

SO SIEHT DIE BREITBANDFÖRDERUNG FÜR DEN MITTELSTAND AUS

Money makes the world go round

Ausgabe 43 • April 2017

Sehr geehrte Damen und Herren,

wie die Überschrift verdeutlicht, sorgt Geld für Bewegung. Tiefbauer sollen die Schaufel in die Hand nehmen und Gräben für neue Glasfaserleitungen graben – insbesondere zu nicht erschlossenen Gewerbegebieten. Als Motivation hat die Bundesregierung hierfür ein eigenes Förderprogramm aufgelegt und das Breitbandbüro auf Roadshow geschickt. Doch bekanntlich steckt der Teufel im Detail.

Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk existieren jedoch so viele Details, dass keine der politischen Parteien über ein Patentrezept verfügt, wie ARD und ZDF in Zukunft finanziert werden sollen, zu vielfältig sind die Herausforderungen, wie eine Diskussionsrunde des Deutschen Journalistenverbands mit den medienpolitischen Parteisprechern aus NRW belegt. Ein besonderes Bonmot lieferte hierzu der NRW-Vorsitzende der AfD, Marcus Pretzell.

Ums liebe Geld geht es auch im Preiskampf zwischen der Deutschen Telekom AG und Vodafone Kabel Deutschland. Unser Rechtsexperte Ramón Glaßl hat den Fall, der vorm Bundesgerichtshof (BGH) verhandelt wurde, bereits in der vergangenen Ausgabe beleuchtet. Jetzt hat der BGH die Begründung nachgeliefert, die auch auf bestehende Altverträge abzielt.

Einen weiteren Experten, nämlich in Sachen Unternehmensübergabe, lassen wir im Interview zu Wort kommen: Klaus-Peter Tiemann, Geschäftsführer der RFT Kabel Brandenburg GmbH, rät nicht nur dazu, die Nachfolge möglichst früh zu regeln, sondern gibt auch Tipps, wie man die Unternehmensübergabe am besten gestaltet. Nachfolgeregelungen stehen bis 2018 bei über 600.000 mittelständischen Unternehmen an. Und bei denen soll der Rubel ja in Zukunft weiter rollen.

Kurzmeldungen sowie Neues vom BLTV runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

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

Inhalt

[Wenn der Senior in Rente geht: Herausforderungen der Unternehmensübergabe](#)

[Breitband für den Mittelstand – wie Gigabit ins Gewerbegebiet kommen soll](#)

[Stiftung, Fonds oder Steuer? Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks](#)

[Preiskampf zwischen Telekom und Vodafone: BGH-Urteilsbegründung nimmt marktbeherrschende Unternehmen in die Pflicht](#)

[Neues vom BLTV](#)

[Kurzmeldungen](#)

In mehreren hunderttausend mittelständischen Unternehmen steht die Zukunft auf dem Spiel, denn die amtierenden Geschäftsführer müssen die Nachfolge regeln. Die Möglichkeiten der Unternehmensübergabe sind vielfältig. Klaus-Peter Tiemann, Geschäftsführer der RFT Kabel Brandenburg GmbH, hat seine Nachfolge bereits in die Wege geleitet und weiß, worauf man bei der Unternehmensübergabe achten muss. Von den partnerschaftlichen Angeboten der Deutschen Telekom hält er indes nicht viel.

[Lesen Sie mehr](#)

Breitband für den Mittelstand – wie Gigabit ins Gewerbegebiet kommen soll

Marc Hankmann

Thomas Eiskirch hat gut lachen. Bochums Oberbürgermeister unterzeichnete auf der CeBIT in Hannover zusammen mit Unitymedia eine Absichtserklärung, der zufolge bis Ende 2018 95 Prozent der Bochumer Haushalte und Unternehmen mit einem Gigabit-Anschluss versorgt werden sollen. „Die Breitbandanbindung hat für Bochum große Bedeutung“, sagte Eiskirch in Hannover. Investoren würden immer häufiger danach fragen. Dementsprechend groß ist auch das Interesse der Bochumer Unternehmen an breitbandigen Internetzugängen.

[Lesen Sie mehr](#)

Stiftung, Fonds oder Steuer? Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Marc Hankmann

Die Medienvielfalt ist in Gefahr! Könnte man angesichts der prekären Situation vieler privatfinanzierter Lokal- und Regional-TV-Sender meinen. Und tatsächlich ist deren wirtschaftliche Situation alles andere als rosig, wie wir bereits an der einen oder anderen Stelle thematisiert haben. Doch ein Blick auf das Smartphone oder Tablet zeigt etwas ganz Anderes: Noch nie gab es so viele Medien, die in Text, Audio oder Video unzählige Inhalte anbieten. Vielfältiger war die Medienlandschaft zu keiner Zeit, allein redaktionell und nach journalistischen Qualitätsmaßstäben aufbereitete Inhalte finden sich immer schwieriger im Wust von Facebook-Posts, Snippets und Tweets. Nicht die Medienvielfalt, sondern die Medienqualität ist in Gefahr.

[Lesen Sie mehr](#)

Preiskampf zwischen Telekom und Vodafone: BGH-Urteilsbegründung nimmt marktbeherrschende Unternehmen in die Pflicht

RA Ramón Glaß

Wie bereits in [Ausgabe 42](#) berichtet, entschied der Bundesgerichtshof (BGH) Ende Januar 2017 einen Streit zwischen Vodafone Kabel Deutschland und der Telekom Deutschland über die Höhe der Mietentgelte, welche die Telekom von Vodafone für die Nutzung von Kabelkanälen verlangte (Urteil vom 24. Januar 2017, Aktenzeichen: KZR 2/15). Nunmehr liegen auch die Entscheidungsgründe vor, aus denen sich insbesondere Schlussfolgerungen für Altverträge mit marktbeherrschenden Unternehmen ableiten lassen.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom BLTV

Regiostar 2017 für beste Leistungen im Lokalfernsehen vergeben

Am 25. März 2017 wurde in Stralsund zum 15. Mal der Deutsche Regionalfernsehpreis Regiostar in insgesamt acht Kategorien vergeben. Gäste aus Politik, Kultur und Medien aus ganz Deutschland verfolgten die Aufzeichnung der Show, die herausragende Leistungen in deutschen Lokal- und Regionalsendern des vergangenen Jahres würdigte.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Medienwächter fordern NetCologne zu Gleichbehandlung bei Einspeisekonditionen auf

Der Kabelnetzbetreiber NetCologne darf nicht einige private Rundfunkanbieter gegen Entgelt verbreiten, während er andere private Rundfunkanbieter noch ohne Entgelt einspeist. Das hat die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) der Landesmedienanstalten entschieden. Im Zuge der

Einführung eines neuen Geschäftsmodells hatte NetCologne die zwischen ihr und Rundfunkveranstaltern bestehenden Einspeiseverträge seit 2015 schrittweise auf neue Verträge umgestellt. Dadurch hatte sich die Situation ergeben, dass einige Sender für die Verbreitung ihrer Programme bereits bezahlen mussten und andere nicht. Bei der für NetCologne zuständigen Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) waren daraufhin verschiedene Beschwerden, unter anderem von Sport1, eingegangen. Laut Rundfunkstaatsvertrag ist es unzulässig, gleichartige Programmanbieter ohne sachlichen Grund unterschiedlich zu behandeln.

[Lesen Sie mehr](#)

Wenn der Senior in Rente geht: Herausforderungen der Unternehmensübergabe

Marc Hankmann

In mehreren hunderttausend mittelständischen Unternehmen steht die Zukunft auf dem Spiel, denn die amtierenden Geschäftsführer müssen die Nachfolge regeln. Die Möglichkeiten der Unternehmensübergabe sind vielfältig. Klaus-Peter Tiemann, Geschäftsführer der RFT Kabel Brandenburg GmbH, hat seine Nachfolge bereits in die Wege geleitet und weiß, worauf man bei der Unternehmensübergabe achten muss. Von den partnerschaftlichen Angeboten der Deutschen Telekom hält er indes nicht viel.

MediaLABcom: Herr Tiemann, laut einer Studie der KfW stehen bis 2018 620.000 Unternehmensübergaben im Mittelstand an. Welche Möglichkeiten hat ein Unternehmer, um die Zukunft seiner Firma zu sichern?

Klaus-Peter Tiemann: Der Unternehmer hat verschiedene Möglichkeiten der Unternehmensübergabe, die am sinnvollsten immer zu Lebzeiten erfolgen sollte. Unter diesem Gesichtspunkt lassen sich die Übergabe- und Übernahmekriterien optimieren. Unternehmensübergaben können erfolgen a) durch Verkauf der Geschäftsanteile einer Kapitalgesellschaft oder eines bewerteten Einzelunternehmens, b) durch ein Management-by-out, kurz MBO, mit einem oder mehreren allseitig geeigneten Mitarbeitern aus dem betroffenen Unternehmen, c) durch die Errichtung einer Stiftung mit der Einbringung des betroffenen Unternehmens, d) durch die Verpachtung des Unternehmens oder e) durch Erbschaft, vorweggenommene Erbfolge und Schenkung. Bei allen Varianten der Unternehmensübergabe sind vorzeitige Konsultationen und Beratungen mit Wirtschaftsprüfern und Steuerberatern dringend zu empfehlen.

MediaLABcom: Die Kabelbranche befindet sich stark im Wandel. Der Markt konsolidiert sich, die Technologie entwickelt sich immer mehr in Richtung IP. Denken daher viele Unternehmer daran, diesen Wandel den Jüngeren zu überlassen, die diesen Themen vielleicht aufgeschlossener gegenüberstehen?

Klaus-Peter Tiemann: Social Media beinhaltet digitale Medien und Technologie, die einhergeht mit einer exponentiellen Entwicklung der Netze, das heißt der vierten technischen Revolution. In dieser technischen und anwendungsdiversifizierten Dynamik sind die Verständnisschwellen nachfolgender, gut qualifizierter Generationen deutlich niedriger. Im Interesse der Zukunftsfähigkeit der Unternehmen kann ich nur dringend empfehlen, der nächsten Generation rechtzeitig die Unternehmensverantwortung zu übergeben.

MediaLABcom: Allerdings sinkt laut KfW die Zahl derer, die eine Unternehmensnachfolge antreten wollen, was auch an der zunehmenden Alterung der Bevölkerung liegt. Sehen Sie diese Entwicklung auch in der Kabelbranche? Was raten Sie Unternehmern?

