihren Geschmack zugeschnittenes Musikprogramm via Web, Smart TV, Tablets und Smartphones zusammenzustellen.

Der kostenfreie Dienst, der sich über Werbung finanziert, hat derzeit über 3,5 Millionen registrierte Nutzer. Rainer Schütz und Tobias Trosse, die Gründer von [Putpat TV](http://PutpatTV.com), verantworten weiterhin die Geschäfte.

Von dem Zukauf, dessen Preis nicht genannt wurde, erhofft sich ProSiebenSat.1 Synergien mit seinem Videoportal MyVideo, das über einen umfangreichen Musikbereich verfügt.

Super RTL startet Online-Videothek für Kinder

Der Familienkanal Super RTL hat eine Online-Videothek für Kinder zwischen drei und 13 Jahren eingerichtet. Kivido bietet zunächst mehr als 3.500 Serienepisoden, wie das "Handelsblatt" berichtet.

Zu den Kooperationspartnern gehören das Hollywood-Studio Dreamworks ("Shrek", "Dragons"), Studio Hamburg ("Sesamstraße Classics", "Es war einmal... das Leben"), ZDF Enterprises ("Wendy", "Dschungelbuch"), Hit Entertainment ("Bob der Baumeister"), BBC Worldwide ("Planet Erde") und der Tessloff Verlag ("Was ist Was TV").

Zum Pauschaltarif von 5,99 Euro pro Monat können die Nutzer auf das gesamte Angebot zugreifen; der

Zugang ist monatlich kündbar. [Kivido](#) lässt sich 30 Tage lang kostenfrei testen. Für Kinder von drei bis sechs Jahren wird eine Version ohne Texte angeboten.

Das Angebot ist werbefrei und kann in Deutschland, Österreich und der Schweiz via PC, Smartphone und Tablet genutzt werden. Eine Offline-Funktion ermöglicht, die Sendungen zunächst herunterzuladen und dann ohne Internetverbindung anzusehen, etwa im Auto, Zug oder Flugzeug.

Gesellschafter von Super RTL sind mit je 50 Prozent die RTL Group und Walt Disney. Nachdem Disney im Januar 2014 den Disney Channel im Free-TV als Konkurrenz zu Super RTL startete, stellte das US-Studio die Belieferung des Senders mit eigenen Produktionen ein. Auch Kivido wird keine Disney-Inhalte anbieten.

Watch4 startet Online-Videothek

Der Video-on-Demand-Anbieter [Watch4](#) hat eine Online-Videothek in Deutschland, Österreich und der Schweiz gestartet, in der Internetnutzer zum monatlichen Pauschalpreis von 5,90 Euro rund 500 Stunden TV-Serien abrufen können. In der Schweiz kostet der Zugang 6,90 Franken pro Monat. Das Angebot kann vier Wochen lang kostenfrei getestet werden.

Mit dabei sind unter anderem ARD-Krimiserien wie "Schimanski", "Hauptstadtrevier", "Im Angesicht des Verbrechens" und "Hubert & Staller". Der Abo-Dienst, der im November 2014 angekündigt wurde, ergänzt den kostenfreien, werbefinanzierten Watch4-Bereich mit Nachrichten, Magazinen, Serien und Dokumentationen. Watch4 will zudem bald eine eigenproduzierte Serie ins Programm nehmen.

Hinter der im schweizerischen Luzern ansässigen Firma stehen die Medienunternehmer Philipp Rotermund, Jochen Kröhne und Helge Sasse. Der Schwerpunkt des Angebots, das bis zu acht Millionen Video Views pro Monat ausweist, liegt auf Produktionen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

ARTE startet bei Apple TV

Der Europäische Kulturkanal ARTE hat seine Mediathek ARTE+7 und das Musikportal ARTE Concert auf der Set-Top-Box Apple TV verfügbar gemacht. Die beiden kostenfreien Angebote lassen sich in den deutsch- beziehungsweise französischsprachigen Ländern Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich, Belgien und Luxemburg nutzen.

[ARTE+7](#) bietet die Möglichkeit, zahlreiche ARTE-Sendungen bis zu sieben Tage nach ihrer TV-Ausstrahlung in voller Länge abzurufen, darunter Dokumentationen, Filme, Serien, Informationssendungen und Magazine.

Die der Bühnenkunst gewidmete Plattform [ARTE Concert](#) bietet den Musik- und Tanzliebhabern jährlich 600 Aufführungen, davon die Hälfte live. Das Angebot reicht von Weltmusik und Theater über Rock, Pop, Jazz und Klassik bis zu Ballett und Oper.

Schweizer Kabelnetze: Internet treibt Wachstum an

Die Schweizer Kabelnetzbetreiber gewinnen weiterhin durch ihren Internetzugang neue Kunden, können den Verlust an TV-Kunden durch den starken Wettbewerb mit IPTV-Anbietern aber nicht aufhalten.

Ende März 2015 surften 1,18 Millionen Schweizer Haushalte übers Kabelnetz im Internet - ein Zuwachs um neun Prozent innerhalb eines Jahres (97.800 Neukunden), wie der Schweizer Kabelverband Swisscable in Bern mitteilte. Die Zahl der Telefonkunden stieg im Vorjahresvergleich um fünf Prozent auf 680.500 (32.600 Neukunden).

Den klassischen TV-Kabelanschluss meldeten hingegen 82.100 Kunden ab - ein Rückgang um drei Prozent auf 2,62 Millionen TV-Kunden.

Swisscom steigert TV-Kundenzahl

Der Schweizer Telekommunikationskonzern Swisscom hat im ersten Quartal dieses Jahres 36.000 neue Kunden für seine IPTV-Plattform Swisscom TV gewonnen. Der Zuwachs fiel damit geringer aus als im ersten Quartal 2014, in dem 52.000 neue Kunden dazu kamen.

Insgesamt hatte Swisscom TV am 31. März 1,2 Millionen Kunden. Das entspricht einem Anstieg um 14,2 Prozent innerhalb eines Jahres (149.000 Neukunden).

Das im April 2014 gestartete Angebot Swisscom TV 2.0, das erweiterte Funktionen bietet, verzeichnete Ende März 441.000 Kunden. Die Zahl der Festnetzbreitbandanschlüsse stieg innerhalb der vergangenen zwölf Monate um 75.000 auf 1,91 Millionen - ein Wachstum um 4,1 Prozent.

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910
Fax: +49 (0) 6136-85708

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

Partner:

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

Herausgeber: Heinz-Peter Labonte (V.i.S.d.P.)
Redaktionsleitung: Marc Hankmann

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)