

WANN KOMMT DER GLASFASER-VOUCHER?

GUTACHTEN SOLL POLITIK ÜBERZEUGEN

20 Prozent auf alles – auch auf Glasfaser!

Ausgabe 74 • November 2019

Sehr geehrte Damen und Herren,

der bekannte Werbeslogan einer Baumarktkette (20 Prozent auf alles – außer Tiernahrung) hatte einen marketingtechnisch bemerkenswerten Effekt: Die Konsumenten kamen nicht in die Baumärkte, um 20 Prozent zu sparen. Stattdessen stiegen die Umsätze mit Tiernahrung, denn zuvor war nicht vielen bekannt, dass die Baumarktkette auch Tierfutter verkaufte. Vielleicht könnte man mit dem Slogan „20 Prozent auf alles - auch auf Glasfaser“ zum einen die Vorteile eines Glasfaseranschlusses anpreisen und zum anderen dessen Nutzung vorantreiben – wie etwa durch Gutscheine, sogenannte Voucher. Ein Gutachten soll für ein solches Voucher-System bei der Politik werben und die Take-up-Raten bei Glasfaseranschlüssen erhöhen. Kann das gelingen?

Gutscheine als nachfrageseitige Anreize wurden auch auf dem Breitbandkongress des Fachverbands für Rundfunk und Breitbandkommunikation (FRK) diskutiert, denn die Verbandsmitglieder streben mit aller Macht in die Gigabit-Zukunft. Dabei wollen sie sich nicht von den Branchengrößen in die Quere kommen lassen, weshalb der FRK noch einmal Bewegung in die Fusion von Unitymedia und Vodafone bringen will. Und auch im Streit um Einspeiseentgelte regt sich etwas.

Auf dem FRK-Breitbandkongress war auch Mikael Häussling Löwgren und hat mit einer Handvoll schwedischer Unternehmen die schwedische Glasfaser-Allianz präsentiert. In der Heimat von Astrid Lindgren und Ikea verfügen drei Viertel der Haushalte über einen Glasfaseranschluss. Die Allianz will deutschen Netzbetreibern auf die Sprünge helfen. Wie das geht, erklärt Häussling Löwgren im Interview mit MediaLABcom.

Auch andere möchten dem Glasfaserausbau unter die Arme greifen – wie etwa der Investor EQT. Was von dessen Einstieg bei inxio zu halten ist und welche weiteren Pläne EQT verfolgen könnte, erläutern wir ebenfalls in dieser Ausgabe. Bei Finanzinvestoren spitzen die Experten stets ihre Ohren, denn nicht immer waren deren Einstiege in Unternehmen von Erfolg gekrönt. Auch die Baumarktkette mit ihrem Slogan hat nicht überlebt. Lediglich der Name taucht noch in Form eines Online-Shops auf.

Neuigkeiten vom Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation, ein Veranstaltungshinweis und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

Inhalt

[Die geteerte Straße für die Logistik – Wie deutsche Glasfasernetzbetreiber von Schweden lernen können](#)

[EQT kauft Glasfasernetzbetreiber inxio](#)

[Nur ein saarländischer Megadeal... oder Geburt der flächendeckenden Glasfaserzeit](#)

[Martina Rutenbeck wechselt zu IPTV-Plattform BrightBlue](#)

[Viele Themen, eine Marschrichtung – auf dem Breitbandkongress demonstriert der FRK Einigke](#)

[David gegen Goliath... oder Prozesskostenhilfe gegen Telekommunikationsoligopol](#)

[Jede Menge Bandbreite, aber nur wenig Begeisterung – Gutscheine sollen die Nachfrage anregen](#)

[Gutscheine statt Voucher... oder warum die Berliner Politikblasenbewohner dagegen sind](#)

[M-net speist DAB+-Radioprogramme ins Kabelnetz ein](#)

[Das Cookie-Urteil des EuGH und was für Unternehmen daraus folgert](#)

[Neues vom FRK](#)

[Veranstaltungshinweis](#)

[Kurzmeldungen](#)

Die geteerte Straße für die Logistik – Wie deutsche Glasfasernetzbetreiber von Schweden lernen können

Marc Hankmann

Für Glasfaser-Befürworter kommt Mikael Häussling Löwgren aus dem gelobten Land. Wie Deutschland strebt auch Schweden bis 2025 eine flächendeckende Gigabit-Versorgung an. Aber die Schweden sind ihrem Ziel heute viel näher als wir Deutsche. Wer wissen will warum und wer von den Erfahrungen der Skandinavier profitieren will, ist bei Häussling Löwgrens Glasfaser-Allianz gut aufgehoben.

[Lesen Sie mehr](#)

EQT kauft Glasfasernetzbetreiber inexio

Dr. Jörn Krieger

Der schwedische Finanzinvestor EQT erwirbt von Warburg Pincus und weiteren Gesellschaftern den Glasfasernetzbetreiber inexio. Finanzielle Details wurden nicht genannt. Das Unternehmen, das Hochgeschwindigkeits-Internetzugänge für mehr als 110.000 Kunden und 6.000 Unternehmen betreibt, will bis 2030 zwei Millionen Haushalte mit Glasfaseranschlüssen (FTTH) erreichen und eine Million Kunden versorgen.

[Lesen Sie mehr](#)

Nur ein saarländischer Megadeal... oder Geburt der flächendeckenden Glasfaserzeit

Heinz-Peter Labonte

Eine Milliarde Euro Kaufpreis bei 68 Millionen Euro Umsatz der inexio – so wird jedenfalls in einigen Medien spekuliert. Bei einem angenommenen nachhaltigen EBITDA von 40 Prozent des Umsatzes entspräche das einem Kaufpreis des vierzigfachen EBITDA. Dies ist doch eine kurze Betrachtung über die Absichten des Käufers wert.

[Lesen Sie mehr](#)

Martina Rutenbeck wechselt zu IPTV-Plattform BrightBlue / Dr. Jörn Krieger

Dr. Jörn Krieger

Martina Rutenbeck soll für den Glasfasernetzbetreiber Deutsche Glasfaser die Entwicklung der IPTV-Plattform BrightBlue vorantreiben. Schwerpunkt sind Marketing und Vertrieb des White-Label-Angebots an B2B-Partner. Rutenbeck, die den Posten am 1. Oktober 2019 antrat, wird für Ausbau und Vermarktung der Produkte und Funktionen sowie die Ausrichtung auf weitere Zielgruppen verantwortlich sein.

[Lesen Sie mehr](#)

Viele Themen, eine Marschrichtung – auf dem Breitbandkongress demonstriert der FRK Einigkeit

Marc Hankmann

Zur Digitalisierung werden landauf landab etliche Kongresse abgehalten. Viele davon sind belanglos und werden von der Branche mit entsprechender Missachtung gestraft. Nicht so der Breitbandkongress des Fachverbands Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK). Die Besucherzahlen steigen, die Ausstellung vergrößert sich, das Workshop-Programm platzt aus allen Nähten. Davon konnte man sich am 23. und 24. September 2019 im Leipziger H4 Hotel ein Bild machen.

[Lesen Sie mehr](#)

David gegen Goliath... oder Prozesskostenhilfe gegen Telekommunikationsoligopol / Heinz-Peter Labonte

Heinz-Peter Labonte

Ein gewaltiger Fortschritt wurde erzielt. Vodafone durfte Unitymedia übernehmen. Für einen Spottpreis. Deshalb wird die unierte Vodafone die Kunden bestimmt an der Finanzierung des Kaufpreises teilhaben lassen. Die Betriebsräte der kündigungsbetroffenen Mitarbeiter spüren diese Preisvorteile schon am eigenen Leib.

[Lesen Sie mehr](#)

Jede Menge Bandbreite, aber nur wenig Begeisterung – Gutscheine sollen die Nachfrage anregen

Woche für Woche vermelden Telekommunikationsunternehmen neue Glasfaserausbauprojekte, erfolgreiche Vorvermarktungen oder die Inbetriebnahme von FTTB/H-Netzen. Und tatsächlich: Laut einer Studie von Dialog Consult im Auftrag des Verbands der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM) wird die Zahl der FTTB/H-Anschlüsse bis Ende 2019 auf 4,4 Millionen steigen – ein Wachstum von 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Zahl der gigabitfähigen Kabelanschlüsse, also solche, die mit Docsis 3.1 aufgerüstet sind, wird sich im gleichen Zeitraum von 7,4 auf 14,7 Millionen fast verdoppeln.

[Lesen Sie mehr](#)

Gutscheine statt Voucher... oder warum die Berliner Politikblasenbewohner dagegen sind

Heinz-Peter Labonte

Beispielgebender Digitalgipfel 2019 führt zum beschleunigten Ausbau mit Glasfaser? Die Berliner Luft und der Umzug vom Rhein an die Spree vernebelt den Verstand in Politik und Verwaltung? Wer kommt denn auf sowas? Eher sind das Sprachzentrum und der „Ordo“-Teil der Marktwirtschaft der Berliner Subventionsmentalität geopfert worden. Wie die Berliner Luft die dortige Subventionsblasenmentalität zulasten einer rationalen Politik stabilisiert, exemplifiziert ein „Nichtbegriff“ des Dortmunder Digitalgipfels 2019.

[Lesen Sie mehr](#)

M-net speist DAB+-Radioprogramme ins Kabelnetz ein

Dr. Jörn Krieger

Als erster deutscher Kabelnetzbetreiber hat M-net mit der Einspeisung von Radioprogrammen im DAB+-Standard begonnen. Mehr als 60.000 angeschlossene Kabelhaushalte in München können ab sofort 16 private und öffentlich-rechtliche Programme empfangen. Die Sender sind für Kabelkunden im Netz von M-net zusätzlich zum bestehenden DVB-C-Radioangebot ohne Zusatzkosten zu empfangen – es ist lediglich ein DAB+-Empfangsgerät mit Antenneneingang erforderlich, das an die Kabeldose angeschlossen wird.

[Lesen Sie mehr](#)

Das Cookie-Urteil des EuGH und was für Unternehmen daraus folgt

RA Anne Baranowski

Der Europäische Gerichtshof hat am 1. Oktober 2019 entschieden, dass das Setzen von Cookies eine aktive Einwilligung des Nutzers erfordert. Damit setzt der EuGH einen Schlussstrich unter eine langjährige umstrittene Rechtslage. Das Urteil hat Auswirkungen auf den Betrieb von Webseiten. Verantwortliche Unternehmen müssen jetzt handeln, denn Aufsichtsbehörden werden nach dem Urteil ihren Fokus auf den Umgang mit Cookies legen.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

Einstimmiger Beschluss: Klage gegen EU-Genehmigung der Unitymedia-Vodafone-Fusion
Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) macht seine Ankündigung vom Juli 2019 wahr und wird rechtlich gegen die EU-Genehmigung der Vodafone/Unitymedia-Kabelfusion vorgehen (MediaLABcom [berichtete](#)). Dies beschlossen die FRK-Mitglieder einstimmig auf ihrer Jahresversammlung im Rahmen des Breitbandkongresses am 23. und 24. September 2019 in Leipzig.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

FRK-Breitbandkongress 2020: Termin steht, Ausstelleranmeldung läuft

Die Zahl der Aussteller und Workshop-Teilnehmer hat sich im Vergleich zu 2018 mehr als verdoppelt, die Zahl der Kongressteilnehmer legte um 15 Prozent zu: Der FRK-Breitbandkongress 2019 war ein voller Erfolg!

