

ABSCHAFFEN ODER AUSDEHNEN – DIE ZUKUNFT DER MEDIENREGULIERUNG

Keep it simple, stupid!

Sehr geehrte Damen und Herren,

diese Aufforderung dürfte jedem Produktentwickler bekannt sein. Ist ein Produkt zu kompliziert, bleibt es wie Blei in den Regalen liegen. Wird es zu komplex, schwindet das Interesse. Darum haben wir in dieser Ausgabe versucht, die durchaus trockenen Themen "Plattformregulierung" und "Netzneutralität" auf den Punkt zu bringen. Oder einfach gesagt: In der Diskussion um eine konvergente Medienregulierung geht es um nichts weniger, als sie auszudehnen oder in weiten Teilen abzuschaffen. Schauen sich die Medienwächter in Zukunft Intermediäre wie Google oder Facebook sowie die Benutzeroberflächen von TV-Geräteherstellern genauer an oder fällt die Machtposition der TV-Sender gegenüber Netzbetreibern?

Weitaus emotionaler und damit für den Außenstehenden noch verwirrender wird die Debatte um die Netzneutralität geführt. Nach der EU-Verordnung sitzen nun die nationalen Regulierer auf europäischer Ebene zusammen und entwickeln Leitlinien zur Umsetzung der Verordnung. Auch dabei geht es um nichts weniger als das Internet der Zukunft: Schlägt man jetzt regulatorische Pflöcke ein, um Machtmissbrauch zu vermeiden oder wartet man lieber ab, bis sich jemand beschwert und handelt dann?

Fragezeichen hinterlässt auch das Verhalten der Regierung, wenn es um die Datenspeicherung und den Datenschutz geht. Beides wird dem Kabelnetzbetreiber abverlangt, aber in der Praxis beißt sich die Katze in den Schwanz. Das schmerzt insbesondere den Mittelstand. Ein Hinweis an die Regierung auf den Satz in der Überschrift wäre eventuell hilfreich. Und als gäbe es nicht schon Vorschriften genug, müssen sich die Kabelnetzbetreiber nun auch noch Gedanken darüber machen, ob ihre Netze unter die Definition einer Kritischen Infrastruktur fallen.

Dagegen kommt die Vodafone GmbH mit einem recht einfach gestrickten Schreiben daher, mit dem sie per Postwurfsendung die Deutsche Breitbandinitiative vermeldet. Die breit(bandig) klingende Initiative entpuppt sich jedoch als etwas ganz anderes.

Von der Zukunft des breitbandigen Internets zur Zukunft des Regiostars, des letzten verbliebenden Preises für lokale und regionale Fernsehveranstalter. Der Branche geht es wirtschaftlich schlecht, sie fühlt sich zudem als Sprungbrett für

Ausgabe 33 • Juni 2016

Inhalt

[Plattformregulierung zwischen Erweiterung und Abschaffung](#)

[Netzneutralität: Das Tor zum Internet der Zukunft?](#)

[IT-Sicherheitsgesetz: Verordnung definiert Betreiber Kritischer Infrastrukturen](#)

[Arbeitsbeschaffung für Juristen oder absichtsvolle Mittelstandsbenachteiligung?](#)

[Deutsche Breitbandinitiative oder Werbegag?](#)

[„Niveau der Senderqualität stark gestiegen“: Regiostar-Macher Sebastian Richter im Interview mit MediaLABcom](#)

[Veranstaltungshinweis](#)

[Kurzmeldungen](#)

junge Talente, die den Regiostar auch dazu nutzen, um sich bei den großen TV-Sendern zu bewerben. Was Regiostar-Macher Sebastian Richter davon hält, verrät er im Interview mit MediaLABcom.

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

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

Plattformregulierung zwischen Erweiterung und Abschaffung

Marc Hankmann

Im Juni 2016 wird die Bund-Länder-Kommission ihren Ergebnisbericht zur Medienkonvergenz vorstellen. Insbesondere ihre Empfehlungen zur Plattformregulierung werden mit Spannung erwartet, da sich die Diskussion in zwei Lager gespalten hat: Der Forderung nach einer Ausdehnung der Regulierung auf neue Marktteilnehmer wie etwa Intermediäre steht der Wunsch einer Deregulierung gegenüber, den insbesondere die bereits von der Regulierung Betroffenen wie etwa Kabelnetzbetreiber äußern. Beides erscheint sinnvoll, stammen die Plattformvorschriften des Rundfunkstaatsvertrags doch aus dem Jahr 2008, als Netflix und Facebook noch in den Kinderschuhen steckten. Ob auch beides eintrifft, eine Ausdehnung der Plattformregulierung bei gleichzeitiger Abschaffung bestehender Regelungen, ist jedoch fraglich.

[Lesen Sie mehr](#)

Netzneutralität: Das Tor zum Internet der Zukunft?

Marc Hankmann

Seit Ende April 2016 ist die Netzneutralitätsverordnung der EU in Kraft. Damit ist die Debatte um die Ausgestaltung eines neutralen Internets aber nicht am Ende. Ganz im Gegenteil: Vielen Experten sind die Regelungen zur Netzneutralität zu schwammig. Deshalb wird mit Spannung erwartet, welche Leitlinien zur Verordnung das EU-Gremium namens Body of European Regulators for Electronic Communication (BEREC) im Juni 2016 veröffentlichen wird, über die die Vertreter der einzelnen nationalen Regulierungsbehörden, die dieses Gremium bilden, derzeit nachdenken.

[Lesen Sie mehr](#)

IT-Sicherheitsgesetz: Verordnung definiert Betreiber Kritischer Infrastrukturen

RA Ramón Glaß

Bereits am 25. Juli 2015 ist das [IT-Sicherheitsgesetz](#) in Kraft getreten, das für Betreiber kritischer Infrastrukturen besondere Sicherheitspflichten in Gestalt von organisatorischen, technischen und angemessenen Vorkehrungen gegen IT-Sicherheitsfälle vorsieht. Eine konkrete Definition, welche Betreiber genau betroffen sind, sollte in einer gesonderten Rechtsverordnung festgelegt werden. Hierzu hatte das Bundesministerium des Inneren (BSI) einen [Referentenentwurf](#) vorgelegt, der am 13. April 2016 verabschiedet wurde und am 2. Mai 2016 in Kraft trat.

[Lesen Sie mehr](#)

Arbeitsbeschaffung für Juristen oder absichtsvolle Mittelstandsbenachteiligung?

Heinz-Peter Labonte

Was denn jetzt, hat der Datenschutz oder "Terrorismusbekämpfung" Vorrang? Beides gleichzeitig sollen Kabelnetzbetreiber beachten, wenn sie ihren Kunden neben TV-Programmen auch Internet- und Telefoniedienste anbieten. Der Staat tritt wieder einmal sehr überzeugend auf. Gegenüber den Bürgern bzw. insbesondere den mittelständischen Dienstleistern.

[Lesen Sie mehr](#)

Deutsche Breitbandinitiative oder Werbegag?

Heinz-Peter Labonte

Endlich wird die Breitbandpolitik des Infrastrukturministers und seines regierungsinternen Wettbewerbers ernstgenommen. Es tauchen in immer mehr Bundesländern scheinbar offizielle Schreiben der Vodafone GmbH auf. Angebot: "Deutsche Breitbandinitiative: Ihre Möglichkeiten für schnelles Internet und Telefon".

[Lesen Sie mehr](#)

„Niveau der Senderqualität stark gestiegen“: Regiostar-Macher Sebastian Richter im Interview mit MediaLABcom

Marc Hankmann

Seit 2002 wird der Deutsche Regionalfernsehpreis, auch bekannt als Regiostar, verliehen. Der Regiostar würdigt das Engagement lokaler und regionaler Privatfernsehsender und ihren Beitrag zur Medienvielfalt in Deutschland. MediaLABcom sprach mit Sebastian Richter, der den Regiostar in enger Kooperation mit ausgewählten Landesmedienanstalten veranstaltet, über die Zukunft des Preises und die wirtschaftliche Situation im Lokalfernsehen.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

Geoblocking bei Sportübertragungen

Mit dem Geoblocking von Live-Sportübertragungen im Internet befasst sich eine Tagung des Verbands der Internetwirtschaft (eco) am 21. Juni 2016 in Berlin. Verantwortlich für die Blockade, die auch während der anstehenden Fußball-EM so manchem Fußballfan wieder die Laune verderben dürfte, sind die unterschiedlichen nationalen Systeme zur Rechtevergabe für Sportübertragungen.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Privatsender starten als Freenet TV via DVB-T2

Die privaten Fernsehsender der am 31. Mai 2016 startenden DVB-T2-Plattform werden unter der Bezeichnung [Freenet TV](#) vermarktet. Der Mobilfunkanbieter Freenet, der Anfang März den DVB-T2-Plattformbetreiber Media Broadcast übernommen hat, bringt seinen Markennamen damit in den Fernsehmarkt. Zunächst sind in einem vorläufigen Programmpaket RTL, Sat.1, ProSieben und VOX in Full-HD-Qualität (1080p50) in zahlreichen Ballungsgebieten zusätzlich zum bestehenden DVB-T-Programmangebot empfangbar. Auch Das Erste HD und ZDF HD sind dabei. Während die öffentlich-rechtlichen Sender frei empfangbar sind, werden die Privatsender von Anfang an verschlüsselt.

[Lesen Sie mehr](#)

Plattformregulierung zwischen Erweiterung und Abschaffung

Marc Hankmann

Im Juni 2016 wird die Bund-Länder-Kommission ihren Ergebnisbericht zur Medienkonvergenz vorstellen. Insbesondere ihre Empfehlungen zur Plattformregulierung werden mit Spannung erwartet, da sich die Diskussion in zwei Lager gespalten hat: Der Forderung nach einer Ausdehnung der Regulierung auf neue Marktteilnehmer wie etwa Intermediäre steht der Wunsch einer Deregulierung gegenüber, den insbesondere die bereits von der Regulierung Betroffenen wie etwa Kabelnetzbetreiber äußern. Beides erscheint sinnvoll, stammen die Plattformvorschriften des Rundfunkstaatsvertrags doch aus dem Jahr 2008, als Netflix und Facebook noch in den Kinderschuhen steckten. Ob auch beides eintrifft, eine Ausdehnung der Plattformregulierung bei gleichzeitiger Abschaffung bestehender Regelungen, ist jedoch fraglich.

