

EINSPEISEENTGELTE

KARTELLAMT SOLL ARD/ZDF-DEAL PRÜFEN

„Sie haben mich ins Gesicht gefilmt!“

Ausgabe 60 • September 2018

Sehr geehrte Damen und Herren,

spätestens seit dem Vorfall am Rande der Pegida-AfD-Demonstration in Dresden dürfte klar sein, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht nur Freunde hat. Nach der Lektüre dieser Ausgabe könnte man sogar meinen, dass er an vielen Fronten kämpfen muss.

Da ist zunächst der Fachverband für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK). Er will vom Bundeskartellamt prüfen lassen, inwiefern die Einigung von ARD und ZDF mit den Kabelnetzbetreibern Unitymedia und Vodafone im Streit um Einspeiseentgelte eine Ungleichbehandlung zu Lasten kleiner und mittelständischer Kabelnetzbetreiber darstellt. FRK-Jurist Ramón Glaßl erklärt, warum eine Beschwerde bei den Kartellwächtern aus seiner Sicht gute Chance auf Erfolg hat. Das wird auch Thema des FRK-Breitbandkongresses sein, der am 17. und 18. September in Leipzig stattfindet und dessen Programm wir näher vorstellen.

Dann muss der Rundfunk im Allgemeinen und die Öffentlich-Rechtlichen im Speziellen ihren Platz in der Welt des 5G-Mobilfunks finden, um in Zukunft nicht nur beim stationären und portablen Empfang eine Rolle zu spielen. Heikel für ARD und ZDF ist dabei ihre Forderung, dass ihr Signal unverschlüsselt, unverändert und diskriminierungsfrei verbreitet wird, der Empfänger also anonym bleibt. Die Welt des Mobilfunks kennt jedoch diese Anonymität nicht. Jeder Kunde ist anhand der SIM-Karte eindeutig identifizierbar. ARD und ZDF haben jedoch einen Trumpf in der Hand, der die Mobilfunker sehr interessiert.

Und auch im Ausland geht es dem öffentlichen-rechtlichen Rundfunk nicht gerade gut, zumindest in Großbritannien, denn noch ist überhaupt nicht klar, wie es für die britische Film- und Fernsehindustrie nach dem 29. März 2019 weitergeht. Wird es weiterhin gefragte BBC-Inhalte in deutschen TV-Programmen geben? Wie lassen sich Produktionen ohne EU-Fördergelder finanzieren? Vor allem die britischen Privatsender fragen sich, wie sie nach dem Brexit weiterhin in der EU empfangen werden können.

Harte Zeiten für die Öffentlich-Rechtlichen, insbesondere dann, wenn es ans Eingemachte geht und das ist neben Geld und Zukunft vor allem die Pressefreiheit. Wehret den Anfängen, kann man da nur sagen, damit der öffentlich-rechtliche Rundfunk weiterhin dem Volk aufs Maul schaut – oder ihm ins Gesicht filmt, wie es derzeit grammatikalisch etwas holprig durch die Medien klingt.

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

Inhalt

[Schalast vertritt FRK in Verfahren gegen ARD und ZDF sowie bei Fusionskontrolle in Sachen Unitymedia und Vodafone](#)

[Aus der Praxis – für die Praxis... oder zurück zu den Wurzeln](#)

[Nach Jahren des Scheiterns: 5G soll Rundfunk mobil machen](#)

[Good-bye BBC! Ist der Brexit das Ende der britischen Film- und Fernsehindustrie in der EU?](#)

[Veranstaltungshinweis](#)

[Kurzmeldungen](#)

Lektüre.

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

Schalast vertritt FRK in Verfahren gegen ARD und ZDF sowie bei Fusionskontrolle in Sachen Unitymedia und Vodafone

RA Ramón Glaßl

Die Kabelbranche wird derzeit durchgeschüttelt – und der Fachverband für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) ist als Vertreter von kleinen und mittleren Kabelnetzbetreibern mittendrin. Zunächst einigten sich ARD, ZDF, Unitymedia und Vodafone (zumindest zu großen Teilen) nach jahrelangem Streit durch alle Instanzen auf die Zahlung von Einspeiseentgelten sowie die Verbreitung der Sendungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Mediatheken (MediaLABcom [berichtete](#)). Sodann wurde die Übernahme von Unitymedia durch Vodafone angekündigt.

[Lesen Sie mehr](#)

Aus der Praxis – für die Praxis... oder zurück zu den Wurzeln

Heinz-Peter Labonte

Die Neuausrichtung des Breitbandkongresses im Vorjahr hat das besondere Kennzeichen des Fachverbands für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) dokumentiert: den engen Zusammenhalt und den Schulterschluss des Mittelstands. Nachdem das auch fast zwei Jahrzehntlang mit Geschäftspartnern, Freunden und Kunden so praktiziert wurde, ist der Weg zurück zu einem kleinen, aber sehr feinen Kongress auch für dieses Jahr Kennzeichen der Veranstaltung.

[Lesen Sie mehr](#)

Nach Jahren des Scheiterns: 5G soll Rundfunk mobil machen

Marc Hankmann

Rundfunk und Mobilfunk – das ist die Geschichte mehrerer Hochzeiten, die stets in einer Scheidung endeten. Weder gelang es, einen technisch marktreifen Standard zu etablieren, noch die wirtschaftlichen Interessen aller Beteiligten unter einem Hut zu bekommen. Der nächste Anlauf wird nun mit der fünften Mobilfunkgeneration unternommen. 5G soll alle Probleme der Vergangenheit lösen, so dass Fernsehen endlich mobil wird.

[Lesen Sie mehr](#)

Good-bye BBC! Ist der Brexit das Ende der britischen Film- und Fernsehindustrie in der EU?

Marc Hankmann

Film- und Fernsehschaffende im Vereinigten Königreich sitzen auf heißen Kohlen, denn noch ist völlig unklar, wie es für sie nach dem Brexit im März 2019 weitergehen wird. Immerhin verlässt der neben Deutschland größte audiovisuelle Markt der EU die Staatengemeinschaft. Im Bereich Video-on-Demand (VoD) sind die Briten in Europa sogar allein an der Spitze. Mit der BBC, Sky und ITV haben drei der zehn führenden europäischen Film- und TV-Konzerne ihren Sitz in Großbritannien. Hier verlässt ein Dino die EU – mit ungewissem Ausgang.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

Seminarreihe zu Neuerungen beim TV-Empfang

Astra Deutschland, WDR, Sky Deutschland und Glasfaser-ABC informieren Handel, Handwerk und Wohnungswirtschaft in einer Seminarreihe über Neuerungen beim TV-Empfang. Die kostenfreien Informationsveranstaltungen finden ab Oktober 2018 in fünf Städten in Nordrhein-Westfalen statt. Im Anschluss an die Fachvorträge stehen die Referenten für Fragen zur Verfügung. Die Teilnahme ist nur für Fachbesucher und nach vorheriger Anmeldung möglich.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Bundeskartellamt genehmigt Ausbau von 7TV

Das Bundeskartellamt hat das Vorhaben der Medienkonzerne ProSiebenSat.1 und Discovery Communications freigegeben, die Streaming-Dienste maxdome und Eurosport Player in ihre OTT-Plattform 7TV zu integrieren. Im Zuge der für die erste Jahreshälfte 2019 vorgesehenen Erweiterung, die im Juni 2018 bekannt gegeben wurde, werden maxdome und der Eurosport Player nicht mehr einzeln angeboten. Gleichzeitig wird die bislang kostenfreie und werbefinanzierte Plattform dadurch teilweise kostenpflichtig. Der zusätzliche Geschäftsbereich lasse aber nicht erwarten, dass das

Die Kabelbranche wird derzeit durchgeschüttelt – und der Fachverband für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) ist als Vertreter von kleinen und mittleren Kabelnetzbetreibern mittendrin. Zunächst einigten sich ARD, ZDF, Unitymedia und Vodafone (zumindest zu großen Teilen) nach jahrelangem Streit durch alle Instanzen auf die Zahlung von Einspeiseentgelten sowie die Verbreitung der Sendungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Mediatheken (MediaLABcom [berichtete](#)). Sodann wurde die Übernahme von Unitymedia durch Vodafone angekündigt.