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Internet als TV/Video-Empfangsweg immer beliebter

Mehr als die Hälfte (55,1 Prozent) der TV-Haushalte in Deutschland hat ihren Fernseher zusätzlich zum Empfang via Satellit, Kabel, IPTV oder DVB-T2 auch ans Internet angeschlossen. Damit ist das Internet mit 21,2 Millionen Haushalten der weitverbreitetste Empfangsweg für TV/Video, wie der Digitalisierungsbericht 2019 ergab, den die Landesmedienanstalten auf den Münchner Medientagen vorstellten. Nach wie vor verfügen aber fast alle Haushalte auch über mindestens einen traditionellen Empfangsweg – in nur 1,7 Prozent der Haushalte sind die Fernsehgeräte ausschließlich ans Internet angeschlossen.

[Lesen Sie mehr](#)

Die geteerte Straße für die Logistik – Wie deutsche Glasfasernetzbetreiber von Schweden lernen können

Marc Hankmann

Für Glasfaser-Befürworter kommt Mikael Häussling Löwgren aus dem gelobten Land. Wie Deutschland strebt auch Schweden bis 2025 eine flächendeckende Gigabit-Versorgung an. Aber die Schweden sind ihrem Ziel heute viel näher als wir Deutsche. Wer wissen will warum und wer von den Erfahrungen der Skandinavier profitieren will, ist bei Häussling Löwgrens Glasfaser-Allianz gut aufgehoben.

MediaLABcom: Herr Häussling Löwgren, um uns Deutsche ein wenig neidisch zu machen, erklären Sie uns bitte, wie die Glasfaserversorgung in Schweden aussieht.

Häussling Löwgren: Schweden liegt mit 43,4 Prozent angeschlossenen Haushalten (FTTB/H) auf Platz 2 in Europa. Deutschland hat – bemessen nach den gleichen Kriterien und im gleichen Jahr – nur 2,3 Prozent angeschlossene Haushalte.

MediaLABcom: Von einer Versorgung wie in Schweden ist Deutschland also noch weit entfernt. Woran liegt das Ihrer Meinung nach?

Häussling Löwgren: Wir haben einerseits früher damit angefangen und Übung macht den Meister, wie man so schön sagt. Am Anfang war es genau so schwierig wie jetzt in Deutschland. Schaut man etwas tiefer in die Materie, wird es wie immer komplexer und die klare Kausalität zwischen Handlung und Ergebnis unklarer. Aber ich bin davon überzeugt, dass folgende konkrete Maßnahmen deutlich zu unserem heutigen Stand beigetragen haben: Ledningskollen, Robust Fiber, Cesar2.

MediaLABcom: Was verbirgt sich dahinter?

Häussling Löwgren: Ledningskollen, Robust Fiber, Cesar2 sind drei Beispiele, wie sich der Markt mehr oder weniger selbst reguliert hat. Unternehmen haben zusammen mit Verbänden und Behörden Richtlinien erarbeitet. Wenn sich die Marktteilnehmer an gemeinsame Richtlinien halten, vereinfacht sich das Geschäft für alle. Ledningskollen hat die Leitungsauskunft mit einer einzigen Online-Schnittstelle für ganz Schweden vereinfacht. Robust Fiber sind Richtlinien für das Verlegen von Leerrohren und Glasfaserleitungen. Cesar2 hat unter anderem den Wholesale, das Mieten und Vermieten von Dark Fibre mit einer einzigen Online-Schnittstelle wesentlich effizienter gestaltet. Alle drei Maßnahmen sind schwer in wenigen Sätzen zu beschreiben. Sie sind innerhalb der Marktentwicklung entstanden und haben wie eine ausgereifte Logistik den Markt für alle Beteiligte einfacher und günstiger gemacht.

Besonders wichtig war aber auch die Entstehung neuer Geschäftsmodelle, nachdem sich die Netzbetreiber vom klassischen vertikalen geschlossenen Geschäftsmodell verabschiedet haben. In Deutschland sehe ich viele Zeichen, dass Ähnliches passiert. So solange man den freien Wettbewerb nicht zu sehr behindert, wird sich eine Vielfalt an technischen Lösungen für die heutigen Probleme entwickeln.

MediaLABcom: Wo sehen Sie im Breitbandausbau Parallelen zwischen Schweden und Deutschland?

Häussling Löwgren: Überall. Es ist aus meiner Sicht nur ein Unterschied der Marktreife. Deutschland und Schweden teilen viele grundlegende Marktmerkmale – etwa Fördersysteme, die eine Vielzahl an Glasfasernetzbetreibern schaffen können, und hohe Qualitätserwartungen der Verbraucher. Gerade deswegen können die Glasfasernetzbetreiber in Deutschland von den in Schweden gemachten Erfahrungen profitieren.

MediaLABcom: Mit der schwedischen Glasfaser-Allianz wollen Sie diese Erfahrungen und das Know-how aus Schweden nach Deutschland bringen. Wer oder was verbirgt sich hinter der Allianz?

Häussling Löwgren: Die schwedische Glasfaser-Allianz ist eine Gemeinschaft, gegründet auf Initiative des schwedischen Breitbandverbands „Svenska Stadsnätöföreningen“. Der Verband ist eine Industrie- und Interessenorganisation der Glasfasernetzbetreiber, zu der auch fast 200 von insgesamt 290 schwedischen Gemeinden und 135 Dienstleistungs- und Ausrüstungsanbieter zählen.

MediaLABcom: Was bieten die Unternehmen der Allianz ganz konkret?

Häussling Löwgren: Die Unternehmen bieten ihre Erfahrungen aus einem weiter entwickelten Markt, die sie auf dem diesjährigen FRK-Breitbandkongress demonstrierten: Optopro bietet eine qualitätssichernde Softwarelösung. Mit einer Online-Karte visualisiert Optopro den Status des Faser-Rollouts. Der Fortgang der Grabungsarbeiten und die Inbetriebnahme sind buchstäblich in Echtzeit auf dem Bildschirm zu verfolgen. Ledmont bietet eine attraktive Gesamtdienstleistung: Das Unternehmen hat die Kompetenz und eigene Ressourcen, um alle Tiefbauarbeiten zu erledigen, Anschlusschächte und Verteilerkästen zu installieren, Leerrohre zu verlegen, Glasfaserkabel einzublase und alle Leitungen im Netzwerk zu verbinden. Die Firma North Projects bietet Netzeigentümern eine kosteneffiziente Planung von Glasfasernetzwerken, die eine Vielfalt an Ein- und Mehrfamilienhäusern sowie Gewerbegebiete in ländlichen Gegenden umfassen können. Vinnergi berät Netzbetreiber, um zum Beispiel Betriebssicherheit und Qualität von Beginn an sicherzustellen. Das Unternehmen war zusammen mit anderen Firmen und mehreren Immobilieneigentümern des Landes maßgeblich an der Entwicklung der Richtlinien für den Aufbau robuster digitaler Glasfasernetze in Schweden beteiligt.

MediaLABcom: Als ausbauendes Unternehmen kann ich Mitglied der schwedischen Glasfaser-Allianz werden. Was bringt mir die Mitgliedschaft?

Häussling Löwgren: Wir möchten, dass die schwedische Glasfaser-Allianz die Entwicklung in beiden Märkten fördert. Die Arbeit der schwedischen Glasfaser-Allianz passt sich an die Bedürfnisse der Mitgliedsunternehmen an. Deutsche Unternehmen profitieren von den Erfahrungen aus einem entwickelten Glasfasermarkt.

MediaLABcom: Kann ich auch lediglich Beratungsleistungen in Anspruch nehmen oder ist die Mitgliedschaft der einzige Weg, um von Ihrem Know-how zu profitieren?

Häussling Löwgren: Sie können selbstverständlich auch Beratungsleistungen von unseren Mitgliedern bekommen. Wir bemühen uns, das Know-how und die Erfahrungen aus Schweden zu vermitteln. Ich halte zum Beispiel Vorträge. Ein beliebter Vortrag heißt „Ein Blick nach Schweden – Glasfaserausbau und Digitalisierung“. Alles was wir tun, fördert einen professionellen Austausch zwischen Schweden und Deutschland in Sachen Ausbau und Betrieb von Glasfasernetzwerken.

MediaLABcom: Was kosten die Beratungsleistungen bzw. die Mitgliedschaft?

Häussling Löwgren: Die Mitgliedschaft für fördernde Unternehmen, ein Abonnement über vier Monate beträgt zurzeit 900 Euro pro Monat.

MediaLABcom: Sie sagten bereits, dass einige Unternehmen der Allianz im September 2019 auf dem FRK-Breitbandkongress waren. Wie fiel die Resonanz aus?

Häussling Löwgren: Sehr gut! Wir haben dort viele gute Gespräche geführt, viel gelernt und gute Kontakte geknüpft. Besonders gut gefiel uns, dass so viele kleine und mittelständische Unternehmen die Veranstaltung besuchten.

MediaLABcom: Wie ordnen Sie die Rolle kleiner und mittelständischer Telekommunikationsunternehmen im Rahmen des Breitbandausbaus in Deutschland ein? Gibt es vielleicht auch hier Parallelen zu Schweden?

Häussling Löwgren: Ja, die gibt es. In Schweden gibt es über 250 Glasfasernetzbetreiber, sowohl private als auch kommunale Eigentümer. Um diese Zahl mit der Situation in Deutschland vergleichen zu können, muss man sich selbstverständlich vor Augen halten, dass Schweden nur zehn Millionen Einwohner hat.

MediaLABcom: Kritiker des Glasfaserausbaus sagen, es gäbe gar keine Anwendungen, für die man Gigabit-Bandbreiten benötige. Befürworter wiederum sagen, die Bandbreitennutzung steigt mit ihrer Verfügbarkeit quasi automatisch an. Liegt die Wahrheit irgendwo dazwischen? Welche Erfahrungen haben Sie in Schweden gemacht?

Häussling Löwgren: Eine Glasfaserinfrastruktur ist wie eine geteerte Straße für die Logistik. Für ein modernes wettbewerbsfähiges Land sehe ich da keine Alternative. In Schweden stellt keiner heutzutage die Glasfaserinfrastruktur in Frage.

MediaLABcom: Auch mit über 40 Prozent angeschlossenen Haushalte ist Schweden noch recht weit von einer flächendeckenden Versorgung mit Glasfaser entfernt. Wann rechnen Sie mit einer vollständigen Glasfaser-Flächenabdeckung in Ihrem Land, insofern sie überhaupt angestrebt wird?