"Level Playing Field"

Das Hauptaugenmerk der Diskussion um eine neue Plattformregulierung dreht sich um die Frage, wer in Zukunft von dieser Regulierung erfasst wird, wer also über ein gewisses Maß an Medien- und Meinungsmacht verfügt. Bisher waren von ihr eigentlich nur die Kabelnetzbetreiber betroffen, jedoch bringt das Internet auch andere Plattformen mit audiovisuellen Inhalten hervor, die bislang völlig unreguliert sind. Es bestehen keine einheitlichen Wettbewerbsbedingungen, kein "Level Playing Field".

Außerdem drohe die Gefahr, dass der Nutzer die enorme Vielfalt an Inhalten nicht mehr überblicken könne. Das gilt auch für die Kriterien, nach denen Plattformen Inhalte auswählen und präsentieren.

Dementsprechend muss eine konvergente Regulierung auch Online-Plattformen einschließen, so die Argumentation derer, die die Regulierung ausdehnen wollen.

Der souveräne Nutzer

Ein Mehr an Regulierung lehnen jedoch der Verband Deutscher Kabelnetzbetreiber (ANGA), der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und Neue Medien (Bitkom) sowie der Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI) ab. Sie setzen sich für eine Deregulierung ein, da der Nutzer unter einer größeren Vielfalt an Inhalten, Zugangswegen und Endgeräten wählen kann. Neben dem Angebot des Kabelnetzbetreibers stehen dem Nutzer auch das Portal des TV-Geräteherstellers, die HbbTV-Inhalte der Fernsehsender sowie audiovisuelle Online-Angebote (OTT) zur Verfügung, die er allesamt über seinen Smart-TV abrufen kann - ganz zu schweigen vom Zugang zu weiteren Inhalten über Smartphone, Tablet oder Laptop.

Insbesondere der ZVEI wehrt sich gegen eine Regulierung der Benutzeroberflächen von TV-Geräten und postuliert das Bild eines souveränen Nutzers, der mit all der Technik schon umzugehen weiß. Eine derartige Regulierung wäre aus Sicht der Verbände nur dann zu befürworten, wenn ein Gefährdungspotenzial für die Meinungsvielfalt erkennbar wäre. Das müsse jedoch zunächst einmal nachgewiesen werden.

Machtposition der TV-Sender

Für eine privilegierte Auffindbarkeit besteht daher nach Ansicht der Verbände überhaupt kein Anlass. Sie vermuten dahinter vielmehr die Absicht, bestehende "Besitzstände" wahren zu wollen. Es bestehe die Sorge, "dass etablierte Medienanbieter künftig Aufmerksamkeit der Zuschauer für ihre Angebote verlieren könnten", heißt es in einem Positionspapier der drei Verbände. Ziel der Vielfaltssicherung sei jedoch die Wahrung des publizistischen Wettbewerbs und nicht die Absicherung von Quoten einzelner Anbieter. Damit sind insbesondere die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gemeint, die sich für Regelungen zur Auffindbarkeit stark machen.

Die ANGA weist zudem darauf hin, dass die Machtposition der TV-Sender ohnehin immer stärker werde, da jeder Plattformbetreiber darauf angewiesen ist, ein möglichst vollständiges Produktportfolio anzubieten. Daher dürften Plattformbetreiber nach Ansicht der ANGA nicht bei dem Zugang zu Inhalten diskriminiert werden. Der Verband strebt eine Lockerung des Vermarktungsverbots für Plattformen an. Bislang dürfen Plattformbetreiber nur mit Zustimmung des Rundfunkveranstalters deren Programme und Telemedien paketieren und vermarkten.

Des Weiteren fordert der Kabelnetzbetreiberverband eine medienrechtliche Pflicht, Metadaten zu TV-Sendungen zugänglich zu machen und gemeinsam mit dem Programmsignal zu lizenzieren, damit Empfehlungssysteme und Suchmaschinen vernünftige Ergebnisse liefern. Das würde jedoch auch eine Anpassung des Urheberrechts nach sich ziehen, denn bisher ist kein TV-Sender verpflichtet, solche Daten anzubieten. Das merkt der Nutzer heute bereits am unterschiedlichen Informationsumfang des elektronischen Programmführers (EPG). Je nach TV-Sender sind es mal mehr, mal weniger oder auch gar keine Informationen über den Inhalt einer Sendung.

Transparenz bei Intermediären

Von einer Deregulierung spricht die Bundesregierung hingegen nicht. Im Rahmen der EU-Konsultation zum Regelungsumfeld für Plattformen skizziert sie in ihrer Stellungnahme die Gefahr von Monopolbildungen und Machtmissbrauch insbesondere durch die den Online-Plattformmarkt typischen Skalen- und Netzwerkeffekte. "Des Weiteren ist eine zunehmende Ausbildung vertikal integrierter Unternehmen im Internet zu beobachten", heißt es in der Stellungnahme. Marktmächtige Akteure übernehmen im Internet einerseits zentrale Funktionen beim Informationszugang und sind andererseits selbst Anbieter von Inhalten.

Daher befürwortet die Regierung Transparenzrichtlinien, die dem Nutzer vor Augen führen, nach welchen Kriterien ein Plattformbetreiber Inhalte aggregiert, selektiert und präsentiert. So sollte nach Ansicht der Regierung für den Nutzer ersichtlich sein, welchen Kriterien über den Zugang zu und den Verbleib auf einer Online-Plattform entscheiden, welche Inhalte des Plattformbetreibers und von Dritten bevorzugt werden, welche Such- und Empfehlungsergebnisse gesponsert sind und welche Inhalte aus weltanschaulicher, religiöser oder politischer Motivation heraus bevorzugt, nachgeordnet oder überhaupt nicht präsentiert werden. Auch die zentralen Kriterien der eingesetzten Algorithmen sowie deren Funktionsweisen sollen kenntlich gemacht werden. Eine Offenlegung der Algorithmen ist damit explizit nicht gemeint.

Einfluss auf die Meinungsbildung

Die Bundesregierung verlangt in ihrer Stellungnahme, das Thema Plattformen nicht allein im

Zusammenhang mit dem TK-Review der EU oder der Revision der Audiovisuellen Mediendiensterichtlinie (AVMD) zu sehen. Es müsse vielmehr das "Level Playing Field" für die Teilnehmer konvergierender Märkte geschaffen werden. "Generell gleiche Spielregeln wie digitale Neutralität, Portabilität, Interoperabilität und Offenheit von Plattformen sollen für alle Spieler auf dem gleichen Spielfeld gelten", schreibt Berlin an die EU. Dabei betont die Regierung, dass es aufgrund der hohen Bedeutung von Mediendiensten für Meinungsfreiheit und -vielfalt notwendig sein kann, die für die Verbreitung und Auffindbarkeit dieser Dienste relevanten Online-Plattformen zu regulieren - nicht nur auf nationaler, sondern auch auf europäischer Ebene. Genau das versuchen Verbände wie die ANGA, der Bitkom oder der ZVEI zu vermeiden.

Doch auch die Medienanstalten teilen die Meinung der Regierung. "Ein Ziel sollte sein, den Nutzer in die Lage zu versetzen, die Funktionsweise von Intermediären zu verstehen, und so frei entscheiden zu können, ob und welche Funktionen und Dienste er nutzt", heißt es in einem Papier der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). Gleichzeitig setzt sich die DLM für eine Abgrenzung von Intermediären und Rundfunkplattformen ein. Der Unterschied liegt für die Medienregulierer in der Tatsache, dass Intermediäre ihre Selektion mit Hilfe von Algorithmen vornehmen. Mit regulatorischen Maßnahmen will sich die DLM zunächst zurückhalten, da der Einfluss von Intermediären auf die Meinungsbildung zwar unübersehbar, jedoch zu wenig erforscht ist. Für die Medienanstalten steht jedoch schon fest, dass nur sie die Einhaltung etwaiger regulatorischer Vorgaben an Intermediäre überwachen können.

Meinungsvielfalt statt Meinungsmacht

Nicht nur die Medienanstalten wollen ein Auge auf Intermediäre werfen. Auch die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) hält es für sinnvoll, Intermediäre im Rahmen eines neuen Medienkonzentrationsrechts einzubeziehen. Sie geben einerseits Orientierung in der großen Fülle von Inhalten, können aber andererseits die Aufmerksamkeit ihrer Nutzer auf bestimmte Inhalte lenken. Da sie selbst nicht publizistisch tätig sind, ist ihnen mit dem Merkmal einer vorherrschenden Meinungsmacht zwar nicht beizukommen, aber der Gesetzgeber könnte ja die Beeinträchtigung von Meinungsvielfalt rechtlich unterbinden, wodurch sich die KEK auch mit Intermediären beschäftigen müsste.

Dass Überwacher und Regulierer für eine Ausweitung der Plattformregulierung stimmen, ist nicht weiter verwunderlich. Einzig Kartellrechtsexperten gehen davon aus, dass das bestehende Kartellrecht ausreiche (MediaLABcom [berichtete](#)). Allerdings sieht die Bundesregierung eine Schutzlücke in der Fusionskontrolle. Die Orientierung an den Umsatzerlösen, nach deren Höhe eine Fusionskontrolle vorgenommen wird oder nicht, spiegelt laut Regierung nicht den ökonomischen Wert personenbezogener Daten wieder, so dass die Bedeutung speziell junger, umsatzloser Unternehmen im digitalen Bereich nicht ausreichend erfasst werde. Eine Änderung hierzu soll mit der 9. Novelle des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen Einzug halten. Die Novelle soll zudem die Zusammenarbeit von Wettbewerbsbehörden und Medienanstalten optimieren.