Aufforderung zur Gleichbehandlung

Angesichts der geschlossenen Vergleiche zwischen ARD, ZDF, Unitymedia und Vodafone hat die Wirtschaftskanzlei Schalast im Auftrag des FRK die beiden öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ARD und ZDF aufgefordert, den FRK und seine Mitglieder ebenso zu behandeln wie die beiden marktbeherrschenden Kabelnetzbetreiber Unitymedia und Vodafone.

Die Vergleiche sehen nämlich vor, dass ARD und ZDF diesen beiden Unternehmen für die Einspeisung ihrer Sendungen sogenannte Einspeiseentgelte zahlen. Eine Praxis, gegen die sich die beiden öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten lange Zeit gewehrt haben und nun doch (teilweise) umsetzen.

Überprüfung der Ungleichbehandlung

Weil das Ansinnen des FRK, eine Gleichbehandlung herbeizuführen, sowohl von ARD als auch von ZDF abgelehnt wurde, hat Schalast am 21. August 2018 das Bundeskartellamt zur Überprüfung der Ungleichbehandlung eingeschaltet. Nach Ansicht des FRK stellt die Weigerung von ARD und ZDF eine Diskriminierung des Verbands und seiner Mitglieder gegenüber den beiden marktbeherrschenden Kabelnetzbetreibern dar. Weil sowohl ARD als auch ZDF als marktbeherrschend anzusehen sein dürften, stellt eine derartige Diskriminierung einen Verstoß gegen § 19 GWB dar und ist somit rechtswidrig.

Darüber hinaus erscheint es aus Sicht des FRK fragwürdig, warum die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ihre über die Rundfunkgebühren eingesammelten Gelder zur Unterstützung von Monopolisten verwenden. Sollte das Bundeskartellamt diese Ansicht teilen und ein Verfahren gegen ARD und ZDF eröffnen, hat das Amt die Möglichkeit, das rechtswidrige Verhalten abzustellen und gegebenenfalls gar Bußgelder zu erteilen.

Stark monopolistischer Markt

Des Weiteren hat Schalast für den FRK am 20. August 2018 sowohl bei der Europäischen Kommission als auch beim Bundeskartellamt Anträge auf Anhörung beziehungsweise Beiladung zu dem Zusammenschlussverfahren Unitymedia/Vodafone gestellt. Der FRK befürchtet durch diesen Zusammenschluss erhebliche Auswirkungen auf den Kabelmarkt sowie auf seine Mitglieder, weil sich der Markt nach einer Fusion letztlich zu einem stark monopolistisch geprägten Markt entwickeln wird. Mit der hierdurch gesteigerten Marktmacht, so befürchtet der FRK, geht eine noch stärkere Ungleichbehandlung der kleinen und mittleren Kabelnetzbetreiber einher.

Sofern ein Zusammenschlussverfahren vor dem Bundeskartellamt und/oder der Europäischen Kommission durchgeführt wird, hat der FRK nunmehr die Möglichkeit, seine Bedenken dort einzubringen und so die Interessen kleiner und mittelständischer Kabelnetzbetreiber auch in diesem für die Branche überaus bedeutsamen Verfahren zu vertreten.

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.

Die Neuausrichtung des Breitbandkongresses im Vorjahr hat das besondere Kennzeichen des Fachverbands für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) dokumentiert: den engen Zusammenhalt und den Schulterchluss des Mittelstands. Nachdem das auch fast zwei Jahrzehntlang mit Geschäftspartnern, Freunden und Kunden so praktiziert wurde, ist der Weg zurück zu einem kleinen, aber sehr feinen Kongress auch für dieses Jahr Kennzeichen der Veranstaltung.

Selektives Vertrauen in die Politik

Das Vertrauen in die Bundespolitik ist deutlich gesunken. Dies gilt für unsere Mitglieder, aber auch für unsere Partner. Auf allen Breitbandveranstaltungen der verschiedenen Verbände werden immer die gleichen Gesichter gezeigt und die gleichen Reden gehalten. Richtig passiert ist nichts. Vier Milliarden

Euro Fördergelder der letzten Legislaturperiode wurden politisch „verkauft“. Abgerufen und verbaut wurden gerade mal knapp 150 Millionen Euro. Politik denkt mal wieder „nach“ statt „vor“ zu denken. Eine vernünftige Analyse ergäbe, dass wir an der Bürokratie gescheitert sind. Wie einst die Wirtschaftsförderer keine Ahnung von Breitband hatten und zu Breitbandbeauftragten erklärt wurden, werden nunmehr die Breitbandbeauftragten zu Digitalumsetzern „befördert“.

Höhepunkte des Programms

Städtische Gesellschaften sind angesichts über 100 Seiten Richtlinien, Vergabeordnung und Ausschreibungsunterlagen nach wie vor ratlos. Unternehmen werden gefragt, aber sie haben keine Kompetenz. Deswegen konzentriert sich der FRK in diesem Jahr beim Kongress auf diejenigen, die zumindest in der Politik erfolgreich sind. So wird Christian Pegel, „Digitalminister“ aus Mecklenburg-Vorpommern, am Get-Together-Abend erläutern, auf welche Erfahrungen seine Landesregierung bei der Förderpolitik zurückgreift und vor allem, welche sie mit den Bundesmitteln gemacht hat.

Am Montag, 17. September 2018, wird den Mitgliedern und Besuchern in Workshops gezeigt, wie die Umstellung von Kupferkoaxial-TV-Kabel auf Gigabit-fähige Netze auch mit Docsis-Systemen funktioniert. Am Dienstag, 18. September 2018, klären Experten über die derzeitigen Förderrichtlinien auf. Darüber hinaus werden Beispiele demonstriert, wie sich andere Länder bereits vor 15 Jahren um die Gigabit-Gesellschaft kümmerten und heute dadurch wirtschaftliche Vorteile haben.

Gleichbehandlung der Kabelnetzbetreiber durch ARD und ZDF

Nachdem sich vor einigen Wochen ARD und ZDF auf Zahlung von Transportentgelten mit Unitymedia und Vodafone geeinigt haben, wird die kartellrechtliche Klärung, die der Justiziar des FRK, die Kanzlei Schalast & Partner, beantragt hat, ebenfalls im Zentrum des Breitbandkongresses stehen. Es geht um die Chancen des Mittelstands unter dem Gesichtspunkt Gleichbehandlung der Großen und Kleinen.

Es kann nicht sein, dass die mit den Gebühren der TV-Zuschauer finanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunksender ihre Marktmacht ausnutzen und Antennengemeinschaften, mittelständischen und kleinen Netzbetreibern die Zahlung von Entgelten verwehren, die sie den beiden marktbeherrschenden Kabelnetzbetreibern gewähren. Die Wettbewerbssituation wird so um rund 30 Millionen Euro im Jahr verzerrt, was einen Jahrespreisvorteil gegenüber dem Kunden seitens Vodafone und Unitymedia in Höhe von drei bis vier Euro pro Kunde bedeutet. Dieser öffentlich-rechtliche Wettbewerbsvorteil der Oligopolisten kann nicht durch den Rundfunkbeitrag finanziert werden.

Unitymedia wird Vodafone

Auch die Übernahme von Unitymedia durch Vodafone steht auf der Agenda. Sicherlich ist die Übernahme ein Schritt zu mehr Markttransparenz. Zudem bietet sich den Wettbewerbs- und Regulierungsbehörden endlich eine echte Chance, die erforderliche Regulierung und Open-Access-Diskussion für Kabelnetze zu echten Ergebnissen zu führen.

Mit dem neuen Oligopolisten entsteht der Telekom zwar ein ebenbürtiger Wettbewerber. Aber das genügt nicht, um den Wettbewerb wirklich zu stärken. Das Thema Open Access oder Wettbewerbsauflagen, zum Beispiel die Abspaltung von Netzen der Netzebene 4 an mittelständische Netzbetreiber, zu denen aus Sicht des FRK auch Tele Columbus gehört, wird ein weiteres zentrales Thema des Breitbandkongresses sein.

Fazit

Mit der Strategie „Klein, aber fein - zurück zu den Wurzeln“ schlägt der FRK weiterhin Brücken. Die gesamte Branche kann nur gemeinsam die aktuellen Herausforderungen meistern. Neben den Mitgliedern des FRK und des Partnerverbands VATM (Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten) werden wieder sehr viele Branchenvertreter aus der Praxis, Hersteller, Vertreter der Kommunen und ihrer Versorgungsunternehmen, der Wohnungswirtschaft, lokal tätige und unabhängige digitale Inhalte-Anbieter sowie Rechts- und Finanzberater erwartet. Also eine gute Mischung, die für Expertise und Vielfalt steht. Das vollständige Programm steht unter www.breitbandkongress-frk.de zur Verfügung.