Häussling Löwgren: In Schweden haben 76 Prozent der Haushalte Glasfaser vor der Tür, sind sogenannte „homes passed“ und damit versorgt. Davon gelten rund 43 Prozent als bereits angeschlossen. Das jetzige Regierungsziel ist eine Versorgung von 98 Prozent der Haushalte mit 1 Gbit/s bis 2025. Kein Haushalt muss angeschlossen sein. Das Ziel dient der Versorgung, nicht dem Anschluss.

MediaLABcom: In Deutschland lautet das politische Ziel, bis Ende 2025 eine flächendeckende Gigabit-Versorgung hinzubekommen. Das wird – wenn überhaupt - mit FTTH/H allein nicht zu bewerkstelligen sein. Die TV-Kabelnetze spielen hier eine große Rolle. Denken Sie, dass in

Deutschland bis 2025 flächendeckend Gigabit zur Verfügung stehen wird oder mit welchem Jahr rechnen Sie?

Häussling Löwgren: Ich denke, es dauert immer viel länger, als man möchte und dass die einfachsten und kostengünstigsten Anschlüsse zuerst ausgebaut werden. Je näher man sich den 100 Prozent nähert, desto schwieriger wird es. Aber dass es nach 2025 in Deutschland noch viel zu tun geben wird, das glaube ich schon.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

EQT kauft Glasfasernetzbetreiber inexio

Dr. Jörn Krieger

Der schwedische Finanzinvestor EQT erwirbt von Warburg Pincus und weiteren Gesellschaftern den Glasfasernetzbetreiber inexio. Finanzielle Details wurden nicht genannt. Das Unternehmen, das Hochgeschwindigkeits-Internetzugänge für mehr als 110.000 Kunden und 6.000 Unternehmen betreibt, will bis 2030 zwei Millionen Haushalte mit Glasfaseranschlüssen (FTTH) erreichen und eine Million Kunden versorgen.

EQT auf Einkaufstour?

Das über 10.000 km umfassende inexio-Glasfasernetz erreicht derzeit über 300.000 Haushalte, insbesondere in Süd- und Südwestdeutschland. Der Schwerpunkt liegt auf ländlichen und vorstädtischen Gebieten. Die Zustimmung des Bundeskartellamts vorausgesetzt, soll die Transaktion im vierten Quartal 2019 abgeschlossen werden.

Auch der inexio-Wettbewerber Deutsche Glasfaser bereitet Insidern zufolge derzeit den Verkauf vor. Möglich wäre, dass EQT auch Deutsche Glasfaser kauft und mit inexio zusammenlegt.

Nur ein saarländischer Megadeal... oder Geburt der flächendeckenden Glasfaserzeit

Heinz-Peter Labonte

Eine Milliarde Euro Kaufpreis bei 68 Millionen Euro Umsatz der inexio – so wird jedenfalls in einigen Medien spekuliert. Bei einem angenommenen nachhaltigen EBITDA von 40 Prozent des Umsatzes entspräche das einem Kaufpreis des vierzigfachen EBITDA. Dies ist doch eine kurze Betrachtung über die Absichten des Käufers wert.

Ein Quantum Tollkühnheit?

Wer nicht wagt, gewinnt nicht. Dies gilt sicher für die Verkäufer. Und der Käufer? Was wäre denn, wenn er plötzlich auch als Käufer oder Beteiligungsaspirant bei der Auktion der Deutschen Glasfaser an der Seite der KKR auftauchte? Ein schneller Shareswap als Folge und schon hätte diese einen großen Schritt zu ihrem (unterstellten) Ziel als dritte Kraft am deutschen Telekommunikations- und Medienmarkt vollzogen. Würde doch wirtschaftlichen Sinn für die Investoren ergeben. Und das wahrscheinlich sogar ohne Kartellamtsprobleme.

Und United Internet?

Demgegenüber steht PÿUR alias Tele Columbus finanziell und strukturell nicht sonderlich konsolidiert da. Ein Großaktionär, der nach seiner kalten Machtübernahme im Aufsichtsrat bisher noch keinen von außen erkennbaren Mehrwert bringt. Vielleicht will aber auch hier Gut Ding nur Weile haben.

Wie wäre denn dies: Die Glasfaser- und Medienstrategen aus Schweden und die holländisch verstärkten Angelsachsen legen sich in absehbarer Zeit gemeinsam mit dem, bezüglich Einflussnahme auf die Firmenpolitik, angeblich unambitionierten, knapp 13-prozentigen Neuaktionär Rocket Internet, ergänzt um die Anteile der Tele-Columbus-Großmutter United Internet, ins Bett. Würde eine echt wirkmächtige dritte Kraft am deutschen und europäischen Telekommunikationsmarkt schaffen.

Fazit

Ist es nicht schön, einfach mal Trends betrachtend, Fakten beachtend drauflos zu spekulieren? Wenn unternehmerisches Handeln von Private-Equity-Fonds und ihren Beteiligungsunternehmen einer Ratio folgt, dann ist dies die Mehrung des Shareholder Value. In diesem Fall sind sowohl die Nervosität des Telekom-CEOs wie auch die Ankündigungsstrategie des unierten Vodafone-Chefs nachvollziehbar.

Martina Rutenbeck wechselt zu IPTV-Plattform BrightBlue

Dr. Jörn Krieger

Martina Rutenbeck soll für den Glasfasernetzbetreiber Deutsche Glasfaser die Entwicklung der IPTV-Plattform BrightBlue vorantreiben. Schwerpunkt sind Marketing und Vertrieb des White-Label-Angebots an B2B-Partner. Rutenbeck, die den Posten am 1. Oktober 2019 antrat, wird für Ausbau und Vermarktung der Produkte und Funktionen sowie die Ausrichtung auf weitere Zielgruppen verantwortlich sein.

"Ich freue mich darauf, mit dem BrightBlue-Team die Reichweite der B2B-Plattform weiter auszubauen und mit einer dynamischen Entwicklung zum Unternehmenswachstum beizutragen", sagt Rutenbeck. "Der heutige IPTV-Markt bietet ein großes Betätigungsfeld für ein Unternehmen, das mit hoher technischer Zuverlässigkeit und mit der erforderlichen Geschwindigkeit seine B2B-Partner in die Lage versetzt, ein spannendes und wettbewerbsfähiges Portfolio mit hohem Kundenbindungspotenzial zu liefern und damit auch deren Netzinvestitionen einen Mehrwert zu verschaffen. Aufbauend auf dem linearen Fernsehen, wird es darauf ankommen, dem Zuschauer ein zeitlich unabhängiges, modernes TV-Erlebnis zu bieten und dieses auch zu vermarkten."

Über 30 Jahre Erfahrung

Die Deutsche Glasfaser hatte BrightBlue im Juni 2018 als IPTV-Lösung für Netzbetreiber gestartet, die ein eigenes [TV-Produkt](#) anbieten wollen. Das White-Label-Produkt, das als Komplettlösung oder in Modulen bezogen werden kann, richtet sich an kleine und mittelgroße Glasfaser-, Kabel- und VDSL-Netzbetreiber. Seit der Gründung haben sich bereits 23 B2B-Kunden für die BrightBlue-Plattform entschieden. An Bord sind über 300 TV-Sender, davon mehr als 125 in HD-Qualität, über 150 Radiosender und mehr als 50 Apps sowie Cloud-basierte interaktive Funktionen. Auch TV-Streaming in 4K-Qualität ist Teil der Multiscreen-Plattform. Rutenbeck wird für Plattformausbau und -vermarktung im deutschsprachigen Raum verantwortlich sein.

Mit Martina Rutenbeck gewinnt BrightBlue eine Führungskraft mit mehr als 30 Jahren Erfahrung in den Bereichen Telekommunikation, Kabel, Satellit und Breitbandnetze. Zuletzt baute Rutenbeck zusammen mit Partnern den TV-Lizenz-Dienstleister [content4tv](#) auf, der Netz- und Plattformbetreiber mit Verbreitungsrechten für Fernsehsender versorgt. Davor war sie zwölf Jahre lang beim Satellitenbetreiber Eutelsat Geschäftsführerin des KabelKiosks, einer TV- und Service-Plattform für Netzbetreiber, die 2014 von der [M7 Group](#) übernommen wurde.

Viele Themen, eine Marschrichtung – auf dem
Breitbandkongress demonstriert der FRK Einigkeit

Marc Hankmann

Zur Digitalisierung werden landauf landab etliche Kongresse abgehalten. Viele davon sind belanglos und werden von der Branche mit entsprechender Missachtung gestraft. Nicht so der Breitbandkongress des Fachverbands Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK). Die Besucherzahlen steigen, die Ausstellung vergrößert sich, das Workshop-Programm platzt aus allen Nähten. Davon konnte man sich am 23. und 24. September 2019 im Leipziger H4 Hotel ein Bild machen.

Doppelt so viele Aussteller und Workshop-Teilnehmer wie im Jahr davor, lautet die Bilanz. Die Besucherzahl stieg um 15 Prozent. Schon lange sind es nicht mehr nur die Verbandsmitglieder, die den Breitbandkongress besuchen. So begrüßte FRK-Vorsitzender Heinz-Peter Labonte zum Beispiel süffisant den Vertreter der VG Media mit den Worten: „Warum nicht einmal die Kuh besuchen, die man melken will.“ Mit der Verwertungsgesellschaft liegt der FRK in Sachen IP-Streaming über Kreuz. Es läuft ein Schiedsverfahren.

GEMA, UKW und Glasfaser

Mit einer anderen Verwertungsgesellschaft hat sich der FRK indes geeinigt. Die GEMA verlangt von sächsischen Antennengemeinschaften rückwirkend Vergütungszahlungen. Das bringt einige Betreiber jedoch in Existenznot. „Wir konnten uns mit der GEMA auf eine Stundung einigen“, erklärte FRK-Geschäftsführer Ralf Berger in Leipzig. Vorausgesetzt heutige Zahlungen werden geleistet, können für Vergütungen aus der Vergangenheit Raten mit einer Laufzeit von bis zu 20 Jahren abgeschlossen werden, insofern die drohende Zahlungsunfähigkeit nachgewiesen wird. „Unter bestimmten Kriterien ist sogar ein Verzicht auf bis zu 80 Prozent der Zahlungen möglich“, ergänzte Berger.

Die Einigung mit der GEMA stieß ebenso auf das Wohlwollen der Mitglieder wie die Ausnahmeregelung für die UKW-Verbreitung in sächsischen Kabelnetzen. Eigentlich wäre die analoge Radioverbreitung im Kabel Ende 2018 aufgrund einer gesetzlichen Vorschrift ausgelaufen. Da dies für etliche Kunden aber mit Kosten verbunden gewesen wäre und der FRK auf die Ungleichbehandlung zur terrestrischen UKW-Verbreitung hinwies, die von dem Abschaltdatum nicht betroffen war, können Kabelnetzbetreiber bei der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien eine Ausnahme beantragen. Laut Berger taten dies 61 Kabelnetzbetreiber für insgesamt 173 Kabelanlagen.