Klaus-Peter Tiemann: Ob die Kabelnetzbranche mit ihren komplexen Diensten bezüglich der Unternehmensnachfolge mit der übrigen Wirtschaft korreliert, kann ich nicht beurteilen. Wichtig für einen Kabelnetzbetreiber ist die eigene Bewertung des technisch-wissenschaftlichen Standes der Netzstrukturen sowie des Umfangs der zu versorgenden privaten Haushalte und der Geschäftskunden mit dem Dienstportfolio. Wenn die Qualifikationen der Mitarbeiter und das Investitionsvermögen der Gesellschaft nicht gut aufgestellt sind, kann ich nur den Verkauf an einen starken Marktteilnehmer anraten.

MediaLABcom: Wie erkennt man den richtigen Zeitpunkt, ab dem man sich um die Unternehmensnachfolge kümmern muss?

Klaus-Peter Tiemann: Um dem Unternehmen eine Zukunftsfähigkeit zu verleihen, ist eine vorausschauende und rechtzeitige Planung der Unternehmensnachfolge vorzunehmen. Maßstab der Zeitablaufregime sollte der 65. Geburtstag des abgebenden Unternehmers sein. Um den potentiellen Nachfolger auf die komplexen Anforderungen als Geschäftsführender Gesellschafter vorzubereiten, sollte die Personalie ca. zehn Jahre vor dem 65. Geburtstag des abgebenden Unternehmers entschieden sein. Mit diesem zeitlichen Vorlauf ist es möglich und erforderlich, bei der vorausgesetzten

Begeisterungsfähigkeit, das Können bezüglich der Fähigkeiten und Fertigkeiten zielgerichtet zu entwickeln. Mit diesen Voraussetzungen könnte der Nachfolger schon parallel mit dem Senior in die Geschäftsführerrolle gerückt werden. Somit wird mit erfahrener Begleitung die Geschäftsführerverantwortung für den Junior erlebbar gestaltet.

MediaLABcom: Was muss der Nachfolger an Eigenschaften mitbringen?

Klaus-Peter Tiemann: Der Nachfolger sollte frühzeitig, ca. zehn Jahre zuvor, vor der eigentlichen Übernahme folgende Eigenschaften besitzen: Begeisterungsfähigkeit für vorgesehene Unternehmertätigkeit, den Besitz bzw. Willen zur Ausbildung von Führungsqualitäten und Teamgeist im Wirken mit Mitarbeitern, Bewältigung von anspruchsvollen technisch-innovativen Lösungen in der Nachrichten- und Kommunikationstechnik sowie die Befähigung der analytischen und perspektivischen Bedürfnisentwicklung des Markts für die unternehmerischen Ziele einzusetzen. Dafür ist eine universitäre wirtschafts- und ingenieurwissenschaftliche Ausbildung zu empfehlen.

MediaLABcom: Gibt es einen goldenen Weg, wie man seinen eigenen Nachfolger, wenn man ihn gefunden hat, am besten aufbaut?

Klaus-Peter Tiemann: Der in den vorstehenden Punkten schon empfohlene Weg erscheint aus eigener Erfahrung für die Entwicklung des Nachfolgers als zielführend. Des Weiteren ist für die Akzeptanz des Nachfolgers von hoher Bedeutung, dass dieser sich die Anerkennung nicht als „Sohn“, sondern sich in der Entwicklung und Führung von eigenen anspruchsvollen Projekten die Autorität der Mitarbeiter erarbeitet.

MediaLABcom: Wie haben Sie die Nachfolge in Ihrem Unternehmen geregelt?

Klaus-Peter Tiemann: Die Unternehmensnachfolge durch unseren Sohn, Stefan Tiemann, wurde vorbereitet durch einen einjährigen Auslandsaufenthalt in den USA mit High-School-Besuch, dem Abitur im Jahr 2000 und dem Abschluss eines universitären Diplom-Wirtschaftsingenieur-Studiums mit Spezialisierung auf Nachrichten- und Kommunikationstechnik. Schon während dieser Ausbildungszeit hatte unser Sohn schrittweise Verantwortung in der RFT-Firmengruppe übernommen. Im Jahr 2010, in dem ich 65 Jahre alt wurde, ist unser Sohn für alle sechs Unternehmen als zweiter Geschäftsführer berufen worden. Auf der Grundlage des Erbschaftssteuerreformgesetzes, kurz ErbStG, vom 24. Dezember 2008 und der Novellierung vom 23. September 2016 wurden die Geschäftsanteile der sechs Unternehmen an unseren Sohn übergeben. Gemäß § 13a ErbStG erfolgt für das Betriebsvermögen ein Verschonungsabschlag abzüglich des Freibetrages von 400.000 Euro.

MediaLABcom: Worauf muss der Firmenchef denn achten, wenn ein Mitglied der eigenen Familie seine Nachfolge antreten soll?

Klaus-Peter Tiemann: Wie zuvor schon behandelt, sollte die ganzheitliche Persönlichkeit des Nachfolgers, ob Sohn, Tochter oder Mitarbeiter, für die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens geeignet sein oder dazu entwickelt werden können. Das eigene Familienmitglied darf nicht als solches, sondern durch eigene anspruchsvolle Leistungen die Akzeptanz der Mitarbeiter erwerben.

MediaLABcom: Wie verhält man sich, wenn man feststellt, dass der Nachfolger der Aufgabe nicht gewachsen ist?

Klaus-Peter Tiemann: Dieser bedauerlichen Erkenntnis sollte man durch zusätzliche Qualifikationen und Trainingsmaßnahmen für den Nachfolger begegnen. Wenn dieses weiterhin aussichtslos erscheint, muss der gesamte Vorgang gestoppt und rückabgewickelt werden. Aufgrund fehlender neuer Vorbereitungszeiten liegt dann zum Beispiel der Verkauf der Geschäftsanteile an einen starken Marktbegleiter nahe.

MediaLABcom: Aufgrund des technologischen Wandels müssen in vielen Netzen hohe Investitionen vorgenommen werden, die sich eventuell wirtschaftlich nicht abbilden lassen. Wann lohnt es sich also, über einen Verkauf des eigenen Unternehmens nachzudenken?

Klaus-Peter Tiemann: Der in dieser Frage formulierte Sachverhalt liegt häufig an dem gnadenlosen Verdrängungswettbewerb der großen Kabelnetzbetreiber. Diese lassen teilweise die betriebswirtschaftlichen Prinzipien bei der Preisbildung, im Besonderen bei der Rundfunk- und TV-Versorgung, außer Betracht und versuchen durch Preis-Dumping den Markt zu kaufen. Wenn der mittelständische Kabelnetzbetreiber nun letztlich dauerhaft keine Wertschöpfung mehr organisieren kann, erscheint der rechtzeitige Verkauf an einen der Wettbewerber sinnvoll.

MediaLABcom: Die großen Kabelnetzbetreiber und auch die Deutsche Telekom geben sich gerne als Partner, wenn ein mittelständischer Netzbetreiber Verkaufsgedanken hegt. Gibt es hier wirklich partnerschaftliche Modelle oder ist das nur eine nette Umschreibung für den Verkauf des Unternehmens?

Klaus-Peter Tiemann: Partnerschaftliche Modelle lassen sich zwischen großen und mittelständischen Kabelnetzbetreibern, vor allem aus technologischen Gründen, nachvollziehen. Bei angedachten Partnerschaften sollte man mit einer Beratungsbegleitung die Bedingungen akribisch betrachten und vertraglich präzise fixieren. Die moderaten Töne der Deutschen Telekom als Partner für Kabelnetzbetreiber erscheinen mehr als Farce. Die nicht zukunftsfähigen Telekom-Infrastrukturen - bis spätestens 2025 ist die Gigabit-Gesellschaft technologisch zu sichern - passen nicht mit den technologisch fortschrittlichen Netzstrukturen der Kabelnetzbetreiber zusammen. Letztlich will die Telekom auch nur den Markt kaufen.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Breitband für den Mittelstand – wie Gigabit ins Gewerbegebiet kommen soll

Marc Hankmann

Thomas Eiskirch hat gut lachen. Bochums Oberbürgermeister unterzeichnete auf der CeBIT in Hannover zusammen mit Unitymedia eine Absichtserklärung, der zufolge bis Ende 2018 95 Prozent der Bochumer Haushalte und Unternehmen mit einem Gigabit-Anschluss versorgt werden sollen. „Die Breitbandanbindung hat für Bochum große Bedeutung“, sagte Eiskirch in Hannover. Investoren würden immer häufiger danach fragen. Dementsprechend groß ist auch das Interesse der Bochumer Unternehmen an breitbandigen Internetzugängen.

Allerdings ist Bochum nicht die Bundesrepublik, so dass sich Unternehmen außerhalb der Stadt an der Ruhr eigene Wege suchen müssen, um ins Netz zu kommen. Hierfür hat das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) ein 350 Millionen Euro schweres Förderprogramm aufgelegt. Damit soll insbesondere dem deutschen Mittelstand, dem Rückgrat der Wirtschaft, die digitale Transformation ermöglicht werden. Das ist jedoch leichter gesagt als getan.

Zurückhaltung im Mittelstand

Der Mittelstand erwirtschaftet 40 Prozent des Bruttoinlandsprodukts und beschäftigt nahezu die Hälfte aller Erwerbstätigen. Weltweit stammt die Hälfte aller so genannten „hidden champions“ aus Deutschland. Aber: Es mangelt an IT-Kompetenz und am Wissen um das Potenzial der Digitalisierung. Viele Unternehmer fürchten Fehlinvestitionen in komplexe IT-Systeme und halten sich daher zurück, wenn es um den Anschluss des eigenen Gewerbegebiets mit Glasfaser geht.

Doch um an die Fördertöpfe des BMVI zu kommen, müssen sich mindestens 80 Prozent der Grundstückseigentümer eines Gewerbegebiets für den Ausbau mit Glasfaser bereiterklären. „Wir haben die Sorge, dass diese Schwelle zu hoch angesetzt ist“, sagte Stephan Albers, Geschäftsführer des Bundesverbands Breitbandkommunikation (Breko), auf dem Deutschen Breitbandgipfel in Hannover, der im Rahmen der CeBIT Ende März 2017 stattfand.