Nach Jahren des Scheiterns: 5G soll Rundfunk mobil machen

Marc Hankmann

Rundfunk und Mobilfunk – das ist die Geschichte mehrerer Hochzeiten, die stets in einer Scheidung endeten. Weder gelang es, einen technisch marktreifen Standard zu etablieren, noch die wirtschaftlichen Interessen aller Beteiligten unter einem Hut zu bekommen. Der nächste Anlauf wird nun mit der fünften Mobilfunkgeneration unternommen. 5G soll alle Probleme der Vergangenheit lösen, so dass Fernsehen endlich mobil wird.

Natürlich ist es inzwischen möglich, die Live-Streams der TV-Sender im Mobilfunknetz auf dem Smartphone oder Tablet zu verfolgen. Der Knackpunkt dabei ist jedoch der entstehende Traffic. Zum einen ist das Datenvolumen bei der Mehrzahl der Mobilfunkverträge limitiert. Zum anderen erzeugt das Streaming eine ungeheurere Datenmenge, da jeder einzelne Nutzer einen einzelnen Stream erhält. Wie Birgit Spanner-Ulmer, Direktorin für Produktion und Technik beim Bayerischen Rundfunk (BR), Anfang Juli 2018 auf einer Veranstaltung der ARD in Berlin erklärte, haben rund zwei Millionen Menschen das Fußball-WM-Spiel Südkorea gegen Deutschland per Streaming verfolgt. Die Netzlast lag bei 5,5 Terabit pro Sekunde. Dabei dürften auch Mobilfunknetze in die Knie gehen.

Attraktives Netz für Mobilfunker

Ab 2020 will die Bundesregierung den 5G-Rollout beginnen. „Wir wollen Vorreiter beim neuen Mobilfunkstandard 5G sein“, sagt Dorothee Bär, Staatsministerin für Digitalisierung im Bundeskanzleramt. Doch warum sollte jetzt das gelingen, was all die Jahre zum Scheitern verurteilt war? Helwin Lesch, Leiter der Hauptabteilung Verbreitung und Controlling beim BR, sieht dafür zwei Gründe: Zum einen ist die Frequenzsituation bei den Mobilfunkbetreibern entspannter als noch vor Jahren. Durch die Digitalen Dividenden I und II wurden ihnen weitere Spektren zugesprochen. Zum anderen gewinnt die Konvergenz zwischen Rund- und Mobilfunk an Fahrt, da sich der Rundfunk immer mehr in Richtung I bewegt. Das gelte laut Lesch auch für die Distribution, so dass ein DVB-T3-Standard nicht vonnöten sei.

Außerdem bringt der Rundfunk etwas ein, was auch die Mobilfunker interessiert: ein terrestrisches Netz, das frequenztechnisch noch unterhalb von 700 MHz angesiedelt ist. Mit 145 DVB-T2-Sendestandorten erreiche der Rundfunk laut Lesch eine Netzabdeckung von 96 Prozent der Bevölkerung. Die Mobilfunker schaffen mit LTE eine vergleichbare Abdeckung von 94 Prozent, benötigen dafür aber 48.000 Sendestandorte. Und für eine 5G-Abdeckung werden es noch mehr werden müssen. Daher wäre der Zugang zum Rundfunknetz für die Mobilfunker also durchaus attraktiv, um eine möglichst hohe Reichweite bei möglichst niedrigen Ausbaurkosten zu erhalten.

Vorteile für alle

Den ersten Schritt hat der Rundfunk, vor allem der öffentlich-rechtliche, bereits genommen: Im Release 14 zur 5G-Standardentwicklung wurde festgehalten, dass über das terrestrische Rundfunknetz in 5G Free-to-air-Programme ausgestrahlt werden können. Das ist durchaus keine Selbstverständlichkeit, denn die Mobilfunkwelt kennt keinen anonymen Empfang wie bei der Terrestrik oder dem Satelliten. Jeder Nutzer ist über die SIM-Karte eindeutig identifizierbar. Auch ein Mix aus Broad- und Unicast ist denkbar, so dass zum Beispiel ein TV-Programm zunächst gestreamt, bei einer entsprechenden Netzauslastung aber automatisch ge-broadcastet werden könnte.

Für den BR-Experten Lesch hat dies nur Vorteile: Einerseits bleibt die Kontrolle über das Netz bei den Rundfunkern. Andererseits bringt 5G über das Rundfunknetz einen Zusatznutzen auf die Endgeräte, ohne dass deren Hersteller ein neues Empfangsteil integrieren müssen. „Es könnte sich daraus eine exportfähige Technologie entwickeln, die auch im Ausland von hohem Interesse ist“, meint Lesch. Der Mobilfunk kann vom sogenannten Offloading profitieren, also quasi vom Abladen großer Datenmenge ins Rundfunknetz. Außerdem ergeben sich auch durch Pay-TV-Angebote für die Mobilfunker neue Geschäftsmodelle.

Viele offene Fragen

So schön sich die 5G-Welt auch anhört, so viele Fragen sind auch noch offen, denn bei der Konvergenz von Rundfunk und Mobilfunk kommen die unterschiedlichsten Interessen zusammen: vom Hardware-Hersteller über den Plattformbetreiber bis zum Netzbetreiber und Inhabeanbieter. Offen ist beispielsweise noch, ob es im Rundfunkspektrum spezielle 5G-Downlink-Zuweisungen geben muss. Braucht man ein nationales Roaming und wenn ja, wie muss es ausgestaltet sein, damit ein Vodafone-Kunde im Telekom-Netz ebenso ARD und ZDF mobil empfangen kann wie umgekehrt ein Telekom-Kunde im Vodafone-Netz? Wie sieht die vertikale Kooperation zwischen Netzbetreibern unterschiedlicher Netzebenen aus, damit Offloading funktioniert?

Zudem wird es nicht ausreichen, wenn sich die Marktteilnehmer einig sind. Sie brauchen die Unterstützung der Politik – insbesondere beim 5G-Rollout. Trotz des Rundfunknetzes müssen die Mobilfunker ihre Zellen verkleinern und die Sendestandorte mit Glasfaser anbinden. Daher kann man es nur gutheißen, wenn die Bundesregierung ausschließlich Glasfaserausbauprojekte fördert. Bei der Mitnutzung gibt es aber bereits Streit. Vodafone etwa fordert den Zugang auf ungeschaltete Glasfaserleitungen, die sogenannte Dark Fiber. Die Deutsche Telekom kontert, dass Vodafone dadurch lediglich das Versäumnis wettmachen will, die eigenen Sendestandorte nicht mit Glasfaser angebunden zu haben.

Letztendlich lässt sich aber festhalten, dass 5G wohl die größten Chancen birgt, um den Rundfunk mobil zu machen. Beide Seiten arbeiten an der Standardisierung mit. In der Vergangenheit kam die technische Plattform immer nur aus einem der beiden Lager. Dass auch der Rundfunk immer häufiger IP spricht, dürfte die gemeinsame Basis ebenfalls erweitern. Bleibt dann noch genügend Spielraum für die Geschäftsmodelle aller Marktteilnehmer, könnte das nächste Jahrzehnt tatsächlich das Zeitalter eines echten mobilen Rundfunks einläuten.

Good-bye BBC! Ist der Brexit das Ende der britischen Film- und Fernsehindustrie in der EU?

Marc Hankmann

Film- und Fernsehschaffende im Vereinigten Königreich sitzen auf heißen Kohlen, denn noch ist völlig unklar, wie es für sie nach dem Brexit im März 2019 weitergehen wird. Immerhin verlässt der neben Deutschland größte audiovisuelle Markt der EU die Staatengemeinschaft. Im Bereich Video-on-Demand (VoD) sind die Briten in Europa sogar allein an der Spitze. Mit der BBC, Sky und ITV haben drei der zehn führenden europäischen Film- und TV-Konzerne ihren Sitz in Großbritannien. Hier verlässt ein Dino die EU – mit ungewissem Ausgang.