Eines ist klar: Mit einem acht Jahre alten Regelwerk wird man traditionelle und Online-Plattformen in den audiovisuellen Medien nicht unter einen Hut bekommen. Die Wahrheit liegt zwischen den beiden Polen, zwischen einer radikalen Ausweitung der Plattformregulierung unter Beibehaltung bestehender Regeln und einer völligen Deregulierung. Ob die Bund-Länder-Kommission diesen Spagat hinbekommt, wissen wir, wenn sie ihren Ergebnisbericht veröffentlicht hat.

Netzneutralität: Das Tor zum Internet der Zukunft?

Marc Hankmann

Seit Ende April 2016 ist die Netzneutralitätsverordnung der EU in Kraft. Damit ist die Debatte um die Ausgestaltung eines neutralen Internets aber nicht am Ende. Ganz im Gegenteil: Vielen Experten sind die Regelungen zur Netzneutralität zu schwammig. Deshalb wird mit Spannung erwartet, welche Leitlinien zur Verordnung das EU-Gremium namens Body of European Regulators for Electronic Communication (BEREC) im Juni 2016 veröffentlichen wird, über die die Vertreter der einzelnen nationalen Regierungsbehörden, die dieses Gremium bilden, derzeit nachdenken.

Sowohl die EU-Verordnung als auch die darauf fußenden BEREC-Leitlinien könnten das Wesen des Internets auf den Kopf stellen – zum Guten oder zum Schlechten. Bei den 3. Jenaer Medienrechtlichen Gesprächen ging es um die Frage, wohin die Reise in Sachen Netzneutralität geht bzw. gehen soll. Wie stellen wir uns das Internet der Zukunft vor? Von der Antwort hängt ab, wie intensiv die Regulierung ausfällt, mit der die Netzneutralität sichergestellt werden soll. Die Experten sind sich uneins.

Der Fall Spotify

Mit dem Inkrafttreten der Netzneutralitätsverordnung kündigte die Deutsche Telekom an, das Zero Rating für den Audio-Streaming-Dienst Spotify aufzuheben. Zwar werden die durch das Spotify-Streaming

erzeugten Daten immer noch nicht auf das vom Verbraucher gebuchte Datenvolumen angerechnet, aber von der Reduzierung der Bandbreite auf 64 kbit/s, nachdem das Datenvolumen aufgebraucht wurde, ist auch Spotify betroffen, was das Audio-Streaming faktisch unmöglich macht.

Laut Sebastian Artymiak, Leiter Medientechnologie beim Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT), will die Telekom ihren Kunden damit vermitteln, dass die Einführung von Regelungen zur Netzneutralität die vom Kunden genutzten Produkte verschlechtert. Auf der Veranstaltung in Jena verwies er zudem auf das Beispiel USA, wo die Telekom-Tochter T-Mobile über 40 Audio- und über 20 Video-Streaming-Dienste verbreitet. Das klinge zwar zunächst nach Vielfalt, jedoch nicht für die Diensteanbieter, die nicht auf dieser Plattform sind. "Es kommt zu einem Ungleichgewicht zwischen den Inhaltenanbietern", sagt Artymiak. "Wenn wir aber Vielfalt und Innovationsfähigkeit im Internet wollen, ist dieser Trend nicht der richtige."

"Zur Hälfte mit Video gefüllt"

Die Verbreitung von Videos über das Internet wiegt schwer. Allein die Mediatheken von ARD, ZDF, der Mediengruppe RTL und von ProSiebenSat.1 verzeichnen monatlich rund 10 Millionen "unique" Nutzer. Pro Woche zählt ProSieben allein für die zehn beliebtesten Video-Inhalte auf der Sender-Webseite 2,5 Millionen Abrufe. Hinzu kommen Anbieter wie Netflix oder YouTube. "Das Internet ist zur Hälfte mit Video gefüllt", erklärt VPRT-Experte Artymiak.

Und dieser Markt ist kein kleiner: Die Werbeumsätze der deutschen Rundfunkanbieter im Internet liegen bei 300 Millionen Euro pro Jahr. Mit Paid Content werden jährlich 700 Millionen Euro umgesetzt. Insgesamt wiegt der deutsche Online-Videomarkt also eine Milliarde Euro – Tendenz steigend. Die Investitionen sind demnach also vorhanden. Inhaltenanbieter zahlen für die Online-Verbreitung, Endverbraucher für den Zugang. Deshalb wollen Experten wie Artymiak nicht am Best-Effort-Prinzip rütteln. Sie plädieren für eine ex-ante-Regulierung, die dieses Prinzip sichern und sich in den BEREK-Leitlinien wiederfinden soll.

Wirtschaftliche Freiheit vs. Netzneutralität

Ob eine vorwegnehmende Regulierung, die im Internet Grenzen absteckt, den Missbrauch von Marktmacht oder die Bildung von Monopolen verhindert, bezweifeln die Gegner einer ex-ante-Regulierung. Nach Meinung des Kartellrechtsexperten Professor Dr. Rupprecht Podszun von der Universität Bayreuth spricht einiges aus wettbewerblicher Sicht dagegen: Die Internet Service Provider benötigen die Freiheit, Preise selbst festzusetzen. Mit diesen Einnahmen können sie Innovationen vorantreiben, neue Produkte entwickeln. Dazu zählen auch die viel diskutierten Spezialdienste. Die Einführung solcher Dienste kann zudem zu einer verbesserten Kapazitätsauslastung führen. "Netzneutralität schränkt diese wirtschaftlichen Freiheiten ein", sagte Podszun bei den Jenaer Medienrechtlichen Gesprächen.

Allerdings sind die digitalen Märkte durch drei Besonderheiten gekennzeichnet, die sie stark beeinflussen: Netzwerkeffekte, Gatekeeper mit hoher Marktmacht und das Streben nach einer vertikalen Integration. Insbesondere der letzte Punkt führt zu sogenannten Leveraging-Effekten. Marktmächtige Player übertragen ihre Macht in andere Märkte und sorgen beispielsweise für hohe Zugangsbeschränkungen. Die Frage ist, wie derlei Tendenzen verhindert werden können.

"Schwierige Gemengelage"

Nach Podszun liegt ein Marktmissbrauch dann vor, wenn durch die Anwendung unterschiedlicher Bedingungen für gleichwertige Leistungen Handelspartner im Wettbewerb benachteiligt werden. Ob dies bei Zero Rating oder einer Verlangsamung der Datenübermittlung der Fall ist, ist jedoch Auslegungssache, denn noch ist zum Beispiel nicht festgelegt, was unter "gleichwertigen Leistungen" zu verstehen ist.

Es ergibt sich eine "schwierige Gemengelage der wettbewerblichen Wirkungen", wie Podszun in Jena erklärte. Keiner, auch nicht die BEREK-Mitglieder, kann vorhersagen, welche Auswirkungen etwaige Regulierungsvorgaben auf digitale Märkte und damit auf das Internet haben werden. Juristen sprechen in solchen Fällen von einem Entdeckungsverfahren.

Defensiv der passenden Regulierung annähern

Podszun rät daher dazu, defensiv vorzugehen, um nicht Gefahr zu laufen, dass Innovationskraft durch Regulierung abgewürgt wird. Den Vorteil einer ex-post-Regulierung sieht er insbesondere in der Chance, jeden Fall eines mutmaßlichen Machtmissbrauchs zum Beispiel im Rahmen eines Kartellverfahrens genau zu betrachten. "So können wir uns mit einer defensiven Herangehensweise einer passenden Regulierung eher annähern, als sie vorwegzunehmen, weil wir die Auswirkungen nicht kennen", sagt Podszun. Einig waren sich die Experten in Jena aber in dem Punkt, dass die Netzneutralität aus

wettbewerbsrechtlicher Sicht weniger Probleme bereitet. Wie sich medienrechtliche Vorgaben im Internet um- und durchsetzen lassen, bereitet weitaus mehr Kopfzerbrechen.

IT-Sicherheitsgesetz: Verordnung definiert Betreiber Kritischer Infrastrukturen

RA Ramón Glaßl

Bereits am 25. Juli 2015 ist das [IT-Sicherheitsgesetz](#) in Kraft getreten, das für Betreiber kritischer Infrastrukturen besondere Sicherheitspflichten in Gestalt von organisatorischen, technischen und angemessenen Vorkehrungen gegen IT-Sicherheitsfälle vorsieht. Eine konkrete Definition, welche Betreiber genau betroffen sind, sollte in einer gesonderten Rechtsverordnung festgelegt werden. Hierzu hatte das Bundesministerium des Inneren (BSI) einen [Referentenentwurf](#) vorgelegt, der am 13. April 2016 verabschiedet wurde und am 2. Mai 2016 in Kraft trat.

Diese Verordnung sieht für die Sektoren Energie, Wasser, Informationstechnik und Telekommunikation sowie Ernährung eine konkrete Definition kritischer Anlagen sowie deren Betreiber vor. Insgesamt umfasst die Rechtsverordnung etwa 680 Anlagen aus allen Sektoren, wobei die Bestimmung für jeden Sektor nach eigenen Kriterien in einem eigenen Anhang zu der Rechtsverordnung anhand bestimmter Schwellenwerte erfolgt.

Informationstechnik und Telekommunikation

Für den Bereich Informationstechnik und Telekommunikation sieht § 5 der Rechtsverordnung zunächst vor, dass Sprach- und Datenübertragung sowie Datenspeicherung und -verarbeitung kritische Dienstleistungen im Sinne des § 10 BSI-Gesetz/IT-Sicherheitsgesetz seien. Kritische Infrastrukturen in diesem Sektor sind somit zum einen Anlagen, die eine solche kritische Dienstleistung erbringen, wobei in Anhang 4 Teil 3 eine genauere Konkretisierung der jeweiligen Anlagenkategorie sowie der zu überschreitenden Schwellenwerte erfolgt. Ein öffentliches Telekommunikationsnetz ist beispielsweise dann eine Kritische Infrastruktur, wenn es mehr als 100.000 Teilnehmer versorgt. Eine Serverfarm wiederum ist als Kritische Infrastruktur einzustufen, wenn sie mehr als 25.000 laufende Instanzen im Jahresdurchschnitt abwickelt.