Roadshow des Breitbandbüros

Immerhin: Im Gegensatz zum seit Ende 2015 laufenden Breitbandförderprogramm des BMVI gibt es hier kein Scoring-Modell, sondern ein Windhundrennen. Wer zuerst kommt, mahlt zuerst. Allerdings muss der Grundstücksinhaber für den Glasfaseranschluss 2.000 Euro pro Unternehmensadresse zahlen. Dafür erhält er einen symmetrischen Breitbandanschluss mit mindestens 1 Gbit/s. Aber: In den kommenden drei Jahren darf kein privatwirtschaftlicher Ausbau erfolgen. Außerdem müssen öffentliche Flächen des Gewerbegebiets mit freiem WLAN für private Endkunden versorgt werden.

Mit diesem Förderprogramm geht das Breitbandbüro des Bunds auf Roadshow durch Deutschland. „Unternehmer fühlen sich häufig desorientiert“, berichtet Tim Brauckmüller, Leiter des Breitbandbüros, über das bisherige Feedback. „Es fehlt an Dienstleistern, an Beratern und kompetenten Fachkräften.“ Mit der Roadshow will das Breitbandbüro auch dem Mittelstand die Vorteile der Digitalisierung aufzeigen. „Zum Teil rechnen wir ihnen den Effizienzgewinn aus oder demonstrieren anhand von Best-Practice-Beispielen, wie Unternehmen ihre Produktion individualisieren und neue Absatzmärkte erschließen können“, erklärt Brauckmüller.

Das Förderprogramm für Gewerbegebiete lohne sich laut Brauckmüller insbesondere für solche Kommunen, deren Privathaushalte bereits mit Breitband gut versorgt sind. „Mit dem bereits laufenden Förderprogramm muss eine Gemeinde den maximalen Förderbetrag von 15 Millionen Euro in die gesamte Fläche investieren“, erklärt der Leiter des Breitbandbüros, „mit dem neuen Programm können ganz gezielt Gewerbegebiete gefördert werden.“

Ausbau zu langsam

Auf der Podiumsdiskussion des Deutschen Breitbandgipfels war man sich dann auch einig, dass die Politik mit ihrer Förderung auf dem richtigen Weg ist. „Aber wir bauen derzeit in einer zu geringen

Geschwindigkeit aus“, kritisiert Wilhelm Dresselhaus, Sprecher der Geschäftsführung von Nokia Solutions and Networks. Darüber hinaus ist für Unternehmen nicht allein die Bandbreite entscheidend: Aspekte wie geringe Latenzzeiten und vor allem die Sicherheit der Netze spielen für sie eine ebenso große Rolle.

Glasfaser in der Fläche

Die Grundlage für eine erfolgreiche digitale Transformation des deutschen Mittelstands sind Glasfasernetze sowie der Mobilfunkstandard 5G. Allerdings ist der Mittelstand äußerst heterogen unterwegs. „Es gibt Unternehmen, die genau wissen, was sie an digitalen Lösungen benötigen“, sagt Breko-Vizepräsident Jürgen Hernichel, „die warten nur auf einen Gigabit-Anschluss.“ Hernichel fordert daher einen flächendeckenden Ausbau mit FTTB/H bis 2025.

Aber es ist nicht von der Hand zu weisen, dass bereits heute viele Mittelständler mit weniger Bandbreite auskommen. Narrowband Internet of Things (IoT) ist hier das Schlagwort. „Gerade kleine Unternehmen, die über keine oder nur geringe IT-Kompetenzen verfügen, benötigen Plug&Play-Lösungen“, erklärt Wolfgang Kopf, Leiter Politik und Regulierung bei der Deutschen Telekom AG. Er plädiert für einen sukzessiven Ausbau, der derzeit die Glasfaser bis zum Kabelverzweiger, also FTTC, vorsieht.

Keine Zeit verlieren

Hernichel hingegen befürchtet, dass man dadurch zu viel Zeit verstreichen lässt. „Wir müssen jetzt in breitbandige Netze investieren, um die Voraussetzungen für 5G zu schaffen“, forderte der Breko-Vize auf der CeBIT. Außerdem müsse man über alternative Verlegetechnologien nachdenken, da 80 Prozent der Ausbaukosten durch den Tiefbau verursacht werden. „Hier brauchen wir die Unterstützung der Politik, insbesondere in den Kommunen“, sagt Hernichel.

Derweil läuft die Roadshow des Breitbandbüros weiter. Zusammen mit den Industrie- und Handelskammern vor Ort sollen bis Herbst 2017 insgesamt rund 60 Städte im ganzen Bundesgebiet angefahren werden. Damit Deutschland nicht den Anschluss in der digitalen Welt verliert, müssen die Unternehmen, insbesondere der Mittelstand, die digitale Transformation angehen. Dafür muss ihnen klar sein, welche Vorteile ihnen diese Transformation bringt und wie sie sie am besten durchführen können. Ohne breitbandige Netze in der Fläche ist das jedoch alles nur vergebene Liebesmüh.

Stiftung, Fonds oder Steuer? Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Marc Hankmann

Die Medienvielfalt ist in Gefahr! Könnte man angesichts der prekären Situation vieler privatfinanzierter Lokal- und Regional-TV-Sender meinen. Und tatsächlich ist deren wirtschaftliche Situation alles andere als rosig, wie wir bereits an der einen oder anderen Stelle thematisiert haben. Doch ein Blick auf das Smartphone oder Tablet zeigt etwas ganz Anderes: Noch nie gab es so viele Medien, die in Text, Audio oder Video unzählige Inhalte anbieten. Vielfältiger war die Medienlandschaft zu keiner Zeit, allein redaktionell und nach journalistischen Qualitätsmaßstäben aufbereitete Inhalte finden sich immer schwieriger im Wust von Facebook-Posts, Snippets und Tweets. Nicht die Medienvielfalt, sondern die Medienqualität ist in Gefahr.

Kein Patentrezept, aber viele Ideen

Das haben die Parteien durchaus erkannt, jedoch hat keine ein Patentrezept, um die Qualität der Medien zu schützen – zu vielfältig und komplex sind die Themengebiete, angefangen von der AVMD-Richtlinie über das Urheberrecht bis hin zur Tarifflucht der Verlage. Man kann die Politik aber nicht dafür kritisieren, dass sie keine Ideen zur Rettung des Qualitätsjournalismus' hätte. Die sind jedoch so unterschiedlich, dass es nach der Bundestagswahl im Herbst dieses Jahres spannend sein wird, welche Idee tatsächlich in die Tat umgesetzt wird.

„Öffentlich-Rechtliche überversorgt“

Ein Kernthema aller Parteien ist, wer hätte das gedacht, der öffentlich-rechtliche Rundfunk, namentlich das Fernsehen. Kritik an ARD und ZDF ist wahrlich nicht neu. Die FDP spricht sich beispielsweise dafür aus, in den TV-Programmen der Öffentlich-Rechtlichen den Anteil an Unterhaltungsformaten und Sport zu reduzieren. Passend dazu steht im Programm der AfD, dass sich ARD und ZDF auf hochwertige Berichterstattung, Bildung, Kunst und Kultur konzentrieren sollten.

Das große Thema ist jedoch die Finanzierung von ARD und ZDF. „Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist überversorgt“, sagte Marcus Pretzell, Landesvorsitzender der AfD in NRW auf einer Veranstaltung des Deutschen Journalisten-Verbands (DJV) Anfang März 2017 in Düsseldorf. Die AfD will die Zahl der öffentlich-rechtlichen TV-Kanäle reduzieren. „Ein bundesweites Programm reicht aus“, erklärt Pretzell. Inhaltlich sollte dieses Programm an Phoenix angelehnt werden, „angereichert mit der Tagesschau“, so

Pretzell weiter. Der AfD-Politiker kritisiert, dass die Medien zu sehr auf Geschwindigkeit und zu wenig auf Qualität setzen. Würden ARD und ZDF mehr auf Qualität setzen, könnte nach Pretzells Meinung deren Quantität automatisch zurückgehen. Einige Spartenkanäle sollen ARD und ZDF aber dennoch betreiben dürfen.

Staatsferne Steuer?!

Über die Art und Weise der Finanzierung scheint sich die AfD hingegen noch nicht einig zu sein. Im Parteiprogramm ist zu lesen, dass die Haushaltsabgabe durch eine Gebühr abgeschafft werden soll, die nur noch derjenige zahlt, der tatsächlich die Programme von ARD und ZDF schauen will. Also ein klassisches Pay-TV-Modell. In Düsseldorf plädierte Pretzell aber für eine Steuer. Kurios: Gleichzeitig kritisierte er sowohl die Haushaltsabgabe als auch die Finanzierungsmodelle der übrigen Parteien als zu staatsnah.

„Ein Steuersystem zur Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks heißt, dass Politiker jedes Jahr im Haushalt darüber entscheiden, wie viel Geld ARD und ZDF bekommen“, erwidert Alexander Vogt, medienpolitischer Sprecher der NRW-SPD. Das ergebe laut Vogt genau den politischen Einfluss, der ansonsten immer kritisiert wird. Der Sozialdemokrat verweist auf das Stiftungsmodell, dass in NRW zur Förderung des Lokaljournalismus‘ ausprobiert wird. „Das schauen sich derzeit andere Bundesländer sehr interessiert an“, sagt Vogt. Für ihn ist dieses Modell ein potenzieller Kandidat als dritte Finanzierungssäule neben Abonnements und Werbung, wenngleich die Medienstiftung NRW mit 1,6 Millionen Euro über ein eher spärliches Budget verfügt.

Ökonomisierung des Journalismus‘

Auch der Grünen-Politiker Oliver Keymis widerspricht Pretzells Vorwurf, das Modell eines Medienfonds von Bündnis 90/Die Grünen sei zu staatsnah. In diesen Fonds würden, ähnlich wie in die Künstlersozialkasse, alle Medienhäuser einzahlen, auch die Öffentlich-Rechtlichen. Von dem Geld sollen dann beispielsweise Journalisten bezahlt werden. „Mit einem solchen Fonds können wir die Ökonomisierung des Journalismus‘ vermeiden und seine Unabhängigkeit sowie Medienvielfalt gewährleisten“, erklärte Keymis auf der DJV-Veranstaltung.