Darüber hinaus verabschiedeten die anwesenden FRK-Mitglieder einstimmig einen Antrag zur Förderung der oberirdischen Glasfaserverkabelung. „Als kostengünstige Alternative kann diese technische Versorgungsvariante insbesondere im ländlichen Raum für Gigabit sorgen“, sagte Berger auf dem Kongress. Tim Brauckmüller, Geschäftsführer des Breitbandbüros des Bundes, pflichtete dem bei und verwies darauf, dass auch die oberirdische Glasfaserverkabelung vom Bund finanziell unterstützt wird.

Die „letzten großen Schlachten“

Der FRK legt sich allerdings nicht nur für Sachsen ins Zeug. Mit zwei großen Themen könnte er bundesweit für Schlagzeilen sorgen. Von den „beiden letzten großen Schlachten“ sprach etwa FRK-Justiziar Professor Dr. Christoph Schalast, als es um die Ungleichbehandlung bei der Zahlung von Einspeiseentgelten und die Fusion von Unitymedia mit Vodafone ging. „Beide Themen werden den

Breitbandmarkt in den nächsten Jahren prägen“, sagte Schalast in Leipzig.

Zur Fusion äußerte sich auch Michael Theurer, seines Zeichens FDP-Präsidiumsmitglied und stellvertretender Vorsitzender der Bundestagsfraktion, der mit seiner Rede beim abendlichen Branchentreff offiziell den Kongress eröffnete. Er fand die passenden Worte für die mittelständisch geprägten FRK-Mitglieder. „Die marktbeherrschende Stellung des Duopols Vodafone und Telekom ist kein echter Wettbewerb im Breitbandmarkt und schadet vor allem den kleinen mittelständischen Anbietern“, sagte Theurer. Beifall war ihm gewiss.

Duopol und Privatkapital

Theurer forderte in bester FDP-Manier, die „wirkungslose“ staatliche Breitbandförderung des Glasfaserausbau mit Steuermitteln sofort einzustellen. Von den 4,5 Milliarden Euro an Fördermitteln seien erst 3,6 Prozent abgeflossen. Zudem seien rund 150 Millionen Euro an Berater geflossen, ohne dass es in den allermeisten Fällen im Nachhinein zu einem Glasfaserausbau gekommen sei.

Auf dem Breitbandkongress erklärte Theurer, dass sich die FDP für schlankere Verwaltungs- und Genehmigungsverfahren im Breitbandausbau einsetzen wolle. Ebenso zielen die Liberalen darauf ab, dem Breitbandausbau mehr Privatkapital zuzuleiten. „Schade, dass die Mehrheitsverhältnisse in Deutschland andere sind“, sagte ein Besucher des Branchentreffs nach Theurers Rede.

Wie für den Breitbandausbau privates Kapital bereitgestellt werden kann, demonstrierte Franz von Abendroth von der Berenberg-Bank. Sie hat den Fonds Digital Infrastructure Debt F und I aufgelegt, mit dem sie Transaktionen zwischen fünf und 30 Millionen Euro stemmen kann, ausgelegt auf 20 Jahre. „Diese Summen sind auf den Mittelstand abgestimmt“, erklärte von Abendroth in Leipzig. Für Groß- und Landesbanken wird es erst oberhalb von 30 Millionen Euro interessant, wohingegen Sparkassen in der Regel bei fünf Millionen Euro schon ihre Höchstgrenze erreichen.

Einspeiseentgelte - (k)eine unendliche Geschichte

Die Diskussion um Einspeiseentgelte für Kabelnetzbetreiber ist quasi ein Evergreen des FRK, der 2012 zunächst mit dem Ausstieg von ARD und ZDF aus den Verträgen mit Unitymedia und damals Kabel Deutschland, heute Vodafone, sein Ende zu finden schien. Doch mit der Einigung zwischen ARD, ZDF und Vodafone zur Nachzahlung und Fortführung der Zahlung von Einspeiseentgelten steht das Thema beim FRK wieder auf der Agenda.

Der Verband wurde beim Bundeskartellamt vorstellig, um sich gegen die aus seiner Sicht Ungleichbehandlung zu beschweren. „Das Kartellamt hat uns viel versprochen, aber nichts getan“, zog Rechtsanwalt Schalast ein für den Verband enttäuschendes Fazit. Doch der FRK gibt nicht auf. Es wird ein Musterverfahren angestrengt. Hierzu hat die LKG Lausitzer Kabelgesellschaft ARD und ZDF aufgefordert, Einspeiseentgelte auch an sie zu zahlen. Weigern sich die öffentlich-rechtlichen Anstalten, kommt es zur Musterklage. „Während das ZDF weiterhin die Zahlung verweigert, hat die ARD Gesprächsbereitschaft signalisiert“, erklärte Schalast in Leipzig. Die Verweigerungshaltung der Öffentlich-Rechtlichen bröckelt.

Keine Angst vor den Großen

Dass der FRK nicht davor zurückschreckt, sich mit den Größen der Branche anzulegen, ist nicht neu. Mit dem Streit um die Einspeiseentgelte und den Unitymedia-Verkauf legt sich der Verband gleich an zwei Fronten mit Vodafone an. Wie Rechtsanwalt Ramón Glaßl in der [vergangenen Ausgabe](#) von MediaLABcom darlegte, könnte der Verband Klage gegen die Genehmigung des Verkaufs beim Europäischen Gericht einreichen. Das ist jedoch mit einem erheblichen Risiko verbunden, denn der Unterlegene zahlt die Prozesskosten der Gegenseite. „Die Kosten können zwischen 300.000 und 400.000 Euro liegen“, erklärte Schalast. Eine Nummer zu groß für den FRK.

Die Lösung: Der Verband beantragt beim Europäischen Gericht Prozesskostenhilfe. Würde sie genehmigt, hieße das nicht nur, dass das finanzielle Risiko für den FRK überschaubar ist, sondern auch, dass eine reelle Chance auf einen aus Verbandssicht positiven Ausgang des Verfahrens besteht, denn so wie Schalast erklärte, könne Prozesskostenhilfe eigentlich nur untersagt werden, wenn keine Aussicht auf Erfolg bestehe. Und selbst, wenn sie abgelehnt würde, bestünde noch die Möglichkeit, mit anderen klagenden Unternehmen einen Gemeinschaftstopf aufzubauen, in den alle einzahlen, um das individuelle Prozesskostenrisiko zu mindern. Mögliche Kandidaten wären etwa Tele Columbus, NetCologne, EWE Tel oder wilhelm.tel.

Heißes Eisen Sammelinkasso

Ebenso einstimmig wie der Vorschlag, Prozesskostenhilfe zu beantragen, wurde auch der Antrag auf Beibehaltung des Sammelinkassos von den anwesenden FRK-Mitgliedern angenommen. Anhand der Diskussion wurde klar, dass es bei der drohenden Abschaffung der Umlagefähigkeit der Kabelgrundgebühren über die Mietnebenkosten ans Eingemachte geht (MediaLABcom [berichtet](#)). Von der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz meldete sich Medien- und Telekommunikationsexperte Michael Gundall zu Wort, der durch das Sammelinkasso die Wahlfreiheit der Mieter eingeschränkt sieht und die kolportierten höheren Kosten, die durch den Wegfall des Sammelinkassos für Mieter anfallen würden, als überzogen einstuft.

Dagegen stellte sich Claus Wedemeier, Referatsleiter für Demografie und Digitalisierung beim Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen, auf die Seite der FRK-Mitglieder. Auch er forderte die Beibehaltung der Umlagefähigkeit. FRK-Vorsitzender Labonte fügte hinzu, dass die Deutsche Telekom nicht bereit sei, Gestattungsgebühren an die Wohnungswirtschaft zu zahlen. „Die Abschaffung wäre eine Unterwerfung unter die Marktmacht der Oligopolfirmen in Deutschland zu Lasten des Mittelstands, der Wohnungswirtschaft und der Verbraucher“, sagte Labonte in Leipzig.

Wenn Kleine größer werden

In Sachen Sammelinkasso ist das letzte Wort im politischen Berlin noch nicht gesprochen, auch wenn Bundeswirtschafts- und -Verkehrsministerium dazu neigen, im Rahmen der Novelle des Telekommunikationsgesetzes die Umlagefähigkeit abzuschaffen. Mit der Telekom hat der FRK bei diesem Thema wieder einmal einen, wenn nicht den deutschen TK-Giganten schlechthin gegen sich. Aber das ist beim FRK schon fast Normalität.

So darf man gespannt sein, was der Vorstand im nächsten Jahr auf dem Breitbandkongress am 28. und 29. September im Leipziger H4 Hotel zum Sammelinkasso sowie zu den Themen Einspeiseentgelte und Prozesskostenhilfe verkünden wird. Für den nächsten Kongress kündigte FRK-Geschäftsführer Berger an, der Ausstellung noch mehr Platz einzuräumen. „Wir haben eine Aufrückliste“, sagte Berger. Auch das Workshop-Programm könnte erweitert werden, indem nicht erst am Montagnachmittag, sondern bereits am Vormittag gestartet wird. „Wir sind auf dem Weg zu einem Zwei-Tage-Kongress“, resümierte Berger.

Mit Blick auf die anstehenden Herausforderungen, aber auch auf das Wachstum des Breitbandkongresses ergänzte Labonte: „Wir entwickeln uns von einem Faktotum zu einem Faktor im Markt.“ Wer den vermeintlich kleinen FRK immer noch belächelt, sollte im nächsten Jahr den Breitbandkongress in Leipzig besuchen.

David gegen Goliath... oder Prozesskostenhilfe gegen Telekommunikationsoligopol

Heinz-Peter Labonte

Ein gewaltiger Fortschritt wurde erzielt. Vodafone durfte Unitymedia übernehmen. Für einen Spottpreis. Deshalb wird die unierte Vodafone die Kunden bestimmt an der Finanzierung des Kaufpreises teilhaben lassen. Die Betriebsräte der kündigungsbetroffenen Mitarbeiter spüren diese Preisvorteile schon am eigenen Leib.

Vestagers Glanztat gegen den Mittelstand

Auch die mittelständischen Breitbandnetzbetreiber spüren diese Glanztat der beförderungswürdigen prospektiven EU-Kommissionvizepräsidentin Margrethe Vestager schon deutlich. Immerhin einen Preisnachteil bei der TV-Kabelgebühr von rund vier Euro jährlich pro Kunde. Denn auch die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten dürfen mit Unterstützung des Kartellamts die unierte Vodafone mit dem Alleinstellungsmerkmal von aus Haushaltsgebühren bezahlten Einspeisegebühren bei der Amortisation des Spottpreises von rund 18 Milliarden Euro unterstützen.

Europäisches Gericht an der Seite des Mittelstands?

Nun ist der Fachverband für Rundfunk und Breitbandkommunikation (FRK) auf dem Weg vom Faktotum zu einem Faktor mit Gestaltungsmacht auf das Europäische Gericht gekommen. Die Mitgliederversammlung des mittelständischen Verbands hat nämlich beschlossen, gegen die Übernahme zu klagen.