Energie, Wasser, Ernährung

Ähnliche Kriterien werden auch für die übrigen Sektoren in einzelnen Anhängen aufgestellt, so dass der Rechtsanwender nunmehr eindeutig feststellen kann, ob er von dem BSI-Gesetz erfasst ist oder nicht. Eine Erzeugungsanlage für Strom ist hiernach als Kritische Infrastruktur anzusehen, wenn die installierte Leistung 420 Megawatt übersteigt; ein Heizwerk für Fernwärmeversorgung beim Überschreiten von einer durchschnittlich ausgeleiteten Wärmeleistung von mehr als 260 Megawatt pro Jahr. Anlagen zur Produktion von Agrarerzeugnissen wiederum sind als Kritische Infrastruktur einzustufen, wenn die Menge der gewonnenen Agrarerzeugnisse mehr als 334.000 Tonnen pro Jahr an Speisen oder mehr als 274,5 Liter pro Jahr an Getränken erzeugen.

Überschreitung der Schwellenwerte

Sollte beispielsweise ein öffentliches Telekommunikationsnetz im Laufe des Jahres die Schwelle der 100.000 versorgten Teilnehmer überschreiten, ist es mit Stichtag 1. April des Folgejahres als Kritische Infrastruktur anzusehen und der Betreiber unterliegt den Pflichten des BSI-Gesetzes. Schließlich sieht der Entwurf vor, dass die Rechtsverordnung und die von ihr aufgestellten Kriterien vier Jahre nach Inkrafttreten nochmals zu überprüfen und zu evaluieren sind.

Angesichts der relativ hoch angesetzten Schwellenwerte dürften kleine und mittlere Unternehmen nur bedingt von den Pflichten des [IT-Sicherheitsgesetzes](#) betroffen sein. Gleichwohl empfiehlt sich natürlich eine kritische Auseinandersetzung mit den einzelnen Schwellenwerten – insbesondere, wenn die Überschreitung dieser unmittelbar bevorstehen könnte.

Ramón Glaßl ist Rechtsanwalt bei der Kanzlei Schalast & Partner. Gegründet im Jahr 1998 als Boutique für M&A und TMT berät die Kanzlei auch heute noch schwerpunktmäßig in diesen Bereichen. Darüber hinaus hat sich das Beratungsportfolio zwischenzeitlich erweitert, sodass nunmehr das gesamte Wirtschaftsrecht abgedeckt wird. Der FRK wurde bereits in früheren Verfahren vor dem Bundeskartellamt, der Bundesnetzagentur und den ordentlichen Gerichten von der Kanzlei Schalast & Partner beraten. Professor Dr. Christoph Schalast besetzt seit Juni 2015 zudem die Stelle als Justiziar des FRK.

Was denn jetzt, hat der Datenschutz oder "Terrorismusbekämpfung" Vorrang? Beides gleichzeitig sollen Kabelnetzbetreiber beachten, wenn sie ihren Kunden neben TV-Programmen auch Internet- und Telefoniedienste anbieten. Der Staat tritt wieder einmal sehr überzeugend auf. Gegenüber den Bürgern bzw. insbesondere den mittelständischen Dienstleistern.

Die Breitbandinitiative

Der Gesetz- und Verordnungsgeber will beides sichern - auf dem Rücken der Wirtschaft und insbesondere dem der mittelständischen Netzbetreiber. In der Politik gibt Infrastrukturminister Alexander Dobrindt Gutachten zur Gigabitgesellschaft in Auftrag. In der wirtschaftlichen Tagespraxis wird die Antinomie zwischen Datenschutz und Schutz vor Internetmissbrauch gepflegt. Alles unter den Pseudonymen "Breitbandinitiative", "Netzallianz", "IT-Gipfel" etc. Thema besetzt! Lasst uns die neue Sau durchs Dorf treiben. Die Widersprüche sollen die Unternehmen "draußen im Lande" auflösen.

Bei Beachtung der Datenschutzvorschriften wird diesen mit Rechtsverstößen und durch "Sicherheitsaspekte" begründeten Forderungen mit der Androhung persönlicher Repressalien gegenüber den Geschäftsführern der Kabelnetzbetreiber Nachdruck verliehen. Unter der Überschrift "Terrorismusbekämpfung etc." ist dies tendenziell immer häufiger in der Praxis festzustellen. Während die Hilfskräfte der Staatsanwaltschaften, die Polizei, nach praktikablen Wegen sucht, die gesetzgeberischen Unzulänglichkeiten gemeinsam mit den Unternehmen zu lösen, drohen Staatsanwälte schnell mal mit Haft. Wohlgemerkt auch dann, wenn der Geschäftsführer auf die Datenschutzgrundsätze hinweist.

Einerseits - andererseits

Dieser Geschäftsführer steht vor dem Dilemma: Einerseits soll er den Anforderungen der IT-Gesetzgebung genügen und einen hohen Standard beim Datenschutz und Schutz personenbezogener Daten sicherstellen. Andererseits soll er gleichzeitig den Anforderungen von Ermittlungsbehörden, wie Staatsanwaltschaft und Polizeibehörden, zur Herausgabe von kundenbezogenen Daten bezüglich der Internet- und Telefonienutzung zur Verbrechensbekämpfung nachkommen.

Ambivalente Staatsautorität

Um einen praxistauglichen Handlungsrahmen für Kabelnetzbetreiber zwischen den berechtigten Datenschutzinteressen seiner Endkunden und dem Auskunftsbegehren von Ermittlungsbehörden zu erstellen, sollten Gesetz- und Verordnungsgeber einfach mal die Erfahrungen der Netzbetriebspraktiker betrachten. Diese fordern nämlich, die genannten praktischen Antinomien beider Rechtsnormen aufzulösen. Um dies zu erreichen, sind zum Beispiel nach dem Beschluss der Mitgliederversammlung des Fachverbandes Rundfunk- und BreitbandKommunikation folgende Fragen zu beantworten und die juristischen Konsequenzen anwendungstauglich in Gesetzen und Verordnungen zu formulieren:

- a) Was muss an Daten gespeichert und wie lange vorgehalten werden?
- b) Was darf davon an Ermittlungsbehörden weitergeleitet werden?
- c) Wie werden etwaige Widersprüche in der Praxis aufgehoben?

Klare Gesetze und keine Praxisantinomien

Als Anregung für all die inzwischen kaum noch überschaubaren Initiativen von Breitbandgipfeln, Netzallianzen und Gigabitstudien sollten die Parlamente und Regierungen vielleicht zunächst einmal die praktischen Auswirkungen ihres Handelns untersuchen; zum Beispiel einfach mal die Rechtslage in den relevanten Gesetzen und Vorschriften analysieren und eine Handreichung mit den typischen Praxisfällen erarbeiten. Und diese dann den Unternehmen an die Hand geben. Das wäre doch mal eine bürgerfreundliche Verwaltung.

Aber vielleicht ist das ja gar nicht beabsichtigt. Angesichts der vielen Juristen in Parlamenten und Regierungen will man vielleicht doch lieber unter sich bleiben und alle Unternehmen dazu zwingen, einen Kollegen zu beschäftigen. Kann ja schließlich nicht jeder nach der parlamentarischen oder Regierungslaufbahn auf einen Vorstandsposten bei einem Bundesunternehmen oder einem Lobbyverband hoffen. Oder läuft es wie so vieles in dieser GroKo lediglich darauf hinaus, die Kartellierung des Breitbandmarktes und Bevorzugung des Bundesbeteiligungsunternehmens zu zementieren. Schließlich sind die Mittelständler auch deshalb politisch hinderlich, weil sie nicht durch politisch förderbare Karriereerwartungen beeinflussbar sind.

Fazit

In einem Praxistest erzielte Ergebnisse könnten sogar zeitnah in Politik und Verbänden eingebracht

werden - mit dem Ziel, die lebenspraktischen Widersprüche dieser geschilderten normativen Antinomien aufzulösen und praxisrelevant umzusetzen. Aber vermutlich ist das zu viel erwartet von einer politisch-bürokratischen öffentlichen Verwaltungsorganisation, müsste sie sich doch selbstkritisch hinterfragen. Und dies ist unter den Polit-Käseglocken der Bundes- und Landeshauptstädte und ihren subjektiven Bedeutungsselbstbespiegelungen nun wohl wirklich eine zu unrealistische Hoffnung.

Deutsche Breitbandinitiative oder Werbegag?

Heinz-Peter Labonte

Endlich wird die Breitbandpolitik des Infrastrukturministers und seines regierungsinternen Wettbewerbers ernstgenommen. Es tauchen in immer mehr Bundesländern scheinbar offizielle Schreiben der Vodafone GmbH auf. Angebot: "Deutsche Breitbandinitiative: Ihre Möglichkeiten für schnelles Internet und Telefon".

Täuschung?

Das Posthorn der Deutschen Post im Briefkopf täuscht. Es ist klarer erkennbar als der Hinweis "Postwurfspezial". Juristisch also alles sauber. Keine Täuschung! Nur ein täuschender Werbegag. Denn der/die liebe(r) Bewohner/in des jeweiligen Hauses wird im Rahmen der deutschen Breitbandinitiative über die aktuellen Möglichkeiten der schnellen Datenübertragung in "Ihrer Region" informiert.