Die CDU lehnt einen solchen Fonds ebenso wie die FDP ab. „Rein rechtlich müssten auch extremistische Medien von einem solchen Fonds partizipieren“, sagte Thomas Nückel, medienpolitischer Sprecher der FDP im NRW-Landtag. Nückel stellt hingegen die Gemeinnützigkeit als Finanzierungsmodell für die Medien in den Vordergrund.

SPD-Politiker Vogt befürchtet jedoch bei einer solchen Finanzierung, dass gerade die Verlage verstärkt dazu übergehen werden, Leistungen aus den eigenen Häusern auszugliedern, während die Gewinne aber bei den Verlagen bleiben. Das würde dann zu Lasten der Journalisten gehen – und damit letzten Endes wiederum die Qualität der Medien bedrohen, um deren Erhalt sich die Politik eigentlich bemühen sollte.

Preiskampf zwischen Telekom und Vodafone: BGH-Urteilsbegründung nimmt marktbeherrschende Unternehmen in die Pflicht

RA Ramón Glaßl

Wie bereits in [Ausgabe 42](#) berichtet, entschied der Bundesgerichtshof (BGH) Ende Januar 2017 einen Streit zwischen Vodafone Kabel Deutschland und der Telekom Deutschland über die Höhe der Mietentgelte, welche die Telekom von Vodafone für die Nutzung von Kabelkanälen verlangte (Urteil vom 24. Januar 2017, Aktenzeichen: KZR 2/15). Nunmehr liegen auch die Entscheidungsgründe vor, aus denen sich insbesondere Schlussfolgerungen für Altverträge mit marktbeherrschenden Unternehmen ableiten lassen.

Der Hintergrund: Überlassung von Kabelkanälen

Die von Vodafone betriebenen Breitbandkabelnetze gehörten ursprünglich der Deutsche Telekom AG, die das Breitbandkabelgeschäft im Hinblick auf Unionsrecht in eine Tochtergesellschaft einbrachte, welche im Nachgang wiederum in mehrere Regionalgesellschaften aufgespalten wurde. Im Jahr 2003 erwarb Vodafone von der Telekom mehrere dieser Regionalgesellschaften. Auch das Anlagevermögen, das im Wesentlichen aus den Breitbandkabelnetzen bestand, war Gegenstand des Erwerbs.

Die Kabelkanalanlagen hingegen verblieben im Eigentum der Telekom. Hierüber schlossen die Parteien Mietverträge ab, die bestimmte Entgelte für die Mitbenutzung der Kabelkanalanlagen vorsahen. Diese Entgelte summierten sich jährlich auf rund 100 Millionen Euro und wurden von Vodafone in der Vergangenheit bezahlt.

Nach Ansicht von Vodafone sei das vertraglich vereinbarte Entgelt in Höhe von 3,41 Euro deutlich überhöht. Mangels Alternativen zur Unterbringung ihrer Breitbandkabel komme der Telekom zudem eine marktbeherrschende Stellung zu, welche sie durch die Forderung von überhöhten Entgelten missbrauche. Daher forderte Vodafone von der Telekom die Rückzahlung der in der Vergangenheit gezahlten Entgelte und wollte festgestellt wissen, dass sie künftig nicht mehr verpflichtet sei, an die Telekom mehr als einen bestimmten Betrag pro Monat zu zahlen.

Entscheidungsgründe: Preismissbrauch liegt vor

Das Oberlandesgericht Frankfurt am Main urteilte im Jahr 2014 noch, dass zwischen dem Mietpreis für die Kabelkanalanlagen und dem Kaufpreis für die Regionalgesellschaften ein wirtschaftlicher Zusammenhang bestanden habe und die Herabsetzung der Miete einer nachträglichen Herabsetzung des Kaufpreises nahekäme. Der Bundesgerichtshof widerspricht dieser Argumentation und sieht die Missbrauchskontrolle nach den §§ 19 ff. GWB durchaus eröffnet.

Den relevanten Markt, der bei kartellrechtlichen Fragen stets zu definieren ist, bestimmte der BGH nach dem sogenannten Bedarfsmarktkonzept, wonach alle Produkte und Dienstleistungen, die aus der Sicht der Nachfrager nach Eigenschaft, Verwendungszweck und Preislage zur Deckung eines bestimmten Bedarfs austauschbar sind, dem relevanten Markt zuzurechnen sind. Hiernach sei der relevante Markt der Markt für die Zurverfügungstellung von Kabelanlagen, in denen die Breitbandkabel von Vodafone verlegt werden können. Auch das Oberlandesgericht Frankfurt am Main war zuvor zu diesem Ergebnis gelangt. Auf diesem Markt habe die Telekom auch eine beherrschende Stellung.

Telekom missbraucht marktbeherrschende Stellung

Schließlich kommt der BGH zu dem Schluss, die Weigerung der Telekom, die Mietpreise für die Überlassung der Kabelkanäle anzupassen, sei ein missbräuchliches und damit rechtswidriges Verhalten. Hierbei hat der Bundesgerichtshof zwar berücksichtigt, dass die Parteien die Mietverträge zusammen mit dem Unternehmenskaufvertrag geschlossen haben und die Höhe der Miete ursprünglich unter Wettbewerbsbedingungen vereinbart wurde. Entgegen der Auffassung des Oberlandesgerichts Frankfurt am Main hingegen war Vodafone nach Ansicht des Bundesgerichtshofs nicht gehindert, die Anpassung des vertraglich vereinbarten Entgelts zu verlangen.

Da Vodafone nach einer gewissen Laufzeit die Verträge mit einer Frist von zwölf Monaten zum Jahresende kündigen durfte, so der BGH, war das ursprünglich vereinbarte Entgelt nur so lange geschützt, als Vodafone dieses beanstandungslos hinnahm. Nach Ansicht des Bundesgerichtshofs genügte der Hinweis der Telekom, das Entgelt sei vertraglich vereinbart, ab dem Zeitpunkt nicht mehr, ab dem Vodafone befugt war, eine Änderung des Vertrages zu verlangen und dies auch tatsächlich getan hat. Es soll gerade nicht erforderlich sein, dass Vodafone den Vertrag tatsächlich gekündigt hat.

Hierfür liefert der BGH auch gleich die passende Herleitung: Es könne keinen Unterschied machen, ob Vodafone den Vertrag tatsächlich gekündigt oder nur eine Anpassung verlangt hat, weil die Telekom als marktbeherrschendes Unternehmen nach §§ 33, 19 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1 oder Nr. 4 GWB ohnehin verpflichtet gewesen wäre, der Vodafone zu angemessenen Bedingungen eine Mitbenutzung der Kabelkanalanlagen zu gestatten. Insofern wäre eine ausgesprochene Kündigung bloße Förmerei, die der Bundesgerichtshof daher nicht für erforderlich hielt.

Was folgt daraus?

Dieses Urteil nimmt marktbeherrschende Unternehmen in die Pflicht: Nicht nur bei Neuverträgen sind sie zur Gewährung angemessener Bedingungen verpflichtet, sondern auch bei Altverträgen, sofern diese gekündigt werden können und – als wesentliche Voraussetzung – der Vertragspartner eine Anpassung des Vertrages verlangt hat. Es dürfte insofern ratsam sein, bestehende Altverträge durchzusehen und auf die Kündigungsmöglichkeit zu überprüfen, um in die Lage versetzt zu werden, ein Anpassungsbegehren auch gerichtlich durchsetzen zu können.

Ramón Glaß 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.

Neues vom BLTV

Regiostar 2017 für beste Leistungen im Lokalfernsehen vergeben

Am 25. März 2017 wurde in Stralsund zum 15. Mal der Deutsche Regionalfernsehpreis Regiostar in insgesamt acht Kategorien vergeben. Gäste aus Politik, Kultur und Medien aus ganz Deutschland

verfolgten die Aufzeichnung der Show, die herausragende Leistungen in deutschen Lokal- und Regionalsendern des vergangenen Jahres würdigte.

Der Preis für die beste Moderation ging an Nando Schwikal (LTV Cottbus) und Katrin Neumann (Potsdam TV), die Auszeichnung für den besten Beitrag über sechs Minuten erhielt Fabian Röglin (Donau TV). Das beste „Gesellenstück“ lieferte dem Juryentscheid zufolge Kevin Rudner (TV Mittelrhein) ab, den Zuschauerpreis errang das Redaktionsteam der Serie „Wayne interessiert“ von Jena TV. Den Titel für das beste Nachrichtenjournal im deutschen Regionalfernsehen erhielt Studio 47 in Duisburg mit „Studio 47 live“. Der Innovationspreis des Regiostar ging an TV Mittelrhein für eine neue Reichweitenmessung des Lokalfernsehens. Einen Preis für den besten Aprilscherz 2016 erhielt Stefan Richter vom Magdeburger Stadtfernsehen MDF.1.

„Seit nunmehr 15 Jahren steht der Deutsche Regionalfernsehpreis Regiostar für Qualität und Innovation im Lokal- und Regional-TV“, erklärt Mike Bielagk vom Vorstand des Bundesverbandes Lokalfernsehen (BLTV). „Der Regiostar 2017 zeigt deutlich: Mit Herz und Verstand gemachte Serien und Magazine, gut recherchierte Beiträge und Reportagen sind auch weiterhin das beste Rezept gegen Fake-News und Lügenpresse-Rufer“, so Bielagk weiter. Sender aus ganz Deutschland hatten sich mit insgesamt 178 Wettbewerbsbeiträgen für den Regiostar 2017 beworben.

Der Deutsche Regionalfernsehpreis Regiostar ist die Auszeichnung für Deutschlands Lokal-, Regional- und Metropolfernsehsender. Veranstalter ist Sebastian Richter, der die Preisverleihung, die von zahlreichen Sendern in Deutschland ausgestrahlt wird, in enger Kooperation mit den deutschen Landesmedienanstalten produziert. Diesjähriger Mitveranstalter war der Sender Stralsund TV.

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Medienwächter fordern NetCologne zu Gleichbehandlung bei Einspeisekonditionen auf

Der Kabelnetzbetreiber NetCologne darf nicht einige private Rundfunkanbieter gegen Entgelt verbreiten, während er andere private Rundfunkanbieter noch ohne Entgelt einspeist. Das hat die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) der Landesmedienanstalten entschieden. Im Zuge der Einführung eines neuen Geschäftsmodells hatte NetCologne die zwischen ihr und Rundfunkveranstaltern bestehenden Einspeiseverträge seit 2015 schrittweise auf neue Verträge umgestellt. Dadurch hatte sich die Situation ergeben, dass einige Sender für die Verbreitung ihrer Programme bereits bezahlen mussten und andere nicht. Bei der für NetCologne zuständigen Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) waren daraufhin verschiedene Beschwerden, unter anderem von Sport1, eingegangen. Laut Rundfunkstaatsvertrag ist es unzulässig, gleichartige Programmanbieter ohne sachlichen Grund unterschiedlich zu behandeln.

Die Tatsache, dass es dem Plattformanbieter aufgrund der Marktstellung einzelner Sender oder Sendergruppen nicht gelingt, bei allen Sendern gleichzeitig das neue Modell durchzusetzen, ist nach Ansicht der ZAK als Rechtfertigung nicht geeignet. Die ZAK stellte klar, dass Plattformbetreiber zwar neue Verträge und damit neue Geschäftsmodelle einführen können. Es darf aber keine Übergangsphase geben, in der einige Rundfunkanbieter schon für die Verbreitung ihrer Programme durch den Plattformbetreiber bezahlen müssen und andere nicht. „Eine solche Praxis der Vertragsumstellung widerspricht dem Verbot der Diskriminierung“, sagte der ZAK-Vorsitzende Siegfried Schneider. „Gleichartige Programmanbieter müssen auch gleich behandelt werden. NetCologne ist deshalb gefordert, die Gleichbehandlung aktiv wiederherzustellen.“ Ansonsten bestünde die Gefahr, dass sich die Ungleichbehandlung - gerade auch kleinerer privater Programmanbieter - weiter verfestigte.

Die Beanstandung der ZAK sowie die entsprechende Aufforderung zur Gleichbehandlung von Programmanbietern wurden NetCologne bereits durch die LfM übermittelt. NetCologne lehnte eine Stellungnahme zu den Vorwürfen an. „Wir bitten um Verständnis, dass wir uns zu einem laufenden Verfahren nicht äußern möchten“, sagte eine Sprecherin gegenüber MediaLABcom.

Medienwächter nehmen EPGs ins Visier

Die Landesmedienanstalten wollen ermitteln, ob die Benutzeroberflächen von Smart-TV-Fernsehern und Set-Top-Boxen den Grundsätzen von Transparenz, Diskriminierungsfreiheit, Chancengleichheit und Nutzerautonomie entsprechen. Die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) der Medienanstalten hat dazu das Forschungsinstitut Facit Digital mit dem systematischen Monitoring von Benutzeroberflächen beauftragt. Die Ergebnisse sollen bis Ende Mai vorliegen und im Anschluss ausgewertet werden. Über elektronische Programmführer (EPGs), Portale und Navigatoren der Smart-TV-Geräte und Receiver wählen die Zuschauer die verfügbaren Sender und Multimedia-Angebote aus. Diese Schleusen haben nach Einschätzung der Medienaufseher großen Einfluss auf den Zugang der Programmangebote zu den Zuschauern. So wirkt sich etwa die vorgegebene Sortierung der Senderlisten auf die Auffindbarkeit der Inhalte aus. Bislang sind die Medienanstalten aber nur für die Regulierung der Benutzeroberflächen von Plattformbetreibern wie Pay-TV-Veranstaltern oder Kabelnetzbetreibern zuständig. Die Medienwächter forderten bereits mehrfach, auch die Benutzeroberflächen von Smart-TV-Geräten und Set-Top-Boxen in die Regulierung einzubeziehen. Ziel

sei die Vielfaltssicherung im Sinne der Mediennutzer.

Mobile TV ohne Datenverbrauch: Freenet TV bietet USB-Stick

Der USB-TV-Stick für den Empfang des am 29. März 2017 startenden neuen Antennenfernsehens DVB-T2 und der Privatsender-Plattform Freenet TV ist ab sofort im Handel und unter www.freenet.tv erhältlich. Das kündigte Klaus Steffens, Leiter Freenet TV Technologie des Sendernetzbetreibers Media Broadcast, auf einer Pressekonferenz an. Im Vergleich mit den anderen Verbreitungswegen Kabel, Satellit und IPTV ist die mobile und portable Nutzung, etwa auf dem Balkon, am Campingplatz oder im Auto, nach Einschätzung von Steffens "das, was die Terrestrik ausmacht". Datenvolumen wird dabei nicht verbraucht, weil kein Mobilfunknetz verwendet wird. Der USB-TV-Stick ist für Computer und Laptops (Windows/Mac) zum empfohlenen Endkundenpreis von 59,99 Euro erhältlich.

Das Gerät holt die rund 40 via DVB-T2 verbreiteten Fernsehsender, einen elektronischen Programmführer (EPG), Teletext und Untertitel auf den Bildschirm. Zur Jahresmitte 2017 sollen Sender dazu kommen, die als Livestreams via Internet übertragen werden. In Planung sind nach Angaben von Steffens zeitversetztes Fernsehen und eine TV-Aufnahmefunktion. Freenet TV ist mit dem USB-TV-Stick einen Monat lang kostenfrei empfangbar, danach fallen wie beim Empfang über den Fernseher 69 Euro pro Jahr an. Es handelt sich dabei um ein separates Abonnement. Wer bereits ein Freenet-TV-Abo für den Fernseher hat, kann dieses nicht auch für den USB-TV-Stick verwenden. Ein so genanntes Pairing mit dem Endgerät findet nicht statt: Der Stick kann auch auf anderen Computern und Laptops genutzt werden. Mit Smartphones und Tablets lässt sich Freenet TV noch nicht empfangen, über entsprechende Lösungen wird jedoch nachgedacht.

Kerstin Köder, Head of Freenet TV bei Media Broadcast, gab auf der Pressekonferenz zwei weitere Sender bekannt, die bei Freenet TV dabei sein werden: der Unterhaltungskanal Tele 5 und der Nachrichtensender N24. Insgesamt sind damit 17 der 20 Privatsender bekannt, die an Bord sind, darunter die Free-TV-Sender der beiden großen TV-Gruppen RTL und ProSiebenSat.1 sowie Sport1, DMAX und Eurosport 1. Alle Programme werden in Full-HD-Auflösung angeboten - und damit in einer höheren Bildauflösung als via Kabel, Satellit und IPTV. Hinzu kommen die unverschlüsselten Privatsender Bibel TV und QVC sowie rund 20 ebenfalls frei empfangbare Programme der öffentlich-rechtlichen Sender im Full-HD-Format. Der Empfang von Freenet TV über den Fernseher kostet 69 Euro pro Jahr, die ersten drei Monate sind kostenfrei. Das Entgelt fällt pro Endgerät an. Familien- oder Haushalts-Abos werde es zum Start nicht geben, sagte Köder. Man prüfe aber entsprechende Möglichkeiten.

Zusammen mit Freenet TV startet am 29. März 2017 der internetbasierte Begleitservice Freenet TV Connect; der Vorgänger Multithet wird im Gegenzug abgeschaltet. Das Angebot bringt weitere TV-Sender auf die Bildschirme der DVB-T2-Haushalte, die sich in der Kanalliste nahtlos zwischen den Programmen einreihen, die über Antenne empfangen werden. Mit dabei sind unter anderem Spiegel TV, Euronews, Bloomberg TV, CNN, France 24, NHK World, eoTV, rheinmaintv, QVC plus und 1-2-3.tv. Ein Freenet-TV-Abo wird für die Streaming-Sender nicht benötigt. Freenet TV Connect verfügt über einen personalisierten Startscreen ("Mein TV"), auf dem die Nutzer ihre Wunschhalte einfügen können, damit sie schnell darauf zugreifen können. Der integrierte EPG liefert eine Programmübersicht, wobei sich die einzelnen Sender direkt anwählen lassen. Über eine Kooperation mit Radioplayer.de bietet Freenet TV Connect auch über 600 Radiosender. Hinzu kommen Mediatheken und Apps.

Für die Nutzung benötigen die Zuschauer einen Smart-TV-Fernseher, der sich für den interaktiven Multimedia-Standard HbbTV eignet, mit integriertem DVB-T2/Freenet-TV-Empfänger oder einen Freenet-TV-Receiver, der das Freenet-TV-Connect-Logo trägt. Der Internetanschluss sollte eine Mindestbandbreite von 3 Mbit/s haben. Auch kostenpflichtige Inhalte, etwa Pay-TV oder Video-on-Demand, können künftig über Freenet TV Connect angeboten werden. Die entsprechende technische Lösung werde derzeit vorbereitet, sagte Steffens. Via Freenet TV Connect sollen künftig auch Programminhalte im neuen Bildformat Ultra HD zu den DVB-T2-Haushalten kommen.

Insgesamt wird DVB-T2 in der Nacht vom 28. auf 29. März 2017 nach Angaben von Steffens an 70 Standorten eingeführt, davon 44 Standorte mit Freenet TV, vor allem Ballungsgebiete. In der "Magic Night" sind über 200 Techniker von Media Broadcast im Einsatz. Der Ausbau geht weiter: Bis Herbst 2018 soll Freenet TV an 61 Standorten und damit für 80 Prozent der Bevölkerung verfügbar sein. Media Broadcast begleitet die Aktion in der Nacht in einem [Blog](#), wo live berichtet wird, welche Sendeanlage gerade umgestellt wird. Den Zuschauern wird empfohlen, am nächsten Tag einen Sendersuchlauf an ihrem DVB-T2-Empfänger durchzuführen, damit die neuen Programme eingelesen werden.

Freenet TV führt Monats-Abo ein

Die Privatsender-Plattform Freenet TV, die am 29. März 2017 mit dem neuen Antennenfernsehen DVB-T2 startet, bietet Zuschauern neben der einjährigen Guthabekarte auch eine Möglichkeit, das Angebot mit monatlicher Kündigungsfrist zu beziehen. Die Kosten von 5,75 Euro pro Monat werden dabei per Bankeinzug vom Girokonto des Kunden eingezogen. Der Bankeinzug verlängert sich automatisch, kann aber monatlich gekündigt werden. Die Guthabekarte, die im Handel und unter www.freenet.tv erhältlich ist, kostet 69 Euro, das entspricht ebenfalls 5,75 Euro pro Monat. Nach zwölf Monaten läuft

die Freischaltung automatisch aus, eine Kündigung ist nicht notwendig.

Mit dem Monatsabo, das unter www.freenet.tv/aktivierung angeboten wird, will Freenet TV offenbar Zuschauer ansprechen, die das Angebot nur einige Monate im Jahr nutzen wollen, etwa Ferienwohnungsbesitzer, Schrebergärtner oder Camper. Allerdings dürfte diese Option auch für andere Nutzer interessant sein, weil sie nicht teurer ist als die Guthabekarte, aber mehr Flexibilität bietet. So kann man jederzeit kündigen, zum Beispiel bei Umzug in eine Wohnung mit Kabelanschluss, während die zwölf Monate geltende Guthabekarte noch weiterlaufen würde. Freenet TV bietet 20 Privatsender, darunter die Free-TV-Kanäle der beiden großen TV-Gruppen RTL und ProSiebenSat.1 sowie Tele 5, Eurosport 1, DMAX, Sport1 und N24. Alle Programme werden in Full-HD-Auflösung ausgestrahlt - und damit in besserer Bildqualität als via Kabel, Satellit und IPTV.

HSE24 startet unverschlüsselt bei DVB-T2

Der Verkaufskanal HSE24 ist Bestandteil des neuen terrestrischen Digitalfernsehens DVB-T2, das am 29. März 2017 in Ballungsgebieten startet. Eine entsprechende Vereinbarung wurde mit dem Plattformbetreiber Media Broadcast abgeschlossen. Der Sender wird Teil des unverschlüsselten Programmangebots. Insgesamt sind mit Bibel TV, QVC und HSE24 damit drei Privatsender kostenfrei per DVB-T2 empfangbar. Rund 20 Privatsender, darunter die Programme der beiden großen TV-Gruppen RTL und ProSiebenSat.1, sind Bestandteil der verschlüsselten Plattform Freenet TV, die die Zuschauer für 5,75 Euro pro Monat beziehen können. Die rund 20 öffentlich-rechtlichen Sender werden unverschlüsselt verbreitet. HSE24 war bislang nur in Berlin, Bayern und Niedersachsen per DVB-T empfangbar. Mit der Aufschaltung beim Nachfolgesystem DVB-T2 ist der Sender deutschlandweit in allen Ballungsräumen zu sehen, rund 55 Millionen Einwohner können das Programm dann empfangen.

Halbe Million DVB-T2-Set-Top-Boxen verkauft

Die Umstellung des digitalen Antennenfernsehens von DVB-T auf den Nachfolgestandard DVB-T2 am 29. März 2017 kurbelt den Absatz entsprechender Set-Top-Boxen an. Im Januar 2017 wurden rund 165.000 Digitalreceiver verkauft, die DVB-T2 empfangen können - mehr als doppelt so viele wie im Dezember 2016 (79.000 Stück), wie die Deutsche TV-Plattform unter Berufung auf Zahlen von GfK Retail & Technology mitteilte. 81 Prozent (134.000 Stück) der im Januar verkauften Set-Top-Boxen sind mit dem grünem Logo "DVB-T2 HD" ausgestattet und damit in der Lage, sowohl die unverschlüsselten öffentlich-rechtlichen als auch die verschlüsselten Privatsender der Plattform Freenet TV zu empfangen. Von Anfang 2016 bis Ende Januar 2017 wurden insgesamt 503.000 DVB-T2-Set-Top-Boxen abgesetzt, davon 351.000 (70 Prozent) mit dem "DVB-T2 HD"-Logo.

"Die steigenden Verkaufszahlen und der hohe Anteil verkaufter Set-Top-Boxen mit grünem 'DVB-T2 HD'-Logo sind positive Entwicklungen. Die Kunden bevorzugen zunehmend Geräte, die alle Sender - öffentlich-rechtliche und private Programme - empfangen können", sagte Carine Chardon, Geschäftsführerin der Deutschen TV-Plattform. "Die absoluten Verkaufszahlen zeigen aber auch, dass die meisten DVB-T-Haushalte Ende Januar noch nicht umgestellt hatten. Das ist eine gute Chance für den Handel, zusätzliche Umsätze zu generieren. DVB-T-Haushalte, die noch umstellen müssen, sollten jetzt aber wirklich aktiv werden. Sonst ist der Bildschirm am 29. März schwarz!" Rund 3,4 Millionen Haushalte nutzen DVB-T und sind damit von der Umstellung betroffen. Die bisherigen DVB-T-Receiver eignen sich nicht für den Empfang von DVB-T2. Die Deutsche TV-Plattform vergibt das grüne Geräteologo an Hersteller von Fernsehgeräten, Set-Top-Boxen und Antennen. Bisher hat der Verein mehr als 1.400 Gerätemodelle von über 30 Herstellern zertifiziert. Geräte, die nicht über das Logo verfügen, können nur die unverschlüsselten Programme empfangen.

FC Bayern startet Pay-TV-Sender

Der FC Bayern München hat gemeinsam mit der Deutschen Telekom einen eigenen Fernsehsender gestartet. FC Bayern.tv berichtet rund um die Uhr in HD-Qualität über den Fußballverein. Der Pay-TV-Kanal kann auf der IPTV-Plattform Entertain TV der Telekom, als Livestream im Internet unter www.fcbayern.tv/live sowie mit Smartphone oder Tablet in der FC-Bayern-App für 5,95 Euro pro Monat empfangen werden. Telekom-Kunden mit Laufzeitvertrag und Internet-Flatrate erhalten FC Bayern.tv live die ersten zwölf Monate kostenlos. "Mit FC Bayern.tv live sind wir der erste deutsche Klub mit einem eigenen linearen TV Channel", sagte Karl-Heinz Rummenigge, Vorstandsvorsitzende des FC Bayern München. "Wir sind stolz, diesen Kanal in Kooperation mit unserem Hauptsponsor Telekom ins Leben rufen zu können. Es ist ein neuer Weg, um unsere vielen Fans zu erreichen." Das Programm umfasst von Montag bis Freitag täglich zwei Nachrichtensendungen um 11 und 18 Uhr, die live aus dem FC-Bayern.tv-Studio von der Säbener Straße übertragen werden. Weitere regelmäßige Live-Events sind die öffentlichen Trainingseinheiten, Pressegespräche, die Partien der FC-Bayern-Basketballer sowie die Heimspiele der U19-Junioren. Außerdem werden exklusive Interviews und Berichte von den Profis, den Amateuren, den Jugendteams sowie den Basketballern des FC Bayern gezeigt. Alle Spiele und Tore der Profi-Mannschaft sind zeitversetzt zu sehen. Zudem können die Zuschauer in den "Classics" nochmal auf Höhepunkte aus der Vereinsgeschichte zurückblicken.

Unitymedia schaltet Analogfernsehen schrittweise ab

Unitymedia wird die analogen Fernsehsender in seinen Kabelnetzen in fünf regionalen Wellen

zwischen dem 1. und 30. Juni 2017 abschalten. Start ist im südlichen Teil Baden-Württembergs am 1. Juni, der Norden folgt am 6. Juni. Das Kabelnetz in Hessen wird am 13. Juni vollständig digitalisiert. In Nordrhein-Westfalen erfolgt die Analogabschaltung am 20. Juni im Süden und im Norden am 27. Juni. Den Zeitplan gab der Kabelnetzbetreiber auf einem Presse-Workshop in Stuttgart bekannt. "Der Digitalisierungsgrad im Unitymedia-Netz beträgt aktuell rund 90 Prozent - Tendenz steigend", sagte Christian Hindennach, Senior Vice President Consumer von Unitymedia. "In Baden-Württemberg, Hessen und Nordrhein-Westfalen schauen insgesamt noch rund 640.000 Kunden analog fern. Um unsere Kunden und Verbraucher umfassend über alle Schritte zu informieren, intensivieren wir in den kommenden Monaten unsere Aufklärungskampagne zum digitalen Fernsehen." Die frei werdenden Kapazitäten will Unitymedia für den Ausbau seines digitalen TV-Angebots, neue HD-Programme und Highspeed-Internet nutzen.

Unitymedia führt Gigabit-Internetzugang in Bochum ein

Der Kabelnetzbetreiber Unitymedia will Bochum als erste Großstadt Deutschlands nahezu flächendeckend mit einem Internetzugang in Gigabit-Geschwindigkeit versorgen. Im Zuge der gemeinsam mit der Stadt Bochum und den Stadtwerken Bochum vereinbarten Initiative "Gigabit-City Bochum" sollen bis Ende 2018 mehr als 95 Prozent der Bochumer Haushalte und Unternehmen in die Lage sein, den Hochgeschwindigkeitsanschluss zu nutzen. Dafür stattet Unitymedia sein glasfaserbasiertes Kabelnetz in Bochum mit gigabitfähigen Netzelementen aus und führt bis 2018 den neuen Übertragungsstandard Docsis 3.1 ein. Ab dem ersten Quartal 2018 können Bochumer Haushalte und Unternehmen bei Unitymedia Gigabit-Tarife buchen. Das Unternehmen erreicht über sein Netz vor Ort heute bereits über 170.000 Haushalte - das entspricht rund 90 Prozent aller Bochumer Haushalte. Auch weitere, bislang unterversorgte Stadtgebiete sollen mit Glasfaser erschlossen werden. "Derzeit reden viele über die Gigabit-Gesellschaft. Wir schaffen Fakten und machen Bochum zur ersten Gigabit-City - nicht nur in Deutschland, sondern auch im europaweiten Kabelnetz unserer Konzernmutter Liberty Global", sagte Lutz Schüler, CEO von Unitymedia. "Viele weitere Städte werden folgen."

M7 startet Pay-TV-Paket "Premium HD"

M7 Deutschland bietet Plattformbetreibern ein neues Pay-TV-Paket zur Weiterverbreitung an ihre Kunden an. "Premium HD" umfasst zwölf HD-Sender: 13th Street HD, A&E HD, AXN HD, Duck TV HD, Fox HD Mezzo Live HD, MTV Live HD, National Geographic HD, Penthouse HD, Sony Channel HD, sportdigital HD und Syfy HD. Mit einem empfohlenen Endkundenpreis von unter zehn Euro pro Monat richtet sich das Angebot vor allem an Pay-TV-Einsteiger und ergänzt das Grundpaket "Basis HD". "100 Prozent Unterhaltung bei 100 Prozent Übertragungsqualität - damit sichern wir auch langfristig und zuverlässig die Medienversorgung der Netzwirtschaft gegen Player, die ihre Konstanz erst noch unter Beweis stellen müssen", sagte Christian Heineke, Geschäftsführer von Eviso Germany, Businesspartner der M7 Group.

Unitymedia bringt Netflix auf Horizon-Box

Der Kabelnetzbetreiber Unitymedia hat Netflix als App auf seiner TV- und Medienplattform Horizon verfügbar gemacht: Die Kunden können über den Horizon-HD-Rekorder auf die Online-Videothek zugreifen. Die Zuschauer können sich über die App neu für Netflix registrieren oder sich mit ihrem bestehenden Netflix-Login anmelden. Für Neukunden sind die ersten 30 Tage kostenlos. Netflix lässt sich in der Horizon-Oberfläche über den Horizon App Store, die Channel Bar oder über den elektronischen Programmführer (EPG) auf Programmplatz 997 aufrufen. Der Unitymedia-Mutterkonzern Liberty Global hatte im September 2016 eine mehrjährige Partnerschaft mit Netflix bekannt gegeben, um den Video-on-Demand-Dienst seinen Kabelkunden in mehr als 30 Ländern verfügbar zu machen. Die Schweizer Unitymedia-Schwester UPC hat Netflix bereits im Dezember 2016 als App für Horizon eingeführt, UPC in Österreich soll folgen.

Fix&Foxy startet bei Entertain TV

Der Kinder- und Familienkanal Fix&Foxy ist ab sofort auf der IPTV-Plattform Entertain TV der Deutschen Telekom zu empfangen. Der Pay-TV-Sender ist Bestandteil der Abo-Pakete "Big TV" und "Kinder". Hinter Fix&Foxy steht das Münchner Medienunternehmen Your Family Entertainment, das auch den Free-TV-Kanal RiC betreibt.

Telekom legt mit IPTV zu

Die Deutsche Telekom hat im vergangenen Jahr insgesamt 196.000 neue Kunden für ihre IPTV-Plattform Entertain TV gewonnen. Die Gesamtzahl der Kunden stieg damit im Vergleich zu 2015 um 7,3 Prozent auf 2,88 Millionen. Die Zahl der Breitbandkunden legte um 2,2 Prozent auf 12,92 Millionen zu. Davon haben 4,25 Millionen einen Glasfaseranschluss - ein Zuwachs um 45,4 Prozent im Vorjahresvergleich. Die Zahl der Mobilfunkkunden stieg um 3,7 Prozent auf 41,85 Millionen.

Tele Columbus auf Wachstumskurs

Der Kabelnetzbetreiber Tele Columbus hat im vierten Quartal des vergangenen Jahres 20.000 neue Internetkunden gewonnen. Im Gesamtjahr stieg die Zahl der Internetkunden um 58.000 auf insgesamt mehr als 520.000. Die Zahl der angeschlossenen Haushalte legte um 3.000 auf 3,61 Millionen zu. Der Anteil der mit einem Rückkanal ausgestatteten Haushalte, der für den Internet- und Telefonanschluss

notwendig ist, stieg auf 63,3 Prozent. Mittelfristig wird ein Anteil von 71 Prozent angestrebt. Im zweiten Halbjahr 2017 will Tele Columbus eine neue Endkundenmarke einführen, die die verschiedenen Firmennamen der Gruppe wie Primacom, Pepcom, KMS, Deutsche Telekom, HL komm, Martens und Big Medienversorgung unter einer Marke vereint.

KMS verkleinert Analog-TV-Angebot im Münchner Kabelnetz

Der Münchner Kabelnetzbetreiber Kabel & Medien Service (KMS) erweitert sein Digital-TV- und Internet-Angebot und reduziert im Gegenzug die Zahl der analog verbreiteten Fernsehprogramme. Ab 5. April 2017 sind BBC World, Bloomberg TV Europe, RBB Brandenburg, SWR Fernsehen Baden-Württemberg, hr-fernsehen, MDR Fernsehen und WDR Fernsehen nicht mehr analog, sondern nur noch digital zu empfangen. Die digitale Verbreitung erfolgt unverschlüsselt. Einige weitere Sender wechseln zudem den Programmplatz. KMS, Teil der Tele-Columbus-Gruppe und auch unter der Marke Cablesurf bekannt, kann dadurch seinen rund 280.000 angeschlossenen Haushalten ab 19. April 2017 erstmals einen Hochgeschwindigkeits-Internetzugang mit einer Datenrate von bis zu 400 Mbit/s anbieten. Die neue, Ultra-HD-fähige Fernsehplattform advanceTV soll im zweiten Halbjahr eingeführt werden. Die Schwestergesellschaften Tele Columbus und Primacom hatten advanceTV bereits im Januar lanciert. Auf einer eigens eingerichteten [Webseite](#) informiert KMS die Kunden über die Umstellungen.

Waipu.tv startet auf Amazon Fire TV

Die IPTV-Plattform waipu.tv von Exaring ist ab sofort auf der Fire-TV-Box und dem Fire-TV-Stick von Amazon verfügbar. Wie bei Google Chromecast lässt sich auch bei Fire TV das Fernsehbild mit einer Wischbewegung vom Smartphone auf den Fernseher schicken. Eine neue Funktion in der waipu.tv-App ist die Serienaufnahme. Mit einem Klick können die Nutzer alle Folgen einer Serie automatisch von dem eingebauten virtuellen Videorekorder aufzeichnen lassen. Die Funktion steht allen Nutzern des Comfort- und Perfect-Pakets ohne Aufpreis zur Verfügung. Zusätzlich zu den rund 60 öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehsendern nimmt waipu.tv ab sofort auch Web-TV-Kanäle in seine Senderliste auf. Den Anfang machen der Computer- und Videospielekanal Rocket Beans TV, BFV.TV - Das Bayerische Fußballmagazin, das wöchentlich die Höhepunkte der Spiele der Bayernliga zusammenfasst, sowie ein "Best of"-Kanal mit Beiträgen von YouTube-Stars, die Teil des Online-Video-Netzwerks Mediakraft sind. BFV.TV ist schon verfügbar, Rocket Beans TV und Mediakraft folgen in den nächsten Wochen. In diesem Jahr will waipu.tv zudem ein Ultra-HD-Angebot mit Reportagen, Dokumentationen und Musik starten. Ebenfalls für dieses Jahr geplant sind Apps für die interaktiven Lautsprecher Amazon Alexa und Google Home, mit denen sich waipu.tv per Sprachsteuerung bedienen lässt.

Motorvision ab sofort bei Watch it!

Der Auto- und Motorsportkanal Motorvision TV ist ab sofort auf der neuen Internet-TV-Plattform [Watch it!](#) zu empfangen. Watch it! bietet Spartenkanäle aus den Bereichen Unterhaltung, Musik, Sport, Lifestyle und Serien als Livestreams. Der Zugang ist mit PC oder Laptop via Internet sowie per Smartphone und Tablet über Apps (iOS/Android) möglich. über Apple AirPlay und Google Chromecast kann das Angebot auch am Fernseher genutzt werden. Watch it! wird zum Pauschaltarif von 9,99 Euro angeboten, der erste Monat ist gratis. Hinter dem Over-the-Top-TV-Dienst (OTT) steht der auf die Verbreitung und Vermarktung digitaler Inhalte spezialisierte französische Dienstleister Alchimie (ehemals Cellfish).

MTV startet kostenfreien Livestream

Der US-Medienkonzern Viacom bietet das deutsche Programm seines Musik- und Unterhaltungskanals MTV ab sofort also kostenfreien Livestream im Internet an. Der Zugang erfolgt über die Webadresse www.mtv.de/live. Anlass ist der 20. Geburtstag von MTV Germany. Der Sender war am 7. März 1997 als erster von inzwischen 18 regionalen MTV-Kanälen in Europa gestartet. Die ersten deutschsprachigen Shows waren "Select MTV", "MTV Hot", "MTV In Touch" und "MTV Hitlist Germany". "Der 7. März 2017 ist ein wichtiges Datum für MTV. Wir feiern heute nicht nur das 20-jährige Senderbestehen in Deutschland, sondern bringen die weltweit größte Entertainment-Marke mit dem Livestream auf die Screens der Zielgruppe", sagte Mark Specht, Senior Vice President und General Manager von Viacom für Deutschland, die Schweiz und Österreich. "Mit dem Livestream auf mtv.de erreichen wir die MTV-Zuschauer immer und überall."

ProSiebenSat.1 stellt Musikportal Ampya ein

Der Medienkonzern ProSiebenSat.1 hat sein personalisiertes Musikfernsehen Ampya eingestellt. Betroffen sind sowohl das Web-Angebot als auch die Smart-TV-, HbbTV- und Mobile-Apps. Auf der [Webseite](#) werden die Nutzer über die Einstellung informiert. Ganz begraben will ProSiebenSat.1 die Marke jedoch nicht. "Ampya steht auch in Zukunft für Musik und Künstler. Wir arbeiten fieberhaft am neuen Auftritt, der im Laufe des März unter Ampya.com verfügbar sein wird", heißt es auf der Webseite. Ampya (gesprochen "Empire") war im Juni 2013 gestartet und versprach den Nutzern ein Musikfernsehen, das sich ihrem persönlichen Geschmack anpasst und sie ein individuelles Programm nach ihren Vorlieben zusammenstellen lässt. Das kostenfreie Angebot sollte sich über Werbung finanzieren. Im Mai 2015 kaufte ProSiebenSat.1 den Konkurrenten Putpat.tv und legte ihn im September 2015 mit Ampya zusammen.