Fazit

Jetzt bleibt die Begründung der Übernahme im „Amtsblatt“ abzuwarten. Bis dahin wird der Antrag auf Prozesskostenhilfe vorbereitet. Dann wird sich herausstellen, ob wenigstens das Europäische Gericht im Gegensatz zu Frau Vestager und dem Bundeskartellamt den dominanten Marktanteil (laut Prof. Dr. Christoph Schalast immerhin 85 Prozent auf der Netzebene 3) der unierten Vodafone für unzulässig erklärt und gegen die Übernahme entscheidet

Jede Menge Bandbreite, aber nur wenig Begeisterung – Gutscheine sollen die Nachfrage anregen

Marc Hankmann

Woche für Woche vermelden Telekommunikationsunternehmen neue Glasfaserausbauprojekte, erfolgreiche Vorvermarktungen oder die Inbetriebnahme von FTTB/H-Netzen. Und tatsächlich: Laut einer Studie von Dialog Consult im Auftrag des Verbands der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM) wird die Zahl der FTTB/H-Anschlüsse bis Ende 2019 auf 4,4 Millionen steigen – ein Wachstum von 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Zahl der gigabitfähigen Kabelanschlüsse, also solche, die mit Docsis 3.1 aufgerüstet sind, wird sich im gleichen Zeitraum von 7,4 auf 14,7 Millionen fast verdoppeln.

Man könnte fast den Eindruck gewinnen, es gäbe keine langen Genehmigungsverfahren oder fehlende

Tiefbaukapazitäten (was bei der Dccsis-3.1-Einführung auch stimmt). Leider sind sie einer der Gründe, warum selbst diese imposanten Wachstumszahlen nicht ausreichen, um das Ziel einer flächendeckenden Gigabit-Versorgung bis 2025 zu erreichen. Um den Glasfaserausbau zu beschleunigen, muss nach Ansicht des VATM und des Bundesverbands Breitbandkommunikation (Breko) die Nachfrage nach FTTB/H-Anschlüssen stimuliert werden.

Mal wieder hintenan

Hierzu haben beide Verbände ein Gutachten vorgelegt, um zu verdeutlichen, wie die schon seit Jahren in der Diskussion stehenden Voucher Anreize schaffen könnten, um die Nachfrage nach FTTB/H-Anschlüssen zu steigern. Erstellt wurde das Gutachten von Juconomy Rechtsanwälte und dem Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW). Die Sozietät beschäftigt sich mit Wettbewerbs- und Kartellfragen, während das ZEW ordnungspolitischen Herausforderungen nachgeht.

Der Ausbau von Glasfaser-basierten Netzen ist das eine, die Nachfrage nach Gigabit-Anschlüssen, die sogenannte Take-up-Rate, das andere. Beides hängt jedoch zusammen. Laut dem Gutachten liegt die Take-up-Rate in Deutschland für den Zeitraum von 2007 bis 2018 bei 31 Prozent für FTTB/H und bei 25 Prozent für alle Glasfaser-basierten Infrastrukturen (FTTx) und damit unter dem internationalen Schnitt von 39 bzw. 34 Prozent. Das deckt sich ungefähr mit den Ergebnissen von Dialog Consult, in denen von einer Take-up-Rate für FTTB/H von 33,8 Prozent die Rede ist.

Wohlfahrtsverluste und Investitionsanreize

Die vergleichsweise niedrigen Take-up-Raten in Deutschland offenbaren das Überangebot an Breitband im Vergleich zur Nachfrage. Es kommt daher zu sogenannten Wohlfahrtsverlusten. Glasfasernetze gelten als Schlüsseltechnologie für wirtschaftliches Wachstum. Vereinfacht gesagt: Wenn sie nicht genutzt werden, kann auch nichts wachsen. Niedrige Take-up-Raten führen letztendlich auch dazu, dass die Investitionsanreize für Netzbetreiber sinken, weil die zu erwartenden Gewinne geringer ausfallen als zunächst gedacht. Angesichts der hohen Investitionskosten beim FTTB/H-Ausbau erhält die Take-up-Rate hier eine noch größere Bedeutung.

Um die Wohlfahrtsverluste zu minimieren und den gesellschaftlichen Nutzen zu erhöhen, sei es „in ordnungspolitischer Hinsicht notwendig und angebracht, die angebotsseitige Förderung des Breitbandausbaus komplementär mit nachfrageseitigen Maßnahmen zu ergänzen“, schreiben die Autoren des Breko/VATM-Gutachtens. Damit stehen sie nicht allein: Auch die Monopolkommission hat sich in ihrem inzwischen zwei Jahre alten „Sondergutachten Telekommunikation“ für eine nachfrageseitige Förderung ausgesprochen. Eine Untersuchung von Anfang 2019 auf Basis eines EU-Paneldatensatzes für 25 Mitgliedsstaaten im Zeitraum von 2003 bis 2015 offenbart zudem, dass regulierte Zugangsentgelte allein keinen positiven Einfluss auf die Take-up-Rate haben.

Politisch dickes Brett

Trotzdem hatte die Voucher-Idee in Deutschland bislang einen schweren Stand, obwohl sich das Bundeswirtschafts- und das Bundesverkehrsministerium an verschiedenen Stellen positiv zu Vouchern geäußert haben. Doch insbesondere das Bundesfinanzministerium gibt sich zugeknöpft. VATM-Geschäftsführer Jürgen Grützner spricht von einem dicken Brett, das gebohrt werden müsse. Selbst Juconomy und ZEW schreiben im Gutachten von einem „schillernden Begriff“, unter den vieles subsumiert würde.

Dabei gibt es im nahen Ausland einige Beispiele für funktionierende Voucher-Systeme. In Großbritannien wurden zwischen 2013 und 2015 über 54.000 kleine und mittelständische Unternehmen mit jeweils umgerechnet rund 4.000 Euro bezuschusst. 42.500 Firmen nutzten die Gutscheine. Insgesamt wurde die durchschnittliche Verbindungsgeschwindigkeit um das 18-fache gesteigert. Ein Fünftel der Unternehmen baute weiter aus auf 100 Mbit/s. In Griechenland bekommen Haushalte landesweit Voucher, wenn sie sich für einen Internetanschluss mit mindestens 100 Mbit/s entscheiden. „Alle würden davon profitieren, auch die Deutsche Telekom“, sagt Grützner.

Wo, wer und wie lang

Doch wovon genau? Das Gutachten geht von einem Voucher-System aus, mit denen Einzelanschlüsse von Privathaushalten und Unternehmen direkt über Gutscheine gefördert werden. Heißt: Der Anschlussbesitzer erhält Geld, um seinen Anschluss fit für Gigabit zu machen; entweder für einen entsprechenden Vertragsabschluss, den Hausstich oder für den Austausch der alten Inhouse-Verkabelung gegen Glasfaser. Die Frage ist nur: Wie hoch soll die Gutscheinsumme sein, wer erhält einen Voucher und in welchen Regionen werden sie eingesetzt?

Es gilt Mitnahmeeffekte, Streuverluste und Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden. Heißt: Nach Möglichkeit soll niemand von den Gutscheinen profitieren, der nicht auch ohne die finanzielle Unterstützung in den Genuss von Gigabit-Geschwindigkeiten käme. Wettbewerbsverzerrungen könnten sich insbesondere dann ergeben, wenn die Gutscheinsumme zu hoch oder die Laufzeiten zu lang gewählt werden. In Anlehnung an die Entscheidungspraxis der EU ist es laut Gutachten zudem ratsam, eine Open-Access-Regelung aufzuerlegen, um negative Einflüsse auf den Wettbewerb zu minimieren.

Voucher-System für Deutschland

Dem Breko und dem VATM schweben drei verschiedene Gutscheine vor: ein Gutschein in Höhe von 500 Euro für den Vertragsabschluss mit einer Geschwindigkeit von über 250 Mbit/s. Die genutzte Technologie hinter dem Anschluss muss gigabit-fähig sein. Der zweite Gutschein über 500 Euro wird für den Glasfaser-Hausstich gewährt. Der dritte in Höhe von 150 Euro ist für den Inhouse-Ausbau mit Glasfaser angedacht.

Die Gutscheine sollen in Form des bekannten Windhundrennens verteilt werden: Wer zuerst kommt, mahlt zuerst. Sie werden aber nur innerhalb eines festzulegenden Zeitraums sowie im Rahmen eines Gesamtförderbetrags ausgegeben. Ist die Zeit abgelaufen oder der Topf leer, war es das mit der Förderung.

Wie in Griechenland soll es keine regionalen Gebiete geben, in denen die Gutscheine angeboten werden. Breko und VATM streben eine bundesweite Förderung an, wenngleich solche Regionen zumindest anfänglich ausgenommen werden sollen, in denen bereits FTTx-Anschlüsse vorhanden sind. In welchem Maße sie vorhanden sein müssen, ist jedoch unklar. Ebenso werden Gebiete ausgenommen, die bereits jetzt in der Förderung sind oder die bereits eigenwirtschaftlich ausgebaut wurden.

Genehmigungsfähig

Das Gutachten kommt zu dem Schluss, dass dieses Voucher-System eine erlaubnispflichtige Beihilfe darstellt, die EU also ihr Okay dazu geben müsste, was die Autoren aber für realistisch halten. „Die Voucher erscheinen angemessen und geeignet, um die bisher zu niedrige Nachfrage (take up rates) bei gigabitfähigen Anschlüssen zu erhöhen, die Breitbandziele zu erreichen und entsprechende Wohlfahrtsgewinne für die Gesellschaft zu erzielen“, heißt es in dem Gutachten. Unzumutbare Wettbewerbsverzerrungen würden durch eine weitgehend technologieneutrale Ausgestaltung der Förderbedingungen sowie durch eine Open-Access-Verpflichtung vermieden.

„Das Gutachten stellt zweifelsfrei fest: Glasfaser-Gutscheine stellen bei richtiger Ausgestaltung eine zielgerichtete, effiziente Möglichkeit der Förderung dar – ganz im Gegensatz zum Ausschütten von Fördermitteln mit der Gießkanne“, resümiert daher Breko-Geschäftsführer Stephan Albers. „Es sind ausreichend Fördergelder und zahlreiche Investoren vorhanden, doch viel Geld hilft nicht automatisch viel“, erlaubt sich auch VATM-Geschäftsführer Grütznier einen Seitenhieb auf die bisherige Förderlandschaft. Die VATM- und Breko-Bohrer sind gespitzt. Mal schauen, wie dick das politische Brett noch ist.

Gutscheine statt Voucher... oder warum die Berliner Politikblasenbewohner dagegen sind

Heinz-Peter Labonte

Beispielgebender Digitalgipfel 2019 führt zum beschleunigten Ausbau mit Glasfaser? Die Berliner Luft und der Umzug vom Rhein an die Spree vernebelt den Verstand in Politik und Verwaltung? Wer kommt denn auf sowas? Eher sind das Sprachzentrum und der „Ordo“-Teil der Marktwirtschaft der Berliner Subventionsmentalität geopfert worden. Wie die Berliner Luft die dortige Subventionsblasenmentalität zulasten einer rationalen Politik stabilisiert, exemplifiziert ein „Nichtbegriff“ des Dortmunder Digitalgipfels 2019.

Deutsches Babylon?