„Bis heute wissen wir nicht, wie wir in Zukunft mit Produzenten, Investoren und Distributoren zusammenarbeiten werden“, erklärt Michael Ryan, Vorsitzender der Independent Film and Television Alliance. „Wir wissen nicht, ob es neue Steuern auf unsere Aktivitäten geben wird, noch wie wir

Produktionen ohne die Unterstützung der EU finanzieren werden.“ Dabei wird es langsam Zeit, insbesondere für die große Zahl an TV-Sendern, die von Großbritannien aus in anderen Ländern verbreitet werden.

Herkunftslandprinzip gilt nicht mehr

Der EU-Marktanteil des britischen audiovisuellen Sektors beträgt 21 Prozent. Im Fall von on-Demand-Diensten liegt er sogar bei 31 Prozent, wobei die VoD-Angebote 29 Prozent aller Abonnenten in der EU auf sich vereinen. In Großbritannien sind über 650 internationale Rundfunksender lizenziert, so viele wie in keinem anderen Mitgliedsland. Insgesamt sind es 1.100 TV-Kanäle. Zum Vergleich: Frankreich, der nächstgrößte Markt, kommt auf 400 Kanäle. Von den britischen TV-Sendern sind 43 Prozent für ein Publikum außerhalb des Vereinigten Königreichs gedacht. Bei VoD beträgt der Anteil sogar 51 Prozent.

Diese Sender stehen vor einem erheblichen Problem. Durch den Brexit fallen sie nach dem März 2019 nicht mehr unter das Herkunftslandprinzip, wonach ein in einem EU-Mitgliedsstaat zugelassenes Rundfunkprogramm in anderen Mitgliedsländern ausgestrahlt werden darf, ohne erneut lizenziert werden zu müssen. Die betroffenen Sender müssen sich also ein neues Land innerhalb der EU suchen, um in der Staatengemeinschaft auch weiterhin „on air“ bleiben zu dürfen.

Neue Heimat

Laut dem Unternehmen Expert Media Partners bieten sich insbesondere Irland, die Niederlande, Luxemburg, Malta und Estland als neue Heimaten an. Es handele sich dabei um Länder mit Erfahrung im internationalen Rundfunksektor sowie einem stabilen und zuverlässigen Rechtssystem. Im Fall von Luxemburg und Malta dürfte das insbesondere mit Blick auf die Steuern reizvoll sein. Außerdem attestiert Expert Media Partners diesen Ländern eine einfache Zusammenarbeit zwischen den Sendern und den hiesigen Regulierungsbehörden.

Und schon wird um die britischen TV-Sender mit Abwanderungsgedanken gebuhlt: „Estlands Vorteile liegen in seiner offenen Wirtschaft, der Verbreitung elektronischer Dienste, der verfügbaren Infrastruktur und den günstigen Lizenzgebühren“, sagt etwa Martti Kinkar, Entwicklungsleiterin bei Levirat, einem halbstaatlichen Anbieter digitaler Dienste und Technologien. „Levira betreibt ein hochmodernes Playout-Center und ein paneuropäisches Medienvertriebsnetz für lineare Dienste. Darüber hinaus verfügt Estland über den erforderlichen Regulierungsrahmen“, ergänzt Kinkar.

Die Zeit wird knapp

Deutschland dürfte weniger ein Favorit für britische TV-Sender sein. Der Föderalismus ist alles andere als ein attraktives Rundfunksystem, zu dem eine komplexe Regulierung gehört und auch noch potenzielle Auseinandersetzungen mit der jeweiligen Medienanstalt, der Bundesnetzagentur oder dem Bundeskartellamt hinzukommen könnten. Ganz zu schweigen vom deutschen Daten- und Verbraucherschutz.

Abgesehen von der Suche nach einer neuen Heimat innerhalb der EU treibt die britischen TV-Sender, die fürs Ausland senden, ein weiteres Problem um: Sollten sie auswandern und sich einer neuen Jurisdiktion unterwerfen, geht das nicht von heute auf morgen. Adam Minns, Vorstand der Commercial Broadcasters Association, geht davon aus, dass die Sender sechs bis neun Monate bräuchten, um diesen Umzug vorzubereiten. Die Zeit wird knapp, denn nach dem 29. März 2019 ist Großbritannien kein EU-Mitglied mehr.

Europäische Werke bleiben

So drängt Minns die Politik, endlich Klarheit zu schaffen, wie es mit dem britischen audiovisuellen Sektor danach weitergehen soll. Die Unsicherheit ist jedoch auch bei Politikern groß, denn Rundfunk war bislang noch nie Gegenstand der Verhandlungen zu Freihandelsabkommen. Als wären die Gespräche mit der EU nicht schon kompliziert genug.

Zwar fällt das Herkunftslandprinzip für die Briten weg, jedoch bleiben sie Vertragspartner des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen. Das bedeutet, dass Filme und TV-Produktionen aus dem Vereinigten Königreich weiterhin als europäische Werke angesehen und dementsprechend von anderen Rundfunkanstalten im Programm berücksichtigt werden müssen. Das gilt umgekehrt auch für britische Sender. Sie müssen ebenfalls die gemäß dem Übereinkommen festgelegte Sendezeit für europäische audiovisuelle Werke aufbringen. VoD-Anbieter in Großbritannien müssen die Produktion und den Zugang zu solchen Werken fördern.

Brexit könnte auch Vorteile haben

Trotzdem könnte der Brexit zur Folge haben, dass in der EU produzierte Filme aus britischen Kinos verschwinden. Die Rechte werden in Euro bezahlt, so dass der Kursverfall des britischen Pfunds den Lizenzerwerb verteuert. Besonders schmerzlich dürfte jedoch der Wegfall von EU-Fördergeldern sein. Eine mögliche Folge wäre ein Anstieg der Produktionskosten für in Großbritannien gedrehte Filme und TV-Inhalte – etwa für hochwertige Serien wie „Game of Thrones“. Die Fantasy-Saga wird zum Teil in Nordirland gedreht. Die Produktionskosten könnten auch deshalb ansteigen, weil es wegen der fehlenden Freizügigkeit und Arbeitsplatzwahl in Großbritannien schwieriger werden könnte, Fachkräfte zu finden.

Allerdings gibt es auch Stimmen, die für die britische Film- und Fernsehbranche durchaus Vorteile durch den EU-Austritt sehen, denn die Produktionskosten könnten genauso gut sinken, wenn das billige Pfund

die Wettbewerbsfähigkeit für britische Produktionen erhöht, insbesondere dann, wenn es noch Steuervergünstigungen geben sollte. Das Vereinigte Königreich könnte sich zudem durch entsprechende Freihandelsverträge neue Märkte erschließen. Ohnehin könnte der Brexit der britischen Film- und TV-Industrie mehr Freiheiten bringen, um so für neue Investoren interessant zu werden. Immerhin wird man sich nicht mit den EU-Maßnahmen zum Datenschutz oder Urheberrecht herumschlagen müssen.

Doch sowohl in den Vor- als auch in den Nachteilen stecken noch viele Konjunktive. Schuld ist die derzeit unklare Situation, wie es mit der britischen Film- und Fernsehindustrie nach dem Brexit im kommenden Jahr weitergeht. Lohnt sich das Auswandern in ein EU-Land? Wie können Filme ohne EU-Förderung finanziert werden? Wie erhalten britische Medienunternehmen Zugang zum Digital Single Market? Alles Fragen, die den Film- und Fernsehschaffenden in Großbritannien unter den Nägeln brennen und die die Politik möglichst schnell beantworten muss.

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

Seminarreihe zu Neuerungen beim TV-Empfang

Astra Deutschland, WDR, Sky Deutschland und Glasfaser-ABC informieren Handel, Handwerk und Wohnungswirtschaft in einer Seminarreihe über Neuerungen beim TV-Empfang. Die kostenfreien Informationsveranstaltungen finden ab Oktober 2018 in fünf Städten in Nordrhein-Westfalen statt. Im Anschluss an die Fachvorträge stehen die Referenten für Fragen zur Verfügung. Die Teilnahme ist nur für Fachbesucher und nach vorheriger Anmeldung möglich.

Infos & Anmeldung: www.tv2018.info

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Bundeskartellamt genehmigt Ausbau von 7TV

Das Bundeskartellamt hat das Vorhaben der Medienkonzerne ProSiebenSat.1 und Discovery Communications freigegeben, die Streaming-Dienste maxdome und Eurosport Player in ihre OTT-Plattform 7TV zu integrieren. Im Zuge der für die erste Jahreshälfte 2019 vorgesehenen Erweiterung, die im Juni 2018 bekannt gegeben wurde, werden maxdome und der Eurosport Player nicht mehr einzeln angeboten. Gleichzeitig wird die bislang kostenfreie und werbefinanzierte Plattform dadurch teilweise kostenpflichtig. Der zusätzliche Geschäftsbereich lasse aber nicht erwarten, dass das Gemeinschaftsunternehmen eine dominante Marktposition erhalte, begründete das Kartellamt seine Genehmigung.

"Maxdome hat zwar ein großes und bekanntes Videoangebot und auch der Eurosport Player hat mit den Bundesliga-Spielen Bekanntheit erlangt. Der Markt für bezahltes Video-on-Demand ist jedoch nach wie vor ein stark expandierender Markt und weist etwa mit Amazon, Netflix, iTunes und auch Sky sowie mit öffentlich-rechtlichen Angeboten potente Wettbewerber auf", sagte Kartellamtspräsident Andreas Mundt in Bonn.

Wenn ARD, ZDF und RTL das Angebot von ProSiebenSat.1 und Discovery annehmen, der OTT-Plattform beizutreten, würde sich die Wettbewerbsbehörde allerdings erneut mit dem Fall befassen, denn die Beteiligten haben beim Kartellamt ausschließlich die Erweiterung um die eigenen Aktivitäten maxdome und Eurosport Player angemeldet. Hierauf beschränkt sich die Fusionsprüfung und Freigabe. Soweit weitere Inhalte oder Kooperationspartner aufgenommen werden sollen, ist nach Angaben des Kartellamts eine erneute Prüfung unter Berücksichtigung der aktuellen Marktlage und der konkreten Ausgestaltung der Kooperation erforderlich. Ziel der beiden Medienkonzerne ist die Schaffung einer zentralen Anlaufstelle für Streaming-Inhalte der deutschen Fernsehsender nach dem Vorbild der US-Plattform Hulu.

Pay-TV bleibt auf Wachstumskurs

Die Anzahl der Pay-TV-Abonnenten stieg in Deutschland 2017 von 7,5 Millionen (2016) auf 7,7 Millionen und in Deutschland, Österreich und der Schweiz von 8,4 Millionen auf 8,7 Millionen. Das ergab die [Marktanalyse "Pay-TV in Deutschland 2018"](#), die der Privatsenderverband VAUNET (ehemals VPRT) in München vorgestellt hat. Für 2018 prognostiziert der Verband einen Zuwachs um 0,2 bis 0,3 Millionen Abonnenten auf rund acht Millionen Abonnenten in Deutschland; im gesamten deutschsprachigen Raum soll es dann rund neun Millionen Abonnenten geben.

Die Umsätze aus Pay-TV und Paid-Video-on-Demand sind im zurückliegenden Jahr insgesamt um 15 Prozent auf 3,1 Milliarden Euro in Deutschland (2016: 2,7 Milliarden Euro) beziehungsweise auf 3,5 Milliarden Euro im gesamten deutschsprachigen Raum (2016: 3 Milliarden Euro) gestiegen. In diesen Werten enthalten sind Pay-TV-Umsätze, die um sieben Prozent auf 2,3 Milliarden Euro in Deutschland beziehungsweise auf 2,6 Milliarden Euro im deutschsprachigen Raum gewachsen sind. Für 2018 prognostiziert der Verband einen weiteren Anstieg der Pay-TV-Umsätze im deutschsprachigen Raum um rund vier bis fünf Prozent, der Paid-Video-on-Demand-Umsätze um rund 20 Prozent und damit des gesamten Pay-TV- und Paid-Video-on-Demand-Umsatzes um acht bis zehn Prozent auf rund 3,8 Milliarden Euro.

Eins Energie Sachsen und ENTEGA wählen Zattoo für IPTV

Die Glasfasernetzbetreiber Eins Energie in Sachsen und ENTEGA in Darmstadt haben sich bei der Einführung ihrer Multiscreen-IPTV-Angebote für die White-Label-Lösung von Zattoo entschieden. Die Unternehmen können damit neben Internet und Telefonie auch TV unter ihrer eigenen Marke vermarkten - alles aus einer Hand. Zuvor hatten bereits die Netzbetreiber M-net, NetCologne, EWE TEL und BITel die TV-Plattform von Zattoo gewählt.

Das TV-Produkt wird komplett von Zattoo gehostet und gemanagt. Die Unternehmen müssen dadurch nicht selbst in IPTV-Technologie investieren. Als End-to-End-Dienstleister deckt Zattoo die gesamte technische Plattform ab: Vom Headend/Ingest der Signale über das Encoding/Transcoding bis zur Übergabe der fertigen IPTV-Streams in das Netz der beiden Netzbetreiber. Die Kunden entscheiden, ob sie auf dem großen TV-Gerät über eine Set-Top Box oder über Apps auf Smartphones, Tablets oder PC/Laptop fernsehen möchten. Für die Einführung ihres IPTV-Produkts nutzen Eins Energie und ENTEGA den Rahmenvertrag der Deutschen Netzmarketing GmbH (DNMG), den Zattoo im April 2015 mit der DNMG abgeschlossen hat.

700 Millionen Euro Schaden durch TV-Piraterie pro Jahr

1,9 Millionen Personen in Deutschland nutzen regelmäßig illegale Live-TV-Signale. Den Medienunternehmen entgehen damit Einnahmen von mehr als 430 Millionen Euro pro Jahr. Insgesamt, also inklusive der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen, liegt der Umsatzschaden bei rund 700 Millionen Euro. Damit verbunden sind Steuerausfälle von jährlich 170 Millionen Euro. Zu diesem Ergebnis kommt ein [Gutachten](#), das die Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia für den Privatsenderverband VAUNET (ehemals VPRT) erstellt hat. Zu den meistgenutzten illegalen linearen TV-Inhalten gehören insbesondere Sport, fiktionale Inhalte und Dokumentationen.

Besonders intensiv ist die Fernsehpiraterie bei jungen Erwachsenen zwischen 18 und 23 Jahren: Fast ein Drittel der Gesamtnutzung illegaler linearer TV-Streams entfällt auf diese Altersgruppe. Den höchsten Anteil illegaler Nutzung machen junge Männer im Alter von 18 bis 23 Jahren aus: Zwölf Prozent der Zielgruppe nutzen regelmäßig illegale lineare TV-Streams, im Durchschnitt 90 Minuten pro Tag. Die überwiegende Mehrheit der jungen Männer bewertet den Zugang zu illegalen TV-Inhalten als einfach oder sehr einfach.

"Die Ergebnisse aus Messung, Befragung und Schadensmodellierung sind eindeutig: Die Nutzung illegaler Live-TV-Signale ist ein Massenphänomen mit gravierenden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Folgen", sagte Klaus Goldhammer, Geschäftsführer von Goldmedia, in Berlin. Frank Giersberg, Mitglied der Geschäftsleitung des VAUNET, erklärte: "Für private Medienanbieter kommen die illegal gekaperten, veränderten und am Rechteinhaber vorbei vermarkteten TV-Signale einer Enteignung gleich. Programminvestitionen und Angebotsvielfalt in Deutschland werden dadurch stark beschnitten." VAUNET-Geschäftsführer Harald Flemming ergänzte: "Die Rechtsdurchsetzung zum Schutz der Signalintegrität muss eine Priorität der Medien- und Wirtschaftspolitik sein. Andernfalls drohen erhebliche negative Folgen für den Produktionsstandort und die Medien- und Meinungsvielfalt in Deutschland."

Sport1 plant eSports-Sender

Der Sportkanal Sport1 will einen eigenen Fernsehsender für die Fans von Computer- und Videospiele starten. "Es ist richtig, dass wir die Planungen für einen eSports-Sender vorantreiben und diesbezüglich auch mit möglichen Partnern sprechen", sagt Sport1-Sprecher Michael Röhrig dem [Medienmagazin DWDL](#). Zu weiteren Einzelheiten - etwa, ob es sich um einen Free-TV- oder Pay-TV-Kanal handelt - will man sich noch nicht äußern. "Details zu dem geplanten eSports-Sender werden wir zu gegebener Zeit bekannt geben", erklärt Röhrig. Es ist nicht das erste Mal, dass Sport1 ein neues TV-Projekt plant. Im November 2016 wurde ein Free-TV-Sender namens Sport2 angekündigt - gestartet ist er bislang nicht. Dazu gebe es derzeit nichts Neues, sagt Röhrig.