On Demand Deutschland sichert sich Film-Nachschub

Der Video-on-Demand-Dienstleister On Demand Deutschland (ODD) liefert seinen Kunden weiterhin aktuelle Blockbuster und ältere Produktionen aller Hollywood-Studios und unabhängiger Filmverleiher. Insgesamt 16 Lizenzverträge wurden kürzlich verlängert, wie das Unternehmen in München mitteilte. Zu den Filmen, die ODD damit in diesem Jahr anbieten kann, zählen "Alien: Covenant", "Fast & Furious 8", "Spider-Man: Homecoming", "The Lego Batman Movie", "Rogue One: A Star Wars Story", "Pirates of the Caribbean: Salazars Rache", "Baywatch" und "John Wick: Kapitel 2". Das B2B-Unternehmen, das fast 2.000 Titel im Rechteportfolio hat, versorgt Kunden wie Tele Columbus, A1 Telekom Austria, Videocity und Ocilion IPTV Technologies mit Filmen, die diese auf ihren Abrufplattformen bereitstellen. ODD ist ein Joint Venture der Tele München Gruppe mit dem internationalen Rechthändler Vubiquity.

Wolfgang Elsässer leitet TV-Bereich der Telekom

Wolfgang Elsässer, ehemaliger Geschäftsführer von Astra Deutschland, leitet bei der Deutschen Telekom den neu gegründeten Geschäftsbereich TV. "Wir freuen uns sehr, den ausgewiesenen TV-Experten Wolfgang Elsässer für unser wichtiges Wachstumssegment TV gewonnen zu haben", sagte Michael Hagspühl, Geschäftsführung Privatkunden der Telekom Deutschland. "TV ist ein wichtiger emotionaler Mehrwert für unsere Kunden und unsere starke Entertain-Plattform differenziert uns deutlich vom Wettbewerb. Der zunehmenden Bedeutung des Themas Bewegtbild für die Telekom, tragen wir nun Rechnung in der Gründung einer eigenen Business Unit TV." Elsässer erklärte: "Ich freue mich sehr, gemeinsam mit meinem Team, das nächste Kapitel von Entertain TV bei der Telekom Deutschland zu schreiben. Die Telekom ist bestens gerüstet, um sich im deutschen Medienmarkt noch erfolgreicher zu positionieren, in dem sie das Beste aus den beiden Welten - linear und non-linear - in einzigartiger Art und Weise bei Entertain TV zusammenbringt - das ist eine tolle Aufgabe!" Elsässer hatte Astra Deutschland am 1. Mai 2016 verlassen. Sein Nachfolger bei der deutschen Niederlassung des Luxemburger Satellitenbetreibers SES ist Christoph Mühleib. Zuvor arbeitete Elsässer bei Grundig und Premiere (heute Sky).

Fred Kogel bleibt Constantin-Medien-Chef

Der Aufsichtsrat von Constantin Medien hat den Vertrag des Vorstandsvorsitzenden Fred Kogel bis zum 31. Dezember 2018 verlängert. Der 56-Jährige ist seit 1. Oktober 2014 Mitglied des Vorstands und übernahm zum 1. Januar 2016 den Vorsitz im Führungsgremium des Medienunternehmens. Von 2009 bis 2014 war Kogel Aufsichtsratsvorsitzender der Gesellschaft. Zuvor hatte der Medienmanager nach Stationen unter anderem beim ZDF, bei Sat.1 und Kirch Media im April 2003 als Nachfolger von Bernd Eichinger den Vorstandsvorsitz bei der zur Constantin-Medien-Gruppe gehörenden Constantin Film übernommen, den er bis 2009 behielt.

ARD schaltet Das Erste auf Eutelsat Hotbird ab

Die ARD wird die Verbreitung von Das Erste über das Eutelsat-Satellitensystem Hotbird (13° Ost) am 31. März 2017 einstellen. Die Empfangbarkeit der Programme der ARD in Deutschland könne mittlerweile über die Satelliten von SES Astra vollständig gewährleistet werden, erklärte ein Sprecher von ARD Digital gegenüber MediaLABcom. Eine zusätzliche Verbreitung über Eutelsat sei für das intendierte Sendegebiet des Ersten daher nicht mehr gerechtfertigt. Zuschauer, die Das Erste außerhalb Deutschlands bisher über Eutelsat empfangen haben und die Astra-Satellitenposition 19,2° Ost nicht nutzen können, verweist der Sprecher auf den Livestream des Ersten im Internet. Zudem bestehe auf diesem Weg auch die Möglichkeit, auf die Mediathek des Ersten zuzugreifen. Programminhalte könnten so auch noch nachträglich - oder teilweise sogar bereits vor der TV-Ausstrahlung - abgerufen werden.

Über Hotbird wurden bislang vor allem Soldaten, Auswanderer, Urlauber und Hotels in Regionen versorgt, die via Astra nicht erreicht werden, zum Beispiel im Nahen Osten und in Nordafrika. Im Juni 2010 hatte die ARD bereits die Hotbird-Verbreitung eingestellt, kehrte aber nach Kritik an der Entscheidung von Bundeswehr und Politikern kurz vor Weihnachten 2010 wieder zurück - insbesondere, um die mehr als 5.000 in Afghanistan stationierten deutschen Soldaten in ihrem Einsatzgebiet am Hindukusch mit dem Programm des Ersten zu versorgen. Die Hotbird-Verbreitung sorgte wegen der im Vergleich zu Astra größeren Reichweite immer wieder für Konflikte mit Rechteinhabern. So schalteten ARD und ZDF etwa während der Fußball-WM 2014 ihre Signale auf Hotbird ab, um einen Rechtsstreit mit beIN Sports zu vermeiden. Die Al-Jazeera-Tochter verbreitete die WM-Spiele exklusiv als Pay-TV-Angebot im Nahen Osten und in Nordafrika und befürchtete eine Entwertung ihrer Rechte, wenn die Zuschauer die Spiele kostenlos bei ARD und ZDF empfangen können. Das ZDF zieht nicht mit der ARD gleich und stellt seine Hotbird-Verbreitung nicht am 31. März ein, wie eine ZDF-Sprecherin gegenüber MediaLABcom versicherte.

Teleclub startet Free-TV-Sportkanal Teleclub Zoom

Der Schweizer Pay-TV-Veranstalter Teleclub startet im Juli 2017 einen frei empfangbaren Sportkanal. [Teleclub Zoom](#) zeigt exklusive Sportinhalte, Live-Übertragungen, Talk- und Magazinsendungen, Reportagen und Hintergrundberichte rund um das nationale und internationale Sportgeschehen. Neben dem klassischen Fernsehen wird das Programm auch via Smartphone, Tablet, Laptop und PC empfangbar sein. "Die Lancierung von Teleclub Zoom ist für uns ein strategisch wichtiger Schritt und

ein lange gehegter Wunsch", sagte Wilfried Heinzmann, CEO von Teleclub und der Muttergesellschaft CT Cinetrade. "Die hohe Sportkompetenz, über welche Teleclub verfügt, wollen wir mit Teleclub Zoom dem TV-Publikum unbeschränkt zur Verfügung stellen und ihm das aktuelle Sportgeschehen nahebringen." Im Mittelpunkt stehen Fußball und Eishockey. Hinzu kommen weitere Sportarten wie Tennis, Golf, Skisport und Freestyle. Ein Höhepunkt sind die Live-Übertragungen ausgewählter Eishockey-Spiele und Partien internationaler Fußball-Ligen.

Motorvision TV baut Verbreitung aus

Der Auto- und Motorsportkanal Motorvision TV ist ab Mitte April 2017 in den Kabelnetzen von UPC in Österreich und der Schweiz zu empfangen. Die Verbreitung erfolgt in HD-Qualität. Insgesamt erreicht Motorvision TV dadurch in den beiden Ländern 1,8 Millionen Kabelhaushalte. In der Schweiz versorgt UPC rund 1,3 Millionen Kabel-TV-Haushalte. Davon beziehen 700.000 Kunden ein Zusatzpaket. Motorvision TV ist ab 20. April über das "Sport TV"-Bouquet abonnierbar. In Österreich verfügt UPC über knapp 500.000 TV-Kunden. Davon nutzen rund 370.000 Premium-Angebote wie das "Horizon TV Plus HD"-Paket, in dem Motorvision TV ab 18. April verbreitet wird.

Insight TV startet bei Swisscom TV

Der Schweizer Telekommunikationskonzern Swisscom hat den Ultra-HD-Sender Insight TV auf seine IPTV-Plattform Swisscom TV 2.0 aufgenommen. Der Pay-TV-Kanal, der sich Abenteuerreisen und Extremsport widmet, ist als lineares Programm im Rahmen des Ultra-HD-Angebots zu empfangen, das die Swisscom im April 2016 gestartet hat. Zum Empfang benötigen die Zuschauer neben einem Ultra-HD-Fernseher die Ultra-HD-TV-Box der Swisscom. Insight TV ist in Deutschland - in der HD-Variante - auf der Astra-Plattform HD+ sowie in Großbritannien bei Sky und in Spanien und Portugal bei Vodafone zu empfangen.

SRG Schweiz bleibt auf Hotbird

Die öffentlich-rechtliche Schweizer Rundfunkanstalt SRG wird ihre Fernseh- und Radioprogramme für Satellitenhaushalte weiterhin über Hotbird (13° Ost) verbreiten. Der langjährige Mietvertrag für einen Transponder wurde verlängert, wie der Satellitenbetreiber Eutelsat in Paris mitteilte. Dieser ergänzt einen zweiten Transponder, für den bereits eine langjährige Mietvereinbarung besteht. Die SRG nutzt die Kapazität auf Hotbird für die Ausstrahlung von sieben TV-Sendern in HD-Qualität: SRF 1, SRF zwei, SRF info, RSI LA 1, RSI LA 2, RTS Un und RTS Deux. Die Zielgruppe sind in erster Linie Haushalte, die vom terrestrischen Antennenfernsehen im Inland nicht erreicht werden sowie im Ausland lebende Schweizer Staatsbürger. Außerdem befinden sich auf den beiden Transpondern HbbTV-Dienste und 26 SRG-Radiosender. Bis auf SRF info sind alle TV-Sender aus urheberrechtlichen Gründen verschlüsselt, Smartcards erhalten nur Schweizer Bürger. Die Radiostationen sind unverschlüsselt. Die TV-Programme sind ausschließlich in HD-Qualität via Hotbird empfangbar, die parallele Verbreitung in herkömmlicher Bildauflösung wurde im Februar 2016 eingestellt.

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

Partner:

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

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

Redaktion: Marc Hankmann (Leitung), Dr. Jörn Krieger

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)