Wie sonst soll man sich erklären, dass in der Lobbyrepublik das Beharren auf unüberschaubarer Förderbürokratie beibehalten und unkomplizierte, an tatsächlicher Nachfrage orientierte und am Bürger- und Wählerinteresse ausgerichtete Vereinfachungsvorschläge ignoriert oder gar bekämpft werden. Oberflächlicher Erklärungsversuch: Es liegt an der Sprache. Hätten die Erfinder ihren Vorschlag nicht „Voucher“ genannt, sondern Gutscheine, hätten es auch die Berliner Blasenbewohner verstanden. Vielleicht hätten sie beim [Übersetzungsprogramm Leo](#) nicht den falschen deutschen Begriff „Eintrittskarte“ ausgewählt. Erstaunlich, ist doch durch weitsichtige Senatsentscheidung für „Mietendeckel und -Stopp“ die Furcht vor weiterer Zuwanderung in die Berliner Subventionsblasenmentalität nachhaltig beendet. Also ist babylonische Sprachverwirrung mit politischen Fehlschlüssen nicht auszuschließen.

Arbeitsplatzsicherung

Warum auch sollten im Berliner historisch gewachsenen westöstlichen Subventionsblasenbiotop Grundsätze wie „Warum denn einfach, wenn es auch kompliziert geht?“ befolgt werden? Immerhin schafft schon diese Attitüde - in Anlehnung an das historische Versagen der DDR-Wohnungspolitik - eine ganz neue Bürokratie mit vielen Forderungen nach neu zu schaffenden Verwaltungsarbeitsplätzen. Und vermeidet dabei zusätzliche Belastungen der zurzeit in der Bauverwaltung Beschäftigten durch wachsende Beschäftigung mit Anträgen auf Ausweisung von Neubauflächen und notwendiger Befassung mit Bauanträgen.

Warum also sollten diesem Beispiel folgend nicht auch die Verwaltungsmitarbeiter im Bund, hier vor allem im Bundesfianzmysterium ähnliche Arbeitsplatzsicherung betreiben, und zwar in der Breitbandförderpolitik zur Modernisierung der Bundesrepublik Deutschland?

Berliner Subventionsblasenbiotop

Deshalb erscheint die oben geschilderte oberflächliche Erklärung zu einfach. Und wird den tradierten Ost/West-Berliner Handlungsweisen nicht gerecht. Hat doch Westberlin 40 Jahre die westdeutschen Steuervermeider nebst sonstigen Vorteilsnehmern mit ihrer Versorgungsmentalität angezogen. Diese sind, in 30-jähriger wohliger Befindlichkeit, mit den bevorteilten Bewohnern des „Schaufensters der Republik“ im Berliner Subventionsblasenbiotop zu einer Effizienz und Gemeinsinn verweigernden Gemeinschaft symbiotisch zusammengewachsen.

Konsequente ministeriale Digitalbürokratie

Im Digitalgipfel in Dortmund ist nun beispielhaft zu besichtigen, wie die Gesamtberliner Mentalität sich mit dem weiter wachsenden Anspruch politisch-bürokratischer Allzuständigkeit zulasten der Eigenverantwortlichkeit der Menschen ebenfalls symbiotisch vereint.

So wurden in der Gipfelvorbereitung von einer mit Fachleuten besetzten Arbeitsgruppe alternative Finanzierungsmöglichkeiten ausgearbeitet. Deren Ergebnisse zum beschleunigten Ausbau von Glasfaserinfrastrukturen betreffen ausdrücklich private Initiativfinanzierungen u.a. durch und für unabhängige mittelständische Netzbetreiber. Diese und neue Vorschläge für alternative Finanzierungsinitiativen der KfW wurden im finalen Gipfeldokument übernommen.

Während noch im ursprünglichen Arbeitspapier dieser Arbeitsgruppe auch der auf nachgewiesenem Verbraucherinteresse basierende konkrete Vorschlag zur beschleunigten Realisierung einer flächendeckenden Glasfaserinfrastruktur durch die Ausgabe von Gutscheinen (Vouchern) seitens des Bundes/Landes/der Kommune steht, taucht im endgültigen Gipfeldokument noch nicht einmal mehr der Begriff „Gutschein“ oder „Voucher“ auf.

Einfache Erklärung für die Streichung der Voucher-Idee

Die einfache Erklärung aus Sicht eines Beteiligten: „Warum denn einfach, wenn es auch kompliziert weitergeht und damit die Arbeitsplätze in der föderalen Förderbürokratie gesichert werden?“ Wer wird denn die Interessen der Steuerzahler oder Wähler berücksichtigen, wenn das um rheinischen Frohsinn ergänzte Berliner Subventionsbiotop gepflegt werden kann.

Gleichzeitig dürfen all die Lobbyistenzuarbeiter weiterhin ihre pulitzerpreisverdächtigen Vermerke für ihre Präsidenten entwerfen, die damit wiederum ihre guten Vorschläge und Ideen folgenlos in der Förderbürokratie vortragen und damit glauben, ihre eigene Funktionstüchtigkeit nebst Existenzberechtigung in ihren Entscheiderverbänden/-unternehmen nachweisen zu können.

Fazit

Die Berliner Subventionsmentalitätsblase mit ihrer Versorgungsmentalität ist nur von der föderalen Basis mit ihrem Initiativdenken zu überwinden. Wenn sich die kommunale Selbstverwaltung endlich auf ihre Stärken und die Länder auf ihre Initiativ- und Kontrollfunktion besinnen, können auch die Berliner Strukturen aufgebrochen werden. Selbst wenn Gorbatschow in der Sowjetunion oder Papst Johannes XXIII. den Eindruck hinterlassen haben sollten, konservative Systeme und Strukturen könnten nur von oben revolutioniert oder reformiert werden – die friedliche Revolution der ostdeutschen Bürger- und Friedensbewegung hat bewiesen: Umgekehrt wird ein Schuh draus.

M-net speist DAB+-Radioprogramme ins Kabelnetz ein

Dr. Jörn Krieger

Als erster deutscher Kabelnetzbetreiber hat M-net mit der Einspeisung von Radioprogrammen im DAB+-Standard begonnen. Mehr als 60.000 angeschlossene Kabelhaushalte in München können ab sofort 16 private und öffentlich-rechtliche Programme empfangen. Die Sender sind für Kabelkunden im Netz von M-net zusätzlich zum bestehenden DVB-C-Radioangebot ohne Zusatzkosten zu empfangen – es ist lediglich ein DAB+-Empfangsgerät mit Antenneneingang erforderlich, das an die Kabeldose angeschlossen wird.

Der Multiplex enthält die öffentlich-rechtlichen Sender Bayern 1 (Oberbayern), Bayern 2 (Nord und Süd), Bayern 3, B5 aktuell, B5 plus, Bayern plus, BR Heimat, BR-Klassik, BR Verkehr und Puls sowie die fünf privaten Programme Antenne Bayern, Absolut Hot, egoFM, Radio Teddy und Rock Antenne. M-Net will das Angebot künftig um weitere Sender sowie auf weitere Regionen in seinem Versorgungsgebiet ausweiten.

„Echter Mehrwert ohne Mehrkosten“

Um die Kabelverbreitung der DAB+-Programme zu ermöglichen, wurde in Kooperation mit dem Nürnberger Hersteller AVT Audio Video Technologies eine neue technische Lösung entwickelt, die unter anderem die Daten in das geeignete Containerformat ETI over IP transcodiert. Die Signalführung der Programme erfolgt vom Bayerischen Rundfunk über eine direkte 100-Mbit-Leitung in das Münchner Rechenzentrum von M-net. Dort werden die Signale über die bestehende Systemtechnik in das Glasfaser-Backbone von M-net eingespeist, in der örtlichen Kabelkopfstation aufbereitet und schließlich auf Kanal 13B im Frequenzbereich von 232,5 Megahertz an die Münchner Haushalte übertragen.

"Mit der ersten Einspeisung von DAB+ im deutschen Kabelmarkt unterstreicht M-net seinen Anspruch auf Technologieführerschaft – nicht nur in der optischen Glasfasertechnik, sondern auch im Bereich der Medienversorgung", sagt Hermann Rodler, technischer Geschäftsführer von M-net, anlässlich der Einführung des neuen Angebots auf den Münchner Medientagen 2019. "Für M-net dient technologische Innovation aber nicht dem Selbstzweck, sondern dem Kundennutzen: Die Einspeisung von DAB+-Programmen zusätzlich zum bestehenden Angebot bietet unseren Partnern in der Wohnungswirtschaft sowie den Kunden in unseren Kabelnetzen nun echten Mehrwert ohne Mehrkosten."

„Zukunftssicherheit von DAB+“

Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, erklärt: "DAB+ ist der digitale Nachfolgestandard für den analogen terrestrischen Radio-Standard UKW und bietet viele Vorteile. Nachdem die Übertragung von UKW im Rahmen der Analogabschaltung in den bayerischen Kabelnetzen eingestellt wurde, hat M-net nun im regulären Betrieb gezeigt, dass die Nachfolge durch den digitalen Standard DAB+ auch im Breitbandkabel technisch möglich ist. Diese Initiative, die wir sehr begrüßen, unterstreicht die Zukunftssicherheit von DAB+ als digitaler terrestrischer Verbreitungsstandard für die öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkveranstalter."

Das Cookie-Urteil des EuGH und was für Unternehmen daraus folgt

RA Anne Baranowski

Der Europäische Gerichtshof hat am 1. Oktober 2019 entschieden, dass das Setzen von Cookies eine aktive Einwilligung des Nutzers erfordert. Damit setzt der EuGH einen Schlusstrich unter eine langjährige umstrittene Rechtslage. Das Urteil hat Auswirkungen auf den Betrieb von Webseiten. Verantwortliche Unternehmen müssen jetzt handeln, denn Aufsichtsbehörden werden nach dem Urteil ihren Fokus auf den Umgang mit Cookies legen.

Hintergrund des Verfahrens ist ein deutscher Rechtsstreit. Der Verbraucherzentrale Bundesverband hat Planet 49, einen Adresshändler und Gewinnspielanbieter, auf Unterlassung in Anspruch genommen. Zur Teilnahme an einem Gewinnspiel sollten die Teilnehmer in das Setzen von Cookies durch ein vorangekreuztes Häkchen einwilligen. Dadurch sollten die Teilnehmer einer Liste von 57 Unternehmen erlauben, sie telefonisch, per E-Mail oder per Post zu kontaktieren.

Schutz vor Eingriff in Privatsphäre

Der EuGH ist in seiner Entscheidung der Ansicht des Generalanwalts gefolgt und fordert eine aktive Einwilligung für Cookies, die für die Nutzung der Webseite nicht erforderlich sind. Dies gilt unabhängig davon, ob es sich bei den durch die Cookies abgerufenen Informationen um personenbezogene Daten handelt oder nicht. Das Unionsrecht schützt vor jedem Eingriff in die Privatsphäre, insbesondere auch vor der Gefahr versteckter Identifikationsmöglichkeiten.