Sky Q erreicht über eine Million Kunden

Mehr als eine Million Sky-Kunden in Deutschland und Österreich nutzen inzwischen die Multimedia-Plattform Sky Q. Seit der Einführung am 2. Mai 2018 haben alle Abonnenten mit einem Sky+-Pro-Receiver das Sky-Q-Update schrittweise automatisch und kostenlos erhalten. Außerdem haben sich zahlreiche Neukunden für Sky Q entschieden. Die neue Plattform umfasst lineare TV-Sender, Abrufinhalte, Ultra HD/4K, Apps wie die Mediatheken von ARD und ZDF und neue Funktionen wie Restart, Autoplay und Fortsetzen. Als nächste Schritte will Sky Deutschland bei Sky Q eine Sprachsteuerung über die Fernbedienung einführen und den Streaming-Dienst Netflix als App integrieren.

Sky lässt die Monster los

Zum Kinostart von "Predator - Upgrade" zeigt der Pay-TV-Veranstalter Sky Deutschland alle Predator- und Alien-Filme auf einem eigenen Pop-up-Kanal. Bei Sky Cinema Alien vs. Predator HD laufen vom 3. bis 16. September 2018 alle elf Filme mit den beiden Ungeheuern rund um die Uhr. Der Sender ersetzt in diesem Zeitraum Sky Cinema Hits. Die beiden ersten Alien-Filme werden jeweils im Director's Cut gezeigt, die drei Predator-Filme in der ungeschnittenen Version. Alle Filme sind auch bei Sky Go und Sky Ticket abrufbar.

Sky startet Sky Cinema Comic-Helden HD

Sky Deutschland widmet den Helden aus Comic-Heften ein eigenes Fernsehprogramm. Vom 24. September bis 7. Oktober 2018 zeigt der Pop-up-Kanal Sky Cinema Comic-Helden HD 24 Filme mit Ikonen wie Batman, Superman, Spider-Man und Wonder Woman. Höhepunkt ist die deutsche TV-Premiere von "Justice League" am 30. September. Mit Sky Q sind alle Filme in Ultra-HD-Qualität zu sehen. Der Sender ersetzt vorübergehend Sky Cinema Hits. Alle Filme, die bei Sky Cinema Comic-Helden HD laufen, sind auch via Sky Ticket abrufbar.

Deutsche Telekom: Entertain TV wächst langsamer

Die Deutsche Telekom verzeichnet bei ihrer IPTV-Plattform Entertain TV weiterhin Wachstum, allerdings in langsamerem Tempo. Im zweiten Quartal 2018 gewann Entertain TV 47.000 neue Kunden. Das waren weniger als im ersten Quartal 2018 (54.000) und weniger als im zweiten Quartal des Vorjahres (69.000). Insgesamt hatte Entertain TV damit 3,24 Millionen Kunden am 30. Juni 2018. Das entspricht einem Anstieg von 7,1 Prozent im Jahresvergleich. Am 30. Juni 2017 zählte das IPTV-Angebot 3,02 Millionen

Kunden.

Unitymedia steigert Umsatz

Unitymedia hat seinen Umsatz im zweiten Quartal 2018 um fünf Prozent auf 611 Millionen Euro im Vorjahresvergleich gesteigert. Im Geschäftskundenbereich verdoppelte sich der Umsatz. Insgesamt gewann der Kabelnetzbetreiber 61.000 Internet-, Telefonie- und TV-Verträge im zweiten Quartal 2018 hinzu, darunter 38.000 für Internet und 37.000 für Telefonie. Der Zuwachs war damit größer als im zweiten Quartal 2017, in dem 54.000 neue Verträge verzeichnet wurden.

Im Rahmen seines "New Wave"-Programms beschleunigt Unitymedia ab sofort die Internetanschlüsse von mehr als einer halben Million Bestandskunden auf eine Grundgeschwindigkeit von bis zu 30 Mbit/s im Download – ohne Mehrkosten. Die schrittweise Einführung der Internet-Grundgeschwindigkeit soll Ende November 2018 abgeschlossen sein. Mit 30 Mbit/s surfen Unitymedia-Kunden mit Basis-Internetanschluss dann nach Angaben der Liberty-Global-Tochter bereits fast doppelt so schnell im Netz wie der deutsche Internetnutzer im Durchschnitt.

Bei Internet-Neukunden sind hohe Geschwindigkeiten gefragt: Mehr als 80 Prozent der Neukunden buchten im zweiten Quartal Datenraten von 150 Mbit/s und mehr. Seinen 1-Gbit/s-Hochgeschwindigkeitszugang will Unitymedia nach der Premiere in Bochum in diesem Jahr auch in Frankfurt am Main, Köln und Düsseldorf einführen.

Freenet TV und waipu.tv steigern Kundenzahl

Die Mediengruppe Freenet verzeichnete im zweiten Quartal 2018 steigende Kundenzahlen bei ihren TV-Angeboten Freenet TV und waipu.tv. Die via DVB-T2 gestartete und seit März 2018 über Astra (19,2° Ost) verbreitete Privatsender-Plattform Freenet TV (MediaLABcom [berichtete](#)) erreichte zum 30. Juni 2018 insgesamt 1,14 Millionen Kunden. Zum Jahresende 2017 waren es noch 975.000 Kunden. Bis Ende 2018 will Freenet mindestens 1,2 Millionen Kunden mit Freenet TV via DVB-T2 und Satellit erreichen.

Die Internet-TV-Plattform waipu.tv legte von 133.100 Kunden im ersten auf 174.300 Abonnenten im zweiten Quartal 2018 zu. Insgesamt zählt waipu.tv inzwischen 824.000 registrierte Kunden. Vor einem Jahr (30. Juni 2017) waren es lediglich 255.300 registrierte Kunden. Bis Ende 2018 erwartet Freenet über 250.000 zahlende und über eine Million registrierte Kunden bei waipu.tv. Die Umsatzerlöse von Freenet im Bereich TV und Medien stiegen von 74,7 Millionen Euro im zweiten Quartal 2017 auf 77,3 Millionen Euro im vergangenen Quartal.

ProSiebenSat.1 baut HbbTV-Angebot aus

Der Medienkonzern ProSiebenSat.1 hat die HbbTV-Portale seiner Free-TV-Sender Sat.1, ProSieben, kabel eins, sixx, ProSieben Maxx, Sat.1 Gold und kabel eins Doku neu ausgerichtet. Im Mittelpunkt stehen jetzt die Mediathek, in der komplette TV-Sendungen und begleitende Inhalte abgerufen werden können, der interaktive Nachrichtenstrom und Themenkanäle, die Mediatheken-Inhalte zu verschiedenen Schwerpunkten in Playlists bündeln, etwa Ernährung und Mode, Autos und Abenteuer, Comedy-Clips und Dokumentationen.

Die Zuschauer können auch an interaktiven Angeboten teilnehmen, etwa Quizshows oder Abstimmungen. Besonderheit: Das laufende TV-Programm bleibt dabei im Bild. Der Zugang erfolgt über die rote Taste der Fernbedienung mit Smart-TV-Geräten, die sich über den HbbTV-Standard eignen und ans Internet angeschlossen sind. Die [HbbTV-Portale](#) von ProSiebenSat.1 werden nach Unternehmensangaben jeden Monat von 2,7 bis drei Millionen Zuschauern aufgerufen. Rund zwölf Millionen Zuschauer sind technisch dazu in der Lage, die Angebote zu nutzen.

KiKA startet Mediathek

Der ARD/ZDF-Kinderkanal KiKA bündelt seine Abrufinhalte ab sofort in einer eigenen Mediathek. Der KiKA-Player ist zunächst auf Smart-TV-Geräten zugänglich, die sich für den HbbTV-Standard eignen. Ab Herbst 2018 soll das werbefreie, kostenlose Angebot auch via Internet sowie als App für Smartphones und Tablets verfügbar werden. Der KiKA-Player ergänzt die KiKANiNCHEN-App, die der Sender seit Dezember 2017 für Vorschulkinder anbietet.

M7 erweitert Diveo-App

M7 Deutschland hat die App seiner Satellitenplattform Diveo auf Astra (19,2° Ost) erweitert. Die Version 5.0 der Gratis-App, die ab sofort im Apple App Store und im Google Play Store heruntergeladen werden kann, bietet eine neue "Entdecken"-Funktion auf der Startseite. Den Nutzern werden dabei in der App und im Browser TV-Sendungen vorgeschlagen, die für sie interessant sein könnten.

Das Update umfasst zudem eine automatische Wiedergabefunktion. Bei Neustart oder der Nutzung von Mediatheken wird 15 Sekunden vor dem Ende bereits die Wiedergabe des nachfolgenden Titels angekündigt. Die manuelle Auswahl der nächsten Sendung ist damit nicht mehr nötig, wenn beispielsweise mehrere Folgen einer Serie nacheinander angesehen werden. Außerdem werden nun alle Samsung-Smart-TV-Fernseher in einem Haushalt über die App automatisch erkannt.

Zattoo führt Live-Pause ein

Zattoo-Nutzer in Deutschland können ab sofort mit der Live-Pause die aktuell laufende TV-Sendung für bis zu 90 Minuten anhalten und anschließend weitersehen. Die neue Funktion steht den Kunden der kostenpflichtigen Pakete "Zattoo Premium" und "Zattoo Ultimate" zur Verfügung. "Mit der Live-Pause gehen wir einen weiteren Schritt in Richtung Personalisierung des TV-Erlebnisses", sagte Jörg Meyer, Chief Officer Content und Consumer bei Zattoo. "Nutzer wünschen sich heutzutage neben ortsunabhängigem TV-Konsum auch mehr zeitliche Flexibilität."

Technisch basiert die Live-Pause auf NPVR-Technologie (Network Personal Video Recorder). Die TV-Sendung wird während des Pausierens vorübergehend aufgezeichnet. Die so gebufferten Inhalte werden gelöscht, sobald der Pause-Modus beendet oder der TV-Kanal gewechselt wird. Die Live-Pause kann auf allen Plattformen angewendet werden - zurzeit noch nicht auf Samsung, Xbox und Windows.

Wird eine Sendung pausiert, können Inhalte innerhalb der Pause übersprungen werden. Vorwärtsspulen innerhalb der 90-Minuten-Pause ist aus lizenzrechtlichen Gründen nicht bei allen Sendern möglich. Beispielsweise kann bei den Sendern der Mediengruppen RTL und ProSiebenSat.1 nicht vorgespult werden.

RTL Living startet bei Amazon Prime Video Channels

Der Pay-TV-Sender RTL Living ist ab sofort auf der OTT-Plattform Amazon Prime Video Channels empfangbar. Das Programm kann zum Monatspreis von 2,99 Euro unter www.amazon.de/channels/livingrtl als Livestream gesehen werden; auch Abrufinhalte sind verfügbar. 14 Tage lässt sich das Angebot kostenfrei testen. Der Zugang ist zudem über die Prime-Video-App auf Smart-TV-Fernsehern, mobilen iOS- und Android-Geräten, Amazon Fire TV, Fire-TV-Stick, Fire-Tablets und Apple TV möglich. Voraussetzung ist eine Amazon-Prime-Mitgliedschaft, die 69 Euro pro Jahr kostet.

RTL Living dreht sich um Themen wie Lifestyle, Kochen, Garten, Haus, Mode und Reisen. Mit dem von der Mediengruppe RTL Deutschland betriebenen Sender bietet Amazon Prime Video insgesamt 52 Kanäle. Nach GEO Television ist RTL Living der zweite Pay-TV-Sender der Kölner TV-Veranstalter bei Amazon Prime Video Channels.

Serie A bleibt bei DAZN

Das Sportportal DAZN wird weiterhin die Spiele der ersten italienischen Fußball-Liga Serie A in Deutschland und Österreich live übertragen. Die Tochter der britischen Perform Group verlängerte ihre Zusammenarbeit mit der Serie A um die kommenden drei Spielzeiten; finanzielle Details wurden nicht genannt. Damit können die Fans unter anderem den mit Spannung erwarteten ersten Auftritt von Cristiano Ronaldo bei seinem neuen Verein Juventus Turin bei DAZN verfolgen.

"Die italienische Liga ist wichtiger Bestandteil unseres Fußballangebots. Gemeinsam mit der Premier League, La Liga, Ligue 1 und den Highlight-Clips aller deutschen Bundesliga-Spiele bereits 40 Minuten nach Abpfiff zeigt DAZN alle wichtigen europäischen Top-Fußball-Ligen", sagt Thomas de Buhr, Executive Vice President von DAZN in Deutschland, Österreich und der Schweiz. "Ab dieser Saison kommen noch 110 Live-Spiele der UEFA Champions League und alle 205 Spiele der UEFA Europa League dazu – damit wird DAZN zum wichtigsten Platz für Fußballfans."

DAZN behält Ligue 1

Das Sportportal DAZN überträgt auch in den kommenden drei Spielzeiten die Partien der höchsten französischen Fußball-Liga, Ligue 1, live in Deutschland und Österreich. Das Rechtepakete, dessen finanzielle Details nicht genannt wurden, wird durch die Spiele des französischen Pokals "Coupe de France", die DAZN von Sport1 sublizenziert, dem französischen Ligapokal "Coupe de la Ligue" und durch ausgewählte Spiele der französischen Ligue 2 abgerundet. Die Ligue 1 sei von Anfang an ein wichtiger Bestandteil des Fußballportfolios von DAZN in Deutschland und Österreich gewesen, sagt Thomas de Buhr, Executive Vice President von DAZN in Deutschland, Österreich und der Schweiz. "Wir freuen uns daher sehr, den Fußballfans auch weiterhin die Spiele aus der Liga des neuen Weltmeisters zeigen zu können."

eoTV zeigt Sport in Kooperation mit DAZN

Der Free-TV-Sender eoTV zeigt neben Fernsehserien und Spielfilmen neuerdings auch Sportübertragungen aus Europa. Dienstags läuft in Zusammenarbeit mit dem Sport-Streamingdienst DAZN ab 20.15 Uhr die "European Sportsnight by DAZN". Zu sehen ist ein ausgewähltes Sporthighlight der Woche aus der Basketball Champions League, der WTA Internationals, des Rugby Champions Cup, Challenge Cup, der Aviva Premiership oder aus europäischen Fußball-Ligen. eoTV ist unverschlüsselt über Astra (19,2° Ost), via Kabel und IPTV, auf OTT-Plattformen und als Livestream auf seiner [Webseite](#) zu empfangen.

Kay Dammholz verlässt DAZN

Kay Dammholz, Managing Director Rights & Distribution bei DAZN im deutschsprachigen Raum (DACH), verlässt das Unternehmen zum 31. August 2018. Dammholz, der in den vergangenen zwei Jahren für den Bereich Rechteerwerb und Distribution des Sportstreaming-Dienstes zuständig war, verändert sich auf eigenen Wunsch und möchte sich zukünftig neuen Herausforderungen stellen. Die Nachfolge ist noch nicht festgelegt. Vorerst übernimmt Thomas de Buhr, Executive Vice President DAZN DACH, die Aufgaben des scheidenden Managers.

"Es waren zwei unglaublich spannende Jahre bei DAZN, in denen vor allem im Bereich Sportrechte sehr viel passiert ist. Unter den vielen Highlights war die Akquise von Rechten für die UEFA Champions League und die UEFA Europa League, die erfolgreiche Verlängerung der spanischen La Liga – ein absolutes Kernrecht im DAZN Portfolio – sowie die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit vielen Rechteinhaltern und Verbänden rund um den Globus", sagte Dammholz in München. "Es hat mir großen Spaß gemacht, beim Aufbau von DAZN im deutschsprachigen Raum eine aktive Rolle zu spielen. Nachdem nun aber viele wichtige Projekte abgeschlossen sind und DAZN final den Schritt aus der Nische in Richtung Mainstream gemacht hat, möchte ich meinen Weg weitergehen und neue berufliche Herausforderungen annehmen. Ich wünsche DAZN und dem gesamten Team weiterhin viel Erfolg."

Dietmar Pörtl neuer CTO von Tele Columbus

Dietmar Pörtl wird zum 1. Oktober 2018 neuer Chief Technology Officer (CTO) der Tele-Columbus-Gruppe. Der 48-jährige Diplom-Elektroingenieur wird Nachfolger von Ludwig Modra, der die

Kabelgesellschaft Mitte Oktober verlassen wird, um sich neuen beruflichen Herausforderungen zu widmen. Pörtl verfügt über mehr als zwei Jahrzehnte Berufserfahrung in der Kabel- und Telekommunikationsbranche. Der gebürtige Österreicher arbeitete zuletzt bei Vodafone Deutschland, wo er als Vice President Service Assurance Center und den Betrieb für Mobilfunk, Festnetz und Kabel leitete.

Axel Schrüfer neuer Digital-Chef von Sport1

Axel Schrüfer ist neuer Chefredakteur Digital und Director Digital von Sport1. Der 46-Jährige kommt von der rtv media group, bei der er für die Weiterentwicklung der digitalen Content-Angebote zuständig war. Zuvor war Schrüfer bis März 2017 Chefredakteur von t-online.de bei Ströer Digital Publishing. In seiner neuen Funktion verantwortet er die Weiterentwicklung bestehender und die Entwicklung neuer digitaler Angebote von Sport1 in den Bereichen Online, Mobile und Social Media. Dazu gehören insbesondere die Online-Plattform Sport1.de, die Nachrichten- und Video-Apps, die Fußball-App iM Football, die YouTube- und Social-Media-Kanäle sowie die Gaming- und eSports-Angebote. Gemeinsam mit Chefredakteur Dirc Seemann ist Schrüfer zudem für die Vernetzung der redaktionellen Arbeit über alle TV- und Digital-Plattformen hinweg zuständig.

Servus TV zeigt MotoGP in Deutschland und Österreich

Der Privatsender Servus TV wird die Motorsportserie MotoGP ab 2019 in Deutschland und Österreich live und exklusiv übertragen. Die Rennen werden frei empfangbar in Full-HD-Qualität zu sehen sein. Das Rechtspaket, dessen finanzielle Konditionen nicht genannt wurden, umfasst die Live-Übertragungsrechte für die Klassen Moto3, Moto2 und MotoGP sowie den Red Bull MotoGP Rookies Cup und die FIM Enel MotoE World Cup für Fernsehen sowie digitale und mobile Angebote. Servus TV zeigt die MotoGP bereits seit 2016 in Österreich. In Deutschland hielt zuletzt Eurosport die Rechte, davor Sport1.

Liberty Global schließt Verkauf von UPC Austria ab

Liberty Global hat den Verkauf seiner österreichischen Kabeltochter UPC Austria an T-Mobile Austria für 1,9 Milliarden Euro abgeschlossen. Der Nettoerlös aus dem Verkauf beträgt nach Abzug der Rückzahlung von UPC Austria zugerechneten Schulden rund 900 Millionen Euro, wie der Medienkonzern mitteilte. Liberty Global will 500 Millionen US-Dollar (428 Millionen Euro) aus dem Erlös für die Aufstockung seines Aktienrückkaufprogramms sowie weitere Mittel zur Begleichung von Schulden verwenden.

Die Europäische Kommission hatte den Kauf von UPC Austria durch die österreichische Mobilfunkgesellschaft T-Mobile Austria im Juli 2018 ohne Auflagen genehmigt, weil sich die Aktivitäten der Unternehmen weitgehend ergänzen (MediaLABcom [berichtete](#)). Der Verkauf von UPC Austria, dem größten Kabelnetzbetreiber Österreichs, wurde im Dezember 2017 bekannt gegeben. T-Mobile Austria sichert sich dadurch ein starkes Standbein im Festnetzmarkt, das es dem Unternehmen ermöglicht, seinen Kunden Quadruple-Play-Dienste aus einer Hand anzubieten: TV, Internet, Festnetz-Telefonie und mobile Dienste.

T-Mobile Austria/UPC Austria geben sich neue Marke

Die Deutsche Telekom wird ihrer österreichischen Tochtergesellschaft T-Mobile Austria nach der Übernahme von UPC Austria einen neuen Namen verpassen. Im Frühjahr 2019 werde es die neue Marke "unter dem Dach des 'T' geben", sagte T-Mobile-Austria-Chef Andreas Bierwirth auf einer Pressekonferenz in Wien.

Mit dem kürzlich abgeschlossenen Zukauf des größten österreichischen Kabelnetzbetreibers für 1,9 Milliarden Euro sichert sich die Mobilfunkgesellschaft T-Mobile Austria ein Standbein im Festnetzmarkt und kann ihren Kunden Festnetz- und Mobilfunk-Telefonie, Breitband-Internet und TV aus einer Hand anbieten. Dadurch verschärft sich die Konkurrenz für Marktführer A1 Telekom Austria.

Insgesamt kommt T-Mobile Austria durch die Einverleibung der einstigen Liberty-Global-Tochter auf einen Jahresumsatz von 1,25 Milliarden Euro Umsatz und 2.524 Mitarbeiter. "Das ist die teuerste Cash-Investition der Deutschen Telekom seit zehn bis 15 Jahren", betonte Bierwirth. Denn alle anderen Zukäufe der deutschen Konzernmutter seien durch Aktientausch gestemmt worden. Bis zur Einführung des neuen, einheitlichen Namens sollen beide Marken weitergeführt werden. Die Mitarbeiter von UPC werden mit bestehenden Verträgen übernommen, an einen Personalabbau sei nicht gedacht.

DMAX, TLC und Eurosport 1 in HD bei simpliTV

Die Free-TV-Sender DMAX, TLC und Eurosport 1 sind künftig auch in HD-Qualität auf der österreichischen Plattform simpliTV via Satellit zu empfangen. Die Discovery-Gruppe erweiterte dazu ihre Partnerschaft mit dem simpliTV-Betreiber ORS. Die Sender werden in das "simpliTV SAT HD"-Paket auf Astra (19,2° Ost) aufgenommen. Die SD-Versionen von DMAX Austria und Eurosport 1 bleiben weiterhin im "Antenne Plus"-Paket verfügbar.

UPC Schweiz startet MySports One

Der Schweizer Kabelnetzbetreiber UPC hat am 14. August 2018 den neuen Sportsender MySports One gestartet. Der "Best of"-Kanal zeigt ausgewählte Live-Übertragungen der Premium-Sender MySports 2 bis 9. Zum Angebot zählen drei Partien der Schweizer Eishockey National League pro Woche, dazu Konferenzschaltungen, Gespräche mit Experten sowie Hintergrundberichte, Magazine und Dokumentationen. Mit dabei sind auch Schweizer Handball, Volleyball, Basketball, Pferdesport, Motorsport (Formel E und DTM) und eSport sowie ausgewählte Live-Spiele der deutschen Bundesliga über Sky. MySports One ist bei UPC und vielen Verbreitungspartnern für alle Digital-TV-Kunden frei verfügbar.

Der bisherige Basiskanals MySports HD bleibt weiterhin bestehen, allerdings nicht mehr auf dem bisherigen Sendeplatz und unter dem Namen MySports Preview, wie ein UPC-Sprecher gegenüber

MediaLABcom erläuterte. Es werde nach wie vor Live-Sport gezeigt, jedoch in einem leicht geringeren Umfang als bisher, darunter ein Spiel der Schweizer Eishockey National League pro Woche. Die Live-Übertragungen bei MySports Preview sollen auch bei MySports One ausgestrahlt werden.

A&E startet bei Teleclub

Der Dokumentationskanal A&E ist ab sofort auf der Schweizer Pay-TV-Plattform von Teleclub empfangbar. Der Abo-Sender ist Teil des "Teleclub Family"-Pakets und auf diesem Weg künftig auch im IPTV-Angebot Swisscom TV enthalten. Die Verbreitung erfolgt in HD-Qualität. Ausgewählte Programme von A&E und des Schwesterkanals History, der bereits an Bord der Teleclub-Plattform ist, sind zudem im Abrufangebot Teleclub Now verfügbar. Teleclub Now kann von allen "Teleclub Family"-Abonnenten ohne Zusatzkosten genutzt werden.

Swisscom TV erreicht 1,5 Millionen Kunden

Der Schweizer Telekommunikationskonzern Swisscom hat mit seiner IPTV-Plattform Swisscom TV im zweiten Quartal 2018 erstmals die Marke von 1,5 Millionen Kunden durchbrochen. In den drei Monaten bis 30. Juni kamen 9.000 Kunden dazu - genauso viele wie im zweiten Quartal 2017. Insgesamt stieg die Swisscom-TV-Kundenzahl innerhalb des vergangenen Jahres um 54.000 - das entspricht einem Wachstum von 3,7 Prozent. Die Zahl der Festnetz-Breitbandanschlüsse legte im Jahresvergleich um 39.000 auf 2,03 Millionen zu.

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](#)