Die Wettbewerbsillusion

Weiter heißt es, "wir freuen uns, Ihnen mitzuteilen, dass auch Ihr Haushalt einen besonders leistungsstarken Internet- und Telefonanschluss beziehen kann. Technisch wird dies über die Anbindung an unser hochmodernes VDSL-Netz ermöglicht." Kein Wort von vorhandenen, ebenfalls als regionale Ergebnisse der "Deutschen Breitbandinitiative" zu betrachtende, weil von alternativen Netzbetreibern angebotene und verfügbare leistungsfähigere Anschlussmöglichkeit.

Widerspruch in sich

Und dann folgt der harmlose Hinweis, der die Freude dann wieder nachhaltig trübt. Denn der/die liebe(r) Bewohner/in wird um Folgendes gebeten: "Nutzen Sie den kostenlosen Telefon-Service, um die Verfügbarkeit an Ihrer Adresse prüfen zu lassen und etwas über die Preisvorteile der aktuellen Angebote zur erfahren." Auf die Shops wird ebenfalls für weitere Informationen hingewiesen.

Fazit

Ist einfach ein tolles Schreiben. Der Digital-Infrastrukturminister ist über diesen Teilnehmer der Netzallianz und seiner Deutschen Breitbandinitiative sicher äußerst glücklich. Ein mittelständischer Unternehmer, in dessen breitbandigem Versorgungsgebiet dieser "Werbebrief" eingeworfen wurde, kommentierte lakonisch: "Die Werbeagentur hätte ich glatt wegen groben Unfugs nicht bezahlt und rausgeworfen". Der Mann hat aber nicht berücksichtigt, dass die Qualität der sprachlichen Präsentation beim Empfänger den Rückschluss auf die technische Leitungsfähigkeit auslöste.

„Niveau der Senderqualität stark gestiegen“: Regiostar-Macher Sebastian Richter im Interview mit MediaLABcom

Marc Hankmann

Seit 2002 wird der Deutsche Regionalfernsehpreis, auch bekannt als Regiostar, verliehen. Der Regiostar würdigt das Engagement lokaler und regionaler Privatfernsehsender und ihren Beitrag zur Medienvielfalt in Deutschland. MediaLABcom sprach mit Sebastian Richter, der den Regiostar in enger Kooperation mit ausgewählten Landesmedienanstalten veranstaltet, über die Zukunft des Preises und die wirtschaftliche Situation im Lokalfernsehen.

MediaLABcom: Herr Richter, zwischen Bambi, Deutschem Fernsehpreis und Goldener Kamera, wo steht da der Regiostar?

Sebastian Richter: Der Deutsche Regionalfernsehpreis hat natürlich keinen so hohen Bekanntheitsgrad wie die genannten Preise. Als Veranstalter und Ausrichter des Regiostars bin ich auch nicht auf Vergleiche aus. Ich interessiere mich mehr für den Nutzwert des Regiostars für die Wettbewerbsteilnehmer.

MediaLABcom: Auszeichnungen für regionale Sender hat es in der Vergangenheit mehrere gegeben. Inzwischen gibt es nur noch den Regiostar als bundesweiten Award. Haben Sie sich durchgesetzt oder ist der Regiostar einfach übriggeblieben?

Sebastian Richter: Von Beginn an setzten wir beim Regiostar auf Kontinuität und Verlässlichkeit. Das ist das oberste Gebot für alle Partner und Mitwirkende. Das ist uns dank der teilnehmenden

Landesmedienanstalten auch gelungen. Ich selbst bin stetig bemüht, allen lokalen und regionalen Sendern eine Plattform zu bieten. Zwar gibt es immer noch Sender, die nicht am Wettbewerb teilnehmen, aber wir arbeiten unermüdlich daran, das Teilnehmerfeld zu vergrößern. Gleichzeitig bin ich beeindruckt, dass sich so viele Sender jedes Jahr dem Wettbewerb stellen. Ich glaube, dass diejenigen, die über so viele Jahre hinweg am Regiostar teilnehmen, auch wissen wollen, wo sie im Vergleich mit anderen Sendern stehen.

MediaLABcom: Die Kosten der Digitalisierung bringen die Lokal- und Regionalsender an den Rand ihrer finanziellen Möglichkeiten, lokale Werbemärkte brechen weg. Drückt das auch auf die Qualität der Inhalte, über die Sie mit der Jury jedes Jahr entscheiden?

Sebastian Richter: Die Qualität der lokalen und regionalen Berichterstattung lässt sich immer verbessern. Das Niveau der Senderqualität ist jedoch stark gestiegen. Der größte Teil der Sendebeiträge hält durchaus nationalen Sehgewohnheiten stand. Daran liegt es nicht, dass sich viele Sender in einer wirtschaftlich schwierigen Lage befinden.

MediaLABcom: Welche Gründe liegen dann vor?

Sebastian Richter: Die Gründe sind im Marketing und der Werbefinanzierung zu suchen. Viele potenzielle Kunden nutzen die Senderbetreiber aus, indem sie auf der einen Seite ihre Ansprüche hoch anlegen. Sie verlangen von einem kleinen Sender die Einschaltquoten, eine Zielgruppendefinition usw. Es kommt schnell die Frage auf, wer das denn überhaupt sieht. Auf der anderen Seite ist die Aufregung groß, wenn der Lokalsender nicht über die Ankündigungen eines Unternehmens vor Ort berichtet. Dann fällt der Sender gleich in Ungnade. Viele potenzielle Werbepartner haben es nicht verstanden, was sie eigentlich an einem lokalen Fernsehsender vor Ort haben. Und darin liegt oft das Problem, dass es immer wieder lokale Sender wirtschaftlich nicht schaffen, obwohl der Zuschauer auf sein lokales Fernsehen nicht verzichten möchte. Würde hier endlich die Politik helfen und Nägel mit Köpfen machen, wären die Sender auch viel freier und müssten sich oftmals nicht so verbiegen.

MediaLABcom: Welche Unterstützung erwarten Sie von der Politik?

Sebastian Richter: Es gibt schon seit längerer Zeit die Diskussion, die lokalen Fernsehsender an der Haushaltsabgabe zu beteiligen, wofür auch der Bundesverband Lokal TV kämpft. Das würde nicht nur Arbeitsplätze sichern, sondern auch neue schaffen. Die Redaktionen hätten Planungssicherheit und die Berufsausbildung hätte endlich auch für die lokalen Sender Sinn und Nutzen, wenn Azubis nach der Ausbildung auch eingestellt werden könnten. Derzeit sind die lokalen Fernsehsender eher die Kadenschmiede für die Redaktionen von ARD & Co. Derzeit hat nur Bayern einen Zuschuss für seine lokalen Sender durchgesetzt und dort gibt es kein Sendersterben. Eigentlich sollte der öffentlich-rechtliche Rundfunk eine Grundversorgung sein. Früher gab es einen "Tatort" im Monat. Heute strahlt die ARD jede Woche einen aus, der ungefähr 1,4 Millionen Euro kostet. Bei ARD und ZDF laufen zeitgleich Kochshows, Krimis, Comedy, Talkrunden usw. Was hat das noch mit Grundversorgung zu tun?

MediaLABcom: Sie sprachen bereits die Abwanderung junger Medienschaffender zu ARD & Co. an. Viele nutzen die Auszeichnung mit dem Regiostar gerne als Sprungbrett ins öffentlich-rechtliche Fernsehen. Ist das das Schicksal der Lokalsender, die besten Köpfe zu verlieren, weil sie sie nicht bezahlen können?

Sebastian Richter: Der Deutsche Regionalfernsehpreis ist hier mittlerweile für sehr viele Mediengestalter, Moderatoren und Allrounder eine wichtige Instanz geworden. Und daher ist es in der Tat so, dass sich viele Preisträger mit dem Regiostar empfehlen. Warum auch nicht? Viel größere Sorge bereitet es mir, dass es immer mehr Sender gibt, die nicht mehr ausbilden wollen und sich auf einen festen Stamm an Mitarbeitern einstellen. Auch hier ist die Politik gefordert, den vielen kleinen Sendern eine Perspektive zu geben. Wer soll die ganzen jungen Menschen auffangen, die einen Beruf im Medienbereich erlernt haben oder lernen möchten? Denn auch die größeren Sender können nur eine gewisse Zahl an Mediengestaltern und Moderatoren aufnehmen.

MediaLABcom: Was macht den Regiostar so besonders für Medienschaffende?

Sebastian Richter: Die Jury des Regiostars ist seit Anbeginn nahezu mit den gleichen Personen besetzt, die zudem viele Azubis begleitet haben und fast alle Journalisten und Mediengestalter der lokalen Sender kennen. Darüber hinaus ist der Regiostar der einzige nationale Wettbewerb, bei dem jede Einreichung einen schriftlichen Kommentar bekommt. Dazu haben wir unter www.regiostar.tv einen aufwendigen Internetauftritt gestartet, der bereits für viel Aufsehen sorgt. Viele Medienschaffende von großen nationalen Privatsendern haben schon angefragt, ob sie teilnehmen könnten. Ebenso möchten viele Internetsender mitmachen. Das freut uns natürlich sehr, aber der Regiostar bleibt den lokalen privaten Fernsehveranstaltern vorbehalten.

MediaLABcom: Der Regiostar war über viele Jahre in Magdeburg zu Hause, gastierte in diesem

Jahr aber zum ersten Mal in Duisburg. Wo geht's 2017 hin und welche Innovationen wird es geben?

Sebastian Richter: Auf Wunsch der teilnehmenden Landesmedienanstalten findet der Regiostar nun auch bei ihnen vor Ort statt. Die Veranstaltung in Duisburg war ein voller Erfolg und NRW ein würdiger Gastgeber. Die Planungen für den Regiostar 2017 laufen bereits auf Hochtouren. Mehr kann ich aber noch nicht sagen, nur so viel: Der Ort der Preisverleihung ist absolut außergewöhnlich. Alle Details werden rechtzeitig auf unserer Webseite veröffentlicht. Ich freue mich schon auf ein Wiedersehen mit vielen Wegbegleitern.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

Geoblocking bei Sportübertragungen

Mit dem Geoblocking von Live-Sportübertragungen im Internet befasst sich eine Tagung des Verbands der Internetwirtschaft (eco) am 21. Juni 2016 in Berlin. Verantwortlich für die Blockade, die auch während der anstehenden Fußball-EM so manchem Fußballfan wieder die Laune verderben dürfte, sind die unterschiedlichen nationalen Systeme zur Rechtevergabe für Sportübertragungen. Die EU-Kommission hat kürzlich einen Verordnungsvorschlag vorgelegt, der die Zugangsregeln für Online-Inhalte europaweit vereinheitlichen soll. Wie kann es sein, dass Geoblocking in einem geeinten Europa eingesetzt wird? Brauchen wir vereinheitlichte europäische Regeln, die den grenzüberschreitenden Zugriff auf Inhalte in ganz Europa gewährleisten? Oder sollten nationale Sportübertragungen in einem globalen Internet wegen verschiedener Interessen gesondert behandelt werden? Diese und weitere Fragen sollen auf der Veranstaltung diskutiert werden. Zu den Teilnehmern zählen Alexander Scheuer (Deutsche Telekom), Lina Ehrig (Verbraucherzentrale Bundesverband), Oliver J. Süme (eco) und ein Vertreter der Deutschen Fußball Liga (DFL).

Infos & Anmeldung: <https://politik-recht.eco.de/2016/events/politalk-geoblocking-bei-sportuebertragungen-dieses-spiel-ist-in-deinem-land-leider-nicht-verfuegbar.html>

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Privatsender starten als Freenet TV via DVB-T2

Die privaten Fernsehsender der am 31. Mai 2016 startenden DVB-T2-Plattform werden unter der Bezeichnung [Freenet TV](#) vermarktet. Der Mobilfunkanbieter Freenet, der Anfang März den DVB-T2-Plattformbetreiber Media Broadcast übernommen hat, bringt seinen Markennamen damit in den Fernsehmarkt. Zunächst sind in einem vorläufigen Programmpaket RTL, Sat.1, ProSieben und VOX in Full-HD-Qualität (1080p50) in zahlreichen Ballungsgebieten zusätzlich zum bestehenden DVB-T-Programmangebot empfangbar. Auch Das Erste HD und ZDF HD sind dabei. Während die öffentlich-rechtlichen Sender frei empfangbar sind, werden die Privatsender von Anfang an verschlüsselt.

Geeignete Receiver sind am Freenet-TV-Logo erkennbar und ab sofort im Handel erhältlich. Ende Mai 2016 sollen zudem CI+-Module in den Handel kommen, mit denen sich vorhandene DVB-T2-HD-Fernseher für den Empfang der verschlüsselten Privatsender aufrüsten lassen. Mit dem Regelbetrieb von DVB-T2 HD im Frühjahr 2017 werden über Freenet TV rund 20 Privatsender ausgestrahlt. Hinzu kommen bis zu 20 öffentlich-rechtliche Programme. Zusätzlich wird es interaktive, HbbTV-basierte Zusatzdienste geben, die Internetinhalte auf den TV-Bildschirm bringen. Spezielle USB-Sticks ermöglichen zukünftig auch den Empfang auf PCs sowie eine mobile Nutzung der Inhalte über Notebooks.

Die Privatsender sind zunächst kostenfrei empfangbar. Mit Beginn des Regelbetriebs fällt für die Freischaltung ein monatliches Entgelt an, das im mittleren einstelligen Eurobereich liegt. Die ersten drei Monate sind für die Zuschauer gratis. Zum Einsatz kommt ein kartenloses Verschlüsselungssystem von Irdeto, das keine Smartcards benötigt. Damit ist Freenet TV auch für den Empfang auf mobilen Endgeräten geeignet. Die Freischaltung erfolgt ohne Vertragsbindung, beispielsweise über Prepaid-Angebote.

ProSiebenSat.1 startet kabel eins Doku

Der Dokumentations- und Reportagekanal, den ProSiebenSat.1 derzeit vorbereitet, wird die Bezeichnung kabel eins Doku tragen. Der Free-TV-Sender soll im zweiten Halbjahr 2016 starten und vor allem Männer im Alter von 40 bis 64 Jahren ansprechen, wie der Medienkonzern in München mitteilte. Senderchef wird Thorsten Pütsch, der bislang als Senior Vice President den Bereich New Channel Development bei ProSieben Sat.1 TV Deutschland verantwortete. "Kabel eins Doku wird der erste reine Doku Channel im deutschen Free-TV", sagte Pütsch. "Wir werden ein Programm mit den Schwerpunkten Geschichte, Real Crime sowie Natur und Technik gestalten." Im Oktober 2014 wurde bekannt, dass ProSiebenSat.1 einen Doku-Sender plant - damaliger Arbeitstitel: K1 Doku. Im März 2016 wurde das Vorhaben bestätigt.

Animax wird Video-on-Demand-Dienst

Der Fernsehveranstalter Sony Pictures Television Networks wandelt seinen auf japanische Zeichentrickserien (Animes) spezialisierten Pay-TV-Sender Animax zum 1. Juli 2016 in einen [Video-on-Demand-Dienst](#) um. Als herkömmlicher Fernsehkanal wird Animax im Gegenzug eingestellt, wie eine Sprecherin gegenüber MediaLABcom erläuterte. Sony Pictures Television Networks reagiert mit dem Schritt nach eigenen ANGAben auf die sehr starke non-lineare Nutzung der Animax-Inhalte und die wachsende Nachfrage der Zuschauer, das Programm zeitunabhängig auf Abruf sehen zu können. Mit der Umstellung erhält Animax ein neues Erscheinungsbild und übernimmt das Logo der japanischen Dachmarke. Zur Preisstruktur des Abrufdienstes wurden noch keine ANGAben gemacht.

Aus für NRW.TV

Der Insolvenzverwalter von NRW.TV, Rechtsanwalt Dirk Andres, hat den Geschäftsbetrieb des Regionalsenders eingestellt. Die 15 Mitarbeiter wurden darüber bereits im Rahmen einer Betriebsversammlung informiert, wie die Kanzlei AndresPartner mitteilte. Der Schritt sei erforderlich gewesen, da trotz mehrerer Interessenten kein Käufer für das insolvente Unternehmen gefunden wurde. "Ohne Investor mit einem tragfähigen Konzept können wir NRW.TV nicht fortführen", sagte Andres. Aus diesem Grund sei ihm nur die Einstellung des landesweiten Sendebetriebs geblieben. Die Mitarbeiter sind ab sofort freigestellt. NRW.TV hatte im März 2016 einen Antrag auf die Eröffnung eines Insolvenzverfahrens gestellt.

Sky startet Sport- und Kinder-Apps

Der Pay-TV-Veranstalter Sky Deutschland erweitert sein mobiles Angebot für Smartphones und Tablets und startet in diesem Jahr eine Sky-Sport-App und eine Sky-Kids-App. Das kündigte Jeremy Darroch, Group Chief Executive des britischen Mutterkonzerns, bei der Vorlage der jüngsten Quartalszahlen an. Die Sky-Kids-App, die im März bereits in Großbritannien und Irland eingeführt wurde, bietet Kindern einen geschützten Zugang zu tausenden Stunden Kinderprogramm ohne Extrakosten. Die Sky-Sport-App ist nach Sky-ANGAben inzwischen Marktführer in Großbritannien. Die Kundenzahl steigerte Sky Deutschland in den ersten drei Monaten des Jahres um 73.000 auf 4,57 Millionen Abonnenten. Der Zuwachs fiel geringer aus als im gleichen Zeitraum des Vorjahrs, in dem 103.000 neue Kunden dazu kamen. Mit drei Millionen Euro erzielte der Pay-TV-Anbieter erstmals seit der Einführung der Marke Sky einen operativen Gewinn (EBIT) in den ersten drei Monaten eines Jahres.

ProSiebenSat.1 und Sky trennen sich

ProSiebenSat.1 und Sky gehen beim Bezahlfernsehen künftig getrennte Wege. Die Pay-TV-Sender Sender Sat.1 emotions, kabel eins classics und ProSieben Fun werden nur noch bis zum 30. Juni 2016 über Sky in Deutschland und Österreich empfangbar sein, wie eine ProSiebenSat.1-Sprecherin gegenüber MediaLABcom bestätigte. "Hintergrund ist, dass ProSiebenSat.1 und Sky aufgrund unterschiedlicher strategischer Ausrichtungen eine Beendigung der Ausstrahlung der Sender zum Auslauf der Vertragslaufzeit beschlossen haben." Einzelheiten wurden nicht genannt.

Sat.1 emotions, kabel eins classics und ProSieben Fun waren bei Sky nicht für alle Abonnenten, sondern nur für Satellitenkunden über Astra (19,2° Ost) empfangbar. Der Pay-TV-Veranstalter will Branchenkreisen zufolge künftig stärker auf exklusive Programmangebote setzen. In Kürze soll etwa der neue hauseigene Fernsehkanal Sky Arts starten, der sich an Kunst- und Kulturliebhaber richtet. Das mobile Smartphone/Tablet-Angebot soll um Sky-Sport-App und eine Sky-Kids-App erweitert werden. Mit Animax, das in einen Video-on-Demand-Dienst umgewandelt wird, stehen Sky-Kunden damit ab 1. Juli 2016 insgesamt vier Sender weniger zur Verfügung.

Die Pay-TV-Kanäle von ProSiebenSat.1 bleiben auf allen anderen Verbreitungswegen empfangbar. In Deutschland wird bei Vodafone (ehemals Kabel Deutschland), Unitymedia, Entertain (Deutsche Telekom), NetCologne, Zattoo und Magine TV gesendet. In Österreich hat ProSiebenSat.1 Partnerschaften im Pay-TV-Bereich mit A1 Telekom Austria, UPC Austria und M7 Group, in der Schweiz mit UPC Cablecom und Teleclub.

Kabelnetzbetreiber gewinnen 600.000 Internetkunden

Die deutschen Kabelnetzbetreiber gewannen im vergangenen Jahr rund 600.000 Internetkunden und versorgen aktuell 6,6 Millionen Haushalte mit einem Breitband-Internetzugang. Das geht aus Branchenzahlen hervor, die der Verband Deutscher Kabelnetzbetreiber (ANGA) veröffentlicht hat. Kabelkunden buchen demnach besonders hohe Datenraten: Aktuell fragt schon jeder Dritte Kabel-Internetkunde Anschlüsse mit 100 Mbit/s und mehr nach. "Mit Angeboten von bis zu 400 Mbit/s und einer Verfügbarkeit in 72 Prozent der Haushalte bleiben die Kabelnetzbetreiber im Breitband-Internetmarkt auch 2016 auf der Überholspur", sagte ANGA-Präsident Thomas Braun in Bonn. "Der kommende Standard DOCSIS 3.1 wird die Leistungsfähigkeit der Kabelnetze ab 2017 noch einmal deutlich erhöhen."

Steigende Zahlen vermelden die Kabelnetzbetreiber auch bei der Nachfrage nach Pay-TV. Weitere 260.000 Haushalte entschieden sich 2015 für kostenpflichtige zusätzliche Programmpakete. Die

Gesamtzahl liegt damit bei 3,76 Millionen Pay-TV-Haushalten - ein Zuwachs von 7 Prozent gegenüber 2014. Die Zahl der Kabelfernsehhaushalte blieb mit 17,9 Millionen weitgehend unverändert. 72,5 Prozent der Kabelhaushalte nutzen inzwischen digitales Fernsehen. Die ANGA hält die bundesweite Abschaltung der analogen TV-Kabelprogramme bis Ende 2018 für realistisch. Als erster Kabelnetzbetreiber stellt Unitymedia am 30. Juni 2017 die analoge TV-Versorgung ein.

Tele Columbus bleibt auf Wachstumskurs

Deutschlands drittgrößter Kabelnetzbetreiber Tele Columbus hat im ersten Quartal dieses Jahres 14.000 neue Telefon- und 12.000 neue Internetkunden gewonnen. Von den insgesamt fast 3,6 Millionen angeschlossenen Haushalten surfen damit 475.000 übers Kabelnetz im Web und 441.000 telefonieren über den Kabelanschluss. 424.000 Kunden haben sich für ein Premium-TV-Produkt entschieden. Im vierten Quartal will Tele Columbus eine neue Multimedia-Plattform einführen, die alle Programme und Dienste als zentrale Anlaufstelle im Haushalt bündelt und sich auch für das neue Bildformat Ultra HD eignet. Auch die Online-Videothek maxdome wird eingebunden sein.

Deutsche Telekom baut Entertain aus

Die Deutsche Telekom hat Anfang Mai 2016 die neue Generation ihrer IPTV-Plattform Entertain eingeführt. Herzstück von [Entertain TV](#), so der neue Name, ist der neue HD-Receiver MR 400, der Live-TV, Abrufangebote, Mediatheken und Apps verbindet - inklusive Anbindung an Smartphones und Tablets. Zwei neue Funktionen sollen das Fernsehen für die Zuschauer noch komfortabler machen, sagte Michael Hagspühl, Geschäftsführer Privatkunden der Telekom Deutschland, bei der Präsentation von Entertain TV auf einer Pressekonferenz in Berlin. Mit Restart lässt sich eine laufende TV-Sendung per Tastendruck auf der Fernbedienung nochmal auf den Anfang zurücksetzen. Über die 7-Tage-Replay-Funktion können die Nutzer in der Programmübersicht bis zu eine Woche zurückspringen und ausgewählte Sendungen, die sie verpasst haben, nachträglich anschauen.

Auch weitere Drittangebote holt die Telekom auf ihre Plattform: Neben der hauseigenen Online-Videothek Videoload und dem von ProSiebenSat.1 betriebenen maxdome sind künftig auch die Abrufdienste Sky On Demand und Watchever eingebunden. Sky On Demand ist damit erstmals auf einer Drittplattform verfügbar. Netflix soll bald dazukommen. Mit Amazon laufen Gespräche über die Einbindung des Video-on-Demand-Dienstes, erklärte Hagspühl. Bei den Mediatheken kommt die ARD-Mediathek dazu.

Die neue Benutzeroberfläche soll es den Zuschauern noch leichter ermöglichen, die gewünschten Programme zu finden. Besonderheit: Die Suchfunktion umfasst nicht nur TV-Sender, sondern auch Abrufangebote und Mediatheken und gibt, zum Beispiel bei der Suche nach einer Serie, eine Übersicht darüber, wann die nächsten Folgen im Fernsehen laufen und welche Episoden auf Video-on-Demand-Portalen bereitstehen. Die Unterscheidung zwischen SD- und HD-Kanälen fällt weg: Es wird künftig nur noch die jeweils beste Bildqualität eines Senders angeboten. Für Ultra HD eignet sich die neue HD-Box MR 400 allerdings nicht. Die Telekom will abwarten, bis das neue Bildformat eine größere Marktdurchdringung in den TV-Haushalten erreicht hat, erklärte Hagspühl.

Insgesamt bietet Entertain TV über 300 TV-Sender, darunter 100 HD-Kanäle, und rund 120.000 On-Demand-Inhalte. Dazu kommen mehr als 2.000 Radiostationen. Das Premium-Angebot Entertain TV Plus ist inklusive der HD-Box MR 400 für einen Aufpreis von 14,95 Euro pro Monat zum Telefon- und Internet-Tarif "MagentaZuhause" erhältlich, weitere Tarifoptionen sollen folgen. Alle Bestandskunden können zu Entertain TV Plus wechseln: Ihren alten Receiver schicken sie dazu an die Telekom zurück und erhalten dann die neue Box. Das vor zehn Jahren gestartete IPTV-Angebot hat derzeit 2,7 Millionen Kunden. Bis Jahresende will die Telekom die 3-Millionen-Grenze überschreiten.

Telekom legt mit Entertain zu

Die Deutsche Telekom hat in den ersten drei Monaten dieses Jahres 53.000 neue Kunden für ihre IPTV-Plattform Entertain gewonnen. Das Wachstum fiel damit geringer aus als im ersten Quartal 2015, in dem 74.000 Kunden dazu kamen. Entertain hatte damit am 31. März 2016 insgesamt 2,74 Millionen Kunden; vor einem Jahr waren es noch 2,52 Millionen. Bis Jahresende will die Telekom die Marke von drei Millionen Kunden durchbrechen. Dazu beitragen soll die weiterentwickelte Plattform Entertain TV, die unter anderem eine neue Set-Top-Box und neue Funktionen umfasst.

NetCologne startet IPTV-Plattform

Die Telekommunikationsgesellschaft NetCologne hat Anfang Mai 2016 eine IPTV-Plattform gestartet. Neben einem Telefon- und Internetanschluss können NetCologne-Breitbandkunden für 9,99 Euro pro Monat bei NetTV rund 80 Fernsehsender empfangen, teilweise in HD-Qualität. Hinzu kommen 6 Euro pro Monat Gerätemiete für die Set-Top-Box. Der Zugang ist via Fernseher, Computer, Smartphone oder Tablet möglich. Die Timeshift-Funktion ermöglicht das Pausieren sowie Vor- und Zurückspulen der laufenden Sendung. Über die Smartphone-App lassen sich Aufnahmen auf der Festplatte des Receivers von unterwegs aus programmieren. Die NetTV-Box bietet zudem zahlreiche Apps, darunter die Mediatheken von ARD, ZDF, und KiKA sowie "Kicker" und "BILD". Auch die Online-Videothek maxdome ist eingebunden. Voraussetzung für NetTV ist eine Internet- oder Telefon/Internet-Flatrate mit einer Datenrate von mindestens 25 Mbit/s bei NetCologne.

Mit NetTV kann das Kölner Unternehmen auch Kunden ein TV-Paket anbieten, die außerhalb des Versorgungsbereichs des NetCologne-Kabelnetzes liegen. "Bislang haben wir TV-Dienste ausschließlich im Bereich der Wohnungswirtschaft für größere Wohneinheiten über unser Kabelnetz angeboten. Dies werden wir natürlich auch weiterhin beibehalten", sagte eine NetCologne-Sprecherin gegenüber MediaLABcom. "Das neue Produkt richtet sich an Privatkunden, die nicht über unser Kabelnetz versorgt werden, sondern ausschließlich über VDSL."

Geoblocking bleibt in Europa erlaubt

TV-Sender, Plattformbetreiber und andere Anbieter audiovisueller Werke dürfen den Zugang zu ihren Inhalten weiterhin für Internetnutzer aus anderen EU-Ländern sperren. Das geplante Verbot des so genannten Geoblockings ist vom Tisch, wie das "[Handelsblatt](#)" berichtet. Das geht aus einem EU-Verordnungsentwurf hervor, der der Zeitung vorliegt. Die EU-Kommission werde den Rechtstext voraussichtlich in Kürze veröffentlichen. Der Entwurf verbietet es zwar, Webseiten und die dort angebotenen Produkte für Bürger aus anderen EU-Staaten zu blockieren. Bereits Artikel eins stellt dem Bericht zufolge aber klar, dass audiovisuelle Dienste ausgenommen sind, etwa Spielfilme, TV-Serien oder Sportübertragungen. Die Kommission werde das Thema Geoblocking nicht mehr aufgreifen, auch nicht im Zusammenhang mit der Harmonisierung des Urheberrechts, zitiert das Blatt Quellen in Brüssel. Die Lobbyisten der Filmindustrie und Sportrechteinhaber, die die lukrative kleinteilige, länderspezifische Rechtevergabe beibehalten wollen, haben sich damit durchgesetzt.

ProSiebenSat.1 erwägt Kartellbeschwerde gegen Amazon

ProSiebenSat.1 prüft eine Beschwerde beim Bundeskartellamt gegen die Geschäftspraxis von Amazon, seinen Video-on-Demand-Dienst bei Amazon Prime gebündelt mit anderen Diensten anzubieten, weil dies ein unzulässiges Kopplungsgeschäft darstelle. Der Münchner Medienkonzern sei bereits bei der Wettbewerbsbehörde in der Sache vorstellig geworden, berichtet das "[Handelsblatt](#)" unter Berufung auf Branchenkreise. Formell habe man zwar noch keine Beschwerde gegen das Geschäftsgebaren des Wettbewerbers eingeleitet. Das sei aber nur eine Frage der Zeit. Eine offizielle Stellungnahme lehnt ProSiebenSat.1 dem Bericht zufolge dazu ab.

Amazon Prime Video ist über die Mitgliedschaft bei Amazon Prime zugänglich, die 49 Euro pro Jahr kostet - das entspricht 4,08 Euro pro Monat. Konkurrenten wie das von ProSiebenSat.1 betriebene maxdome sowie Netflix oder Watchever verlangen mindestens 7,99 Euro pro Monat, also fast doppelt so viel. Allerdings bindet Amazon seine Prime-Kunden in Einjahresverträge, während die Wettbewerber ein monatliches Kündigungsrecht einräumen. Mit monatlicher Kündigungsfrist ist Amazon Prime Video für 7,99 Euro pro Monat erhältlich.

ProSiebenSat.1 stellt MyVideo neu auf

Der Medienkonzern ProSiebenSat.1 baut sein Videoportal [MyVideo](#) um. Die Plattform, die derzeit gestaltet wird, soll die digitalen TV-Angebote und die Online-Videothek maxdome ergänzen, wie ein ProSiebenSat.1-Sprecher gegenüber MediaLABcom erklärte. Im Mittelpunkt stehe weiterhin der Bereich Video und Entertainment. Die von Nutzern erstellten Inhalte wurden im Zuge der Neupositionierung bereits im Herbst 2015 entfernt. Die TV-Inhalte von Sat.1, ProSieben und anderen ProSiebenSat.1-Sendern werden zudem inzwischen nicht mehr bei MyVideo, sondern ausschließlich auf den Senderportalen angeboten.

Derzeit fungiert die Webseite als so genannte Premium Content Discovery Platform: In Trailern werden neue Kinofilme, Serien, Games und DVDs präsentiert. Unabhängig von der MyVideo-Neupositionierung arbeitet der überwiegende Teil des alten MyVideo-Teams in Berlin nach Angaben des Sprechers derzeit an einem neuen linearen Video-Angebot, das ebenfalls noch in diesem Jahr starten soll. Dabei will man verstärkt mit kleineren Produktionsfirmen aus dem In- und Ausland kooperieren und neue Zielgruppen mit Special-Interest-Angeboten ansprechen.

Norbert Hölzle wird neuer Astra-Chef

Norbert Hölzle, Senior Vice President Commercial Europe des Satellitenbetreibers SES, wird neuer Geschäftsführer der deutschen Niederlassung Astra Deutschland. Hölzle übernimmt den Posten zusätzlich zu seiner bisherigen Funktion, wie das Unternehmen in Unterföhring bei München mitteilte. Wolfgang Elsässer, Geschäftsführer von Astra Deutschland und Vice President Sales Central Western Europe der SES, hat den Satellitenbetreiber zum 1. Mai 2016 verlassen. "Nach mehr als einer Dekade Astra ist jetzt der Zeitpunkt gekommen, mich einer neuen beruflichen Herausforderung zu stellen. Ich verlasse das Unternehmen in aller Freundschaft und möchte mich bei unseren Partnern für die stets fruchtbare und hervorragende Zusammenarbeit bedanken", sagte Elsässer. Details zu seiner beruflichen Zukunft nannte er nicht.

HD+ zeigt Kinder-TV in Ultra HD

Der Astra-Plattformbetreiber HD+ und Your Family Entertainment, Veranstalter der Kinder- und Familiensender Fix&Foxi TV und RiC TV, zeigen die Kinderserie "Helden der Stadt" im neuen Bildformat Ultra HD. Die Ausstrahlung erfolgt auf dem Vorführkanal [UHD1](#) by Astra/HD+ auf dem Satellitensystem

Astra (19,2° Ost). Die Abenteuer von Paul Polizei und Fiona Feuerwehr sind samstags um 7 Uhr und sonntags um 14.30 Uhr zu sehen; gezeigt werden vier Folgen der zweiten Staffel. Die Zeichentrickserie können alle HD+-Kunden mit Ultra-HD-Fernseher empfangen. Ähnliche Kooperationen zur Ausstrahlung einzelner Sendungen in Ultra HD hatte die Tochter des Astra-Satellitenbetreibers SES zuvor bereits mit BonGusto, ARTE, Marco Polo TV, Spiegel TV Wissen, Spiegel Geschichte und Deluxe Music vereinbart.

Lokal-TV bleibt auf Satellit

Die lokalen Fernsehsender aus Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern können ihre Programme weiterhin für Satellitenhaushalte über Astra (19,2° Ost) verbreiten. Die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) und die Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (MMV) haben beschlossen, ihre finanzielle Förderung des gemeinsamen Satellitenkanals [BB-MV-Lokal-TV](#) über das Jahr 2016 hinaus fortzusetzen. "Außerhalb der größeren Städte ist Satellit der meistgenutzte TV-Empfangsweg", sagte MABB-Direktorin Anja Zimmer. "Mehr als die Hälfte der Brandenburger Haushalte könnte ohne das Projekt gar kein Lokal-TV empfangen. Gleichzeitig wissen wir, dass wir gemeinsam noch mehr für die Bekanntheit des Projekts tun müssen und fordern das auch von unseren Sendern. Die Verlängerungsentscheidung ist als Signal zu bewerten, dass wir dazu bereit sind."

Das Projekt von MABB und MMV, das 2013 gestartet ist und zunächst auf drei Jahre befristet war, ermöglichte erstmals den Satellitenempfang der Lokal-TV-Programme aus Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern. Die beiden Medienanstalten haben dazu einen 24-Stunden-Kanal auf Astra in herkömmlicher Bildqualität (SD) angemietet, dessen Sendezeit sich insgesamt 18 Lokalsender aus den drei Bundesländern teilen. Über das begleitende Multimedia-Angebot im HbbTV-Standard lassen sich die Programme zudem jederzeit auf Abruf ansehen. Ähnliche Lokal-TV-Satellitenprojekte gibt es auch in anderen Bundesländern.

Schweiz: Kabel verliert, IPTV gewinnt

Der Schweizer Telekommunikationskonzern Swisscom hat die Zahl seiner IPTV-Kunden im ersten Quartal 2016 um 36.000 auf insgesamt 1,37 Millionen gesteigert. In den vergangenen zwölf Monaten kamen 166.000 Kunden dazu - das entspricht einem Wachstum um 13,8 Prozent innerhalb eines Jahres. Zwei Drittel der Kunden nutzen den cloudbasierten Dienst Swisscom TV 2.0. Die Zahl der Breitband-Internetkunden stieg im Vorjahresvergleich um 60.000 auf 1,97 Millionen. Die Schweizer Kabelnetzbetreiber hingegen verloren in den vergangenen zwölf Monaten 127.000 TV-Kunden - ein Rückgang um 4,8 Prozent. Die Schweiz zählte damit am 31. März 2,49 Millionen Kabel-TV-Haushalte (31. März 2015: 2,62 Millionen). 1,22 Millionen Haushalte surfen via Kabelnetz im Internet - ein Wachstum um 37.400 Haushalte im Vorjahresvergleich.

Quickline zeigt Fußball-EM-Spiele in Ultra HD

Die Schweizer Kabelnetzbetreiber des Verbunds Quickline strahlen ausgewählte Spiele der Fußball-EM 2016 in Ultra HD aus. Im neuen Bildformat werden das Eröffnungsspiel sowie alle Partien ab dem Viertelfinale zu sehen sein. Die Übertragungen stammen vom öffentlich-rechtlichen Fernsehsender SRF zwei, der einzelne Spiele in Ultra HD verbreitet. Mit Quickline gelangen die Ultra-HD-Ausstrahlungen zur Fußball-EM erstmals in Schweizer Kabelnetze. Der Konkurrent Swisscom verbreitet die Live-Spiele von SRF zwei im neuen Bildformat auf seiner IPTV-Plattform. Im Quickline-Verbund haben sich 24 unabhängige Netzbetreiber zusammengeschlossen, die insgesamt rund 420.000 Haushalte versorgen.

N24 Austria auf Sendung

Der Nachrichtenkanal N24 hat am 1. Mai 2016 eine Version seines Senders für Zuschauer in Österreich gestartet. Zunächst gibt es nur spezielle Werbeinseln für die Alpenrepublik, ab Juni 2016 informiert N24 Austria über den ganzen Tag in einem Laufband sowohl über österreichische als auch internationale Nachrichten. Mittelfristig sind auch eigene österreichische Sendungen geplant. Hierzu finden derzeit Gespräche mit potenziellen Partnern statt, wie der Sender mitteilte. Für Zuschauer in der Schweiz bietet N24 bereits seit 2013 eine landesspezifische Version seines Senders an.

ProSiebenSat.1 startet 4 News in Österreich

Der Medienkonzern ProSiebenSat.1 will im Herbst 2016 einen Nachrichten- und Dokumentationskanal in Österreich starten. Schon ab Sommer soll [4 News](#), so der Name, im Internet sowie als App für Smartphones und Tablets (iOS/Android) verfügbar sein, sagte Markus Breitenecker, Geschäftsführer der Österreich-Tochter ProSiebenSat.1 Puls 4, dem österreichischen Branchenmagazin "[Horizont](#)". Mit dem Start als TV-Sender beginnt die Kabel- und Satellitenverbreitung. Das gesamte Angebot wird kostenfrei und werbefinanziert sein.

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

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

Partner:

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

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

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)