Weitere Voraussetzung für eine wirksame Einwilligung ist nach dem EuGH, dass der Verantwortliche über die Funktionsdauer der Cookies und über Zugriffsmöglichkeiten Dritter auf die Cookies informiert. Diese Entscheidung betrifft Cookies, die nicht unbedingt für die Nutzung der Webseite erforderlich sind (insbesondere Werbe- und Analysezwecke). Das Urteil des EuGH bezieht sich jedoch nicht nur auf die zum Zeitpunkt des Ausgangsverfahrens geltende EU-Datenschutzrichtlinie, sondern ausdrücklich auch auf die Anforderungen der Datenschutz-Grundverordnung.

Was Webseitenbetreiber jetzt beachten müssen

Um die vom EuGH beschriebenen Anforderungen künftig umzusetzen, ist zu prüfen, ob und welche Cookies auf der Webseite eingesetzt werden. Cookies, die für die Nutzung einer Webseite erforderlich sind, zum Beispiel Warenkorb-Cookies, können in der Regel ohne Einwilligung verwendet werden. Bei anderen Cookies sind die Einwilligungen an die Anforderungen des EuGH anzupassen. Zudem müssen Cookies, für die eine Einwilligung eingeholt werden soll, vor der ausdrücklichen Erteilung inaktiv sein. Darüber hinaus ist in den Datenschutzhinweisen die Speicherdauer der Cookies anzugeben und zu informieren, ob Dritte Zugriff auf die Cookies haben.

Nachdem die bislang umstrittene Rechtslage nunmehr höchstrichterlich geklärt ist, ist damit zu rechnen, dass Aufsichtsbehörden ihren Fokus verstärkt auf den rechtmäßigen Einsatz von Cookies legen werden. Daher empfehlen wir die Prüfung und gegebenenfalls die Anpassung der Cookies, um drohende Bußgelder zu verhindern.

Anne Baranowski ist Rechtsanwältin 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.

Einstimmiger Beschluss: Klage gegen EU-Genehmigung der Unitymedia-Vodafone-Fusion

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) macht seine Ankündigung vom Juli 2019 wahr und wird rechtlich gegen die EU-Genehmigung der Vodafone/Unitymedia-Kabelfusion vorgehen (MediaLABcom [berichtete](#)). Dies beschlossen die FRK-Mitglieder einstimmig auf ihrer Jahresversammlung im Rahmen des Breitbandkongresses am 23. und 24. September 2019 in Leipzig.

Um das finanzielle Prozessrisiko kleinzuhalten, das FRK-Justiziar Professor Dr. Christoph Schalast auf bis zu 400.000 Euro bezifferte, will der Verband beim Europäischen Gericht im ersten Schritt einen Antrag auf Prozesskostenhilfe stellen. Sollte dieser Antrag aufgrund mangelnder Klageerfolgsaussichten scheitern, will der FRK eine Prozesskostengemeinschaft von Vodafone-Wettbewerbern initiieren, die gemeinsam gerichtlich gegen die Genehmigung vorgehen wollen.

Für Michael Theurer, stellvertretender FDP-Bundestagsfraktionsvorsitzender, FDP-Landesvorsitzender in Baden-Württemberg und Mitglied im Präsidium der Bundespartei, ist die marktbeherrschende Stellung des Duopols Vodafone und Telekom kein echter Wettbewerb im Breitbandmarkt und würde vor allem den kleinen mittelständischen Anbietern schaden und diese benachteiligen.

Für einen politischen Paukenschlag sorgte seine Forderung, die wirkungslose staatliche Förderung der Glasfaser mit Steuermitteln sofort einzustellen. Von den seit Jahren bereitstehenden Fördermitteln in Höhe von 4,5 Milliarden Euro seien bisher gerade einmal 3,6 Prozent abgeflossen. Zudem wurden 150 Millionen Euro für Breitbandberater ausgegeben, ohne dass es in den allermeisten Fällen tatsächlich zu einem Ausbau mit Glasfaser oder anderer Technik kam. „Deutschland hat bei der Glasfaser kein Problem mit großen Zielen, sondern mit deren Umsetzung. Während wir noch mit Kupferkabeln arbeiten, sind die anderen schon mit Lichtgeschwindigkeit unterwegs“, betonte Theurer.

Er will lieber die langen Verwaltungs- und Genehmigungsverfahren verkürzen und auf das im Zuge der Niedrigzinspolitik reichlich vorhandene private Kapital aus der Finanzwirtschaft setzen, um den Glasfaserausbau voranzubringen. Diese realistische, mittelstandsfreundliche Forderung wurde während des Kongresses vom Vertreter der Berenberg-Bank, Franz von Abendroth, aus der Praxis mit Beispielen bestätigt. In diesem Sinne unterstützt Theurer auch die FRK-Forderung nach einer oberirdischen Glasfaserverlegung für den rascheren Ausbau.

Ein wichtiges Thema für die FRK-Mitglieder bleibt die Verzerrung des Wettbewerbs durch die von ARD und ZDF entrichteten Einspeisegebühren allein an den Kabel-Monopolisten Vodafone. Das Bundeskartellamt sieht keinen Anlass, sich mit dieser Wettbewerbsverzerrung zu befassen. Deshalb hat die Mitgliederversammlung beschlossen, bei fortgesetzter Weigerung von ARD und ZDF, alle Netzbetreiber gleich zu behandeln, das Musterverfahren bzw. die Musterklage eines Mitgliedsunternehmens gegen die Praxis dieses Kartellverhaltens von Vodafone und den zur Gleichbehandlung aller Kabelnetzbetreiber aufgeforderten öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten zu unterstützen. „Aus unserer Sicht kann es nicht sein, dass ARD und ZDF ihre Marktmacht einseitig nutzen und den Antennengemeinschaften, mittelständischen und kleinen Kabelnetzbetreibern die Zahlung von Entgelten verwehren, die sie Vodafone großzügig gewähren“, erklärte hierzu der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte.

Einen breiten Raum nahm zudem die einstimmig von den Mitgliedern unterstützte FRK-Forderung nach der Beibehaltung des Sammelinkassos ein, wonach die Bereitstellung der frei verfügbaren, unverschlüsselten Fernsehsignale über die Mietkosten mitbezahlt wird. Diese Forderung wurde auch von Claus Wedemeier unterstützt, Referatsleiter für Demografie und Digitalisierung beim GdW - Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen.

„Mit Sprache wird Politik manipuliert, deshalb wird von den Kabel-Oligopolisten in Deutschland unter dem Kampfbegriff ‚Nebenkostenprivileg‘ seit geraumer Zeit die Abschaffung der in der Miete enthaltenen Nebenkosten für Fernseh- und Radioempfang gefordert. Die aus der früheren Antennengebühr für Mehrfamilienhäuser und Wohnanlagen hervorgegangene Regelung, sollte auch in Zukunft für den Empfang frei verfügbarer und zugänglicher Fernseh- und Hörfunkprogramme für Mieter beibehalten werden. Die Abschaffung wäre eine Unterwerfung unter die Marktmacht der Oligopol-Firmen in Deutschland zu Lasten des Mittelstandes, der Wohnungswirtschaft und der Verbraucher,“ erklärte Labonte vor den Mitgliedern.

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

FRK-Breitbandkongress 2020: Termin steht, Ausstelleranmeldung läuft

Die Zahl der Aussteller und Workshop-Teilnehmer hat sich im Vergleich zu 2018 mehr als verdoppelt, die Zahl der Kongressteilnehmer legte um 15 Prozent zu: Der FRK-Breitbandkongress 2019 war ein voller Erfolg! Mit über 40 Ausstellern war die Ausstellungsfläche ausgebucht, einige Interessenten konnten nicht mehr berücksichtigt werden. 2020 wird die Ausstellungsfläche daher vergrößert. Anmeldungen sind ab sofort möglich. Die ersten Aussteller aus diesem Jahr haben bereits ihren Stand für 2020 gebucht. Der FRK-Breitbandkongress findet vom 28. bis 29. September 2020 wieder im H4-Hotel in Leipzig statt.

Infos & Anmeldung: www.breitbandkongress-frk.de

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Internet als TV/Video-Empfangsweg immer beliebter

Mehr als die Hälfte (55,1 Prozent) der TV-Haushalte in Deutschland hat ihren Fernseher zusätzlich zum Empfang via Satellit, Kabel, IPTV oder DVB-T2 auch ans Internet angeschlossen. Damit ist das Internet mit 21,2 Millionen Haushalten der weitverbreitetste Empfangsweg für TV/Video, wie der Digitalisierungsbericht 2019 ergab, den die Landesmedienanstalten auf den Münchner Medientagen vorstellten. Nach wie vor verfügen aber fast alle Haushalte auch über mindestens einen traditionellen Empfangsweg – in nur 1,7 Prozent der Haushalte sind die Fernsehgeräte ausschließlich ans Internet angeschlossen.

Trotz rückläufiger Tendenz bleibt der Fernseher für mehr als die Hälfte der Bevölkerung (56,6 Prozent) das wichtigste Gerät für die Bewegtbildnutzung. Zunehmender Beliebtheit erfreuen sich vor allem Smartphones (11,5 Prozent), Laptops (10,2 Prozent), Desktop-PCs (8,3 Prozent) und Tablets (5,1 Prozent). Klare Unterschiede bei der Gerätepräferenz zeigen sich zwischen den Altersgruppen. Unter den 14- bis 29-Jährigen ist der Fernseher nur noch für ein knappes Drittel (31 Prozent) das wichtigste Videogerät, gefolgt von Smartphone (27,2 Prozent), Laptop (19,3 Prozent), PC (12,6 Prozent) und Tablet (7,1 Prozent). Knapp ein Drittel (32,2 Prozent) der 14- bis 19-Jährigen betrachtet das Smartphone als wichtigstes Empfangsgerät für ihren Videokonsum. Der Fernseher wird von etwas mehr als einem Viertel dieser Altersgruppe genannt und belegt damit nur noch Rang zwei.

Das klassische lineare Fernsehen dominiert in der Gesamtbevölkerung zwar noch mit 61 Prozent des Zeitbudgets bei der TV/Video-Nutzung, verzeichnet aber einen leichten Rückgang, während Abrufinhalte immer stärker genutzt werden. Vorne liegen dabei Videoportale wie YouTube, die Mediatheken der TV-Sender und Streaming-Dienste wie Netflix oder Amazon Prime Video. In jüngeren Altersgruppen werden Abrufangebote deutlich häufiger genutzt. Für den [Digitalisierungsbericht](#) befragen die Marktforscher von Kantar jedes Jahr über 6.000 Haushalte. Neben den federführenden Medienanstalten haben sich an der diesjährigen Erhebung Media Broadcast, SES und Vodafone beteiligt.

Smart-TV-Markt wächst weiter

Smart-TV-Fernseher stehen bei Verbrauchern weiterhin hoch im Kurs. In den ersten drei Quartalen 2019 wurden in Deutschland rund 3,5 Millionen Smart-TVs verkauft – drei Prozent mehr als im gleichen Zeitraum des Vorjahrs, wie die Deutsche TV-Plattform unter Berufung auf Zahlen von GfK Retail & Technology mitteilte. Der Anteil der smarten Fernseher am Gesamt-TV-Markt lag in den ersten drei Quartalen bei 80 Prozent (2018: 76 Prozent). Insgesamt wurden seit 2012 in Deutschland rund 35,6 Millionen Smart-TVs verkauft. Der Großteil (über 90 Prozent) der abgesetzten Geräte unterstützt den Standard HbbTV und damit die Nutzung interaktiver Dienste über die rote Taste der Fernbedienung. Ungebrochen ist auch der Trend zu größeren Bildschirmen: 40 Prozent der bis Ende des dritten Quartals 2019 verkauften Fernseher hat eine Diagonale von 50 Zoll oder größer (2018: 36 Prozent).

"Die kontinuierlich steigende Marktdurchdringung internetfähiger Fernseher eröffnet allen Inhalteanbietern zusätzliche Chancen für die Platzierung ihrer Services – insbesondere durch den HbbTV-Standard, in dessen Entwicklung die Deutsche TV-Plattform von Beginn involviert war", sagt Andre Prahl, Vorstandsvorsitzender der Deutschen TV-Plattform. "Durch die Definition von Mindestanforderungen für HbbTV-Endgeräte konnten wir dieses Jahr die Weichen für die künftige Weiterentwicklung von HbbTV-Diensten und den Ausbau der HbbTV-Angebote der Sender stellen."

DNMG bringt Stingray-Ultra-HD-Sender nach Deutschland

Die Deutsche Netzmarketing (DNMG) bietet Netzbetreibern drei Ultra-HD-Musikkanäle (UHD) des kanadischen Medienunternehmens Stingray zur Weiterverbreitung an. Stingray Festival 4K, Stingray Hits 4K und Stingray Ambiance 4K sind damit erstmals im deutschsprachigen Markt verfügbar. Die Besonderheit: Die Sender werden den Kopfstellen nicht via Satellit, sondern per Carrier-VPN-Breitbandverbindung über einen Playout-Server im Equinix-FR5-Rechenzentrum in Frankfurt am Main zugeführt. Die DNMG investiert damit erstmals in eigene Systeme und Infrastruktur und schafft so die Basis für zukünftige UHD-Geschäftsmodelle der Netzpartner. Die DNMG ist mit über 200 Mitgliedern die größte Vermarktungsorganisation für mittelständische und städtische Betreiber von Kabel- und Glasfasernetzen im deutschsprachigen Raum.

5G Media Action Group: 30 Organisationen wollen Rundfunk-Modus bei 5G etablieren

Mit Unterstützung der Europäischen Rundfunk-Union (EBU) will die neu gegründete 5G Media Action Group (5G-MAG) sicherstellen, dass sich die für den neuen Mobilfunkstandard 5G eingesetzten Netzinfrastrukturen und Endgeräte auch für Rundfunkübertragungen im Broadcast-Modus eignen.

Außerdem will die Initiative auf die Notwendigkeit aufmerksam machen, dass Medienangebote von Rundfunkveranstaltern eine zuverlässige, großflächige Abdeckung von fast 100 Prozent der Bevölkerung benötigen, während es den etablierten Telekommunikationsgesellschaften wahrscheinlich darauf ankomme, 5G-Dienste zunächst in städtischen Gebieten einzuführen, weil dort die größten kommerziellen Erfolgsaussichten lägen.

Fast 30 Mitglieder haben sich der [5G-MAG](#) bereits angeschlossen, darunter ATEME, Bayerischer Rundfunk, Cyfrowy Polsat Group, EBU, ENENSYS, Eutelsat, ESA, France Télévisions, Funke, Huawei, IRT, MBI, ORF/ORS, Rohde & Schwarz, RAI und die Technische Universität Braunschweig. Am 16. Oktober 2019 führte die Vereinigung ihre [erste Hauptversammlung](#) in der EBU-Zentrale in Genf, Schweiz, durch.

RTL startet Free-TV-Sender VOXup

Die Mediengruppe RTL Deutschland startet am 1. Dezember 2019 den neuen Free-TV-Kanal VOXup. Der VOX-Ableger soll beliebte Programme des Muttersenders zeigen, darunter "Das perfekte Dinner" und "Shopping Queen", US-Serien wie "Ally McBeal", Free-TV-Premieren und Eigenproduktionen. Die Besonderheit für Werbekunden: Erstmals im deutschen TV-Markt werden die Werbeinseln eines linearen Senders mit einem weiteren linearen Sender gekoppelt. Somit laufen bei VOX und VOXup zeitgleich dieselben Werbespots.

Der Sender befindet sich derzeit im Lizenzierungsverfahren. Senderchef wird Oliver Schablitzki, der bereits Nitro und RTLplus verantwortet. VOXup wird zunächst über das Astra-Satellitensystem (19,2° Ost) zu empfangen sein - vorerst nur in SD-Auflösung, wie eine RTL-Sprecherin gegenüber MediaLABcom erklärte. Angestrebt wird zudem eine Verbreitung via Kabel und IPTV. Nach RTL, VOX, n-tv, Nitro, RTLplus, Super RTL, Toggo plus und RTL II wird VOXup der neunte Free-TV-Sender der Mediengruppe RTL Deutschland sein.

QVC startet zweiten Ultra-HD-Sender auf Astra

Der Teleshopping-Veranstalter QVC Deutschland hat am 1. Oktober 2019 einen zweiten Ultra HD-Kanal auf Astra (19,2° Ost) gestartet. Für die Verbreitung von QVC2 UHD hat QVC eine langfristige Vereinbarung mit dem Astra-Satellitenbetreiber SES abgeschlossen; gesendet wird unverschlüsselt. Die Unternehmen bauen ihre Partnerschaft darüber hinaus weiter aus: "Für den neuen UHD-Sender stellen wir zusätzlich einen Satelliten-Uplink bereit. QVC erreicht mit unseren Astra-Satelliten über 118 Millionen Fernsehhaushalte in ganz Europa", sagt Christoph Mühleib, Geschäftsführer von Astra Deutschland. In Deutschland erreicht das Programm über 17,5 Millionen Satellitenhaushalte. Der erste Sender, QVC UHD, war im Dezember 2017 auf Astra gestartet.

Aus RTL II wird RTLzwei

Der Privatsender RTL II hat sich in RTLzwei umbenannt und ein neues [Erscheinungsbild](#) eingeführt. Das bisherige runde Senderlogo wird von einem quadratischen Kasten mit offenem Rahmen abgelöst. In dessen Zentrum befindet sich die römische II mit abgeschrägten Kanten. Im neuen Schriftzug wird die 'zwei' erstmals in der Sendergeschichte ausgeschrieben. "RTLzwei steht für junges, modernes und innovatives Reality-TV. Wir bewegen uns in einem fragmentierten, digitalisierten und wettbewerbsintensiven Markt. Mit unserem neuen Corporate Design verfolgen wir deshalb ein klares Ziel: RTLzwei soll als eigenständige, unverwechselbare Unterhaltungsmarke klar erkennbar bleiben", sagt Carlos Zamorano, Chief Marketing & Communications Officer.

Audiovisuelle Medien steigern Umsatz auf 13 Milliarden Euro

Die audiovisuellen Medien in Deutschland werden in diesem Jahr erstmals mehr als 13 Milliarden Euro umsetzen. Der Branchenverband VAUNET erwartet in seiner Prognose zum Medienmarkt 2019 im Vorjahresvergleich ein Umsatzwachstum von 4,7 Prozent auf 13,02 Milliarden Euro. Treiber des Wachstums sind insbesondere Streaming- und Pay-TV-Angebote. Im Vorjahr waren die Umsätze der Branche um 7 Prozent auf 12,44 Milliarden Euro gestiegen.

Sportdigital bringt EDGEsport nach Deutschland

Die Sportdigital TV Sende- und Produktions GmbH, die den Pay-TV-Sender Sportdigital Fußball betreibt, will den internationalen Fun- und Actionssportkanal EDGEsport nach Deutschland bringen. Der Sender soll mit eigener Lizenz betrieben werden. Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) erteilte dazu auf ihrer jüngsten Sitzung in Berlin grünes Licht. Die Zulassung wurde bei der Medienanstalt Hamburg Schleswig-Holstein (MA HSH) beantragt. Die deutsche Variante von EDGEsport soll als Pay-TV-Angebot via Satellit über Astra (19,2° Ost), Kabelnetze, IPTV-Plattformen und das Internet inklusive Mobile- und Smart-TV-Apps verbreitet werden. Die Programminhalte werden von der britischen Mediengruppe IMG Media bezogen, die EDGEsport in vielen anderen Märkten betreibt.

RBB bietet Restart-Funktion und Radio via HbbTV

Der Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB) bietet Zuschauern, die einen für den HbbTV-Standard geeigneten Fernseher nutzen, ab sofort mehr Angebote hinter der roten Taste der Fernbedienung. Mit der Replay-Funktion können bereits laufende TV-Sendungen auf den Anfang zurückgesetzt werden. Die Zuschauer müssen dadurch nicht warten, bis die Sendung in der Mediathek verfügbar wird. Die Funktion, die über die HbbTV-Startleiste des RBB Fernsehens zugänglich ist, wird bundesweit via Kabel und Satellit sowie in Berlin und Brandenburg per DVB-T2 angeboten. Zur Nutzung wird ein Smart-TV oder Receiver benötigt, der die aktuellste Version des HbbTV-Standards unterstützt und mit dem Internet verbunden ist. Auf älteren Geräten wird die Replay-Funktion nicht in der HbbTV-Startleiste angezeigt.

In Berlin und Brandenburg bietet der RBB zudem die Möglichkeit, seine Hörfunkprogramme als Internet-Link-Service (ILS) über DVB-T2 auf dem Fernseher zu empfangen: Antenne Brandenburg, radioeins, rbb 88.8, Fritz, Inforadio, rbb Kultur und Cosmo. Voraussetzung: Das Empfangsgerät eignet sich für HbbTV und ist ans Internet angeschlossen. Damit kommen auch die Visual-Radio-Angebote von rbb 88.8, Antenne Brandenburg und Inforadio auf den Bildschirm, etwa Informationen zum laufenden Programm und aktuelle Schlagzeilen. Über die Radioflow-Anwendungen von rbb 88.8 und Inforadio lässt sich zudem vollständige Informationsangebot der Sender abrufen, das ausführliche Nachrichten und Wettervorhersagen, Daten zur aktuellen Verkehrslage und einen Stau- und Störungsservice für den Nahverkehr umfasst.

SES lässt Marke MX1 verschwinden

Der Astra-Satellitenbetreiber SES will die Marke seines technischen Dienstleisters MX1 in den nächsten

Wochen auslaufen lassen. Die Dienstleistungen der 100-prozentigen SES-Tochter sollen künftig unter dem Namen der Muttergesellschaft angeboten werden. Auf der Webseite www.mx1.com verweist bereits eine Hinweistafel auf die Zusammenführung, über deren Gründe die SES auf www.ses.com/mx1-and-ses informiert.

Man wolle im Markt künftig unter der einheitlichen Marke SES auftreten, die alle Dienstleistungen rund um die Bereitstellung von TV- und Video-Inhalten für Nutzer in aller Welt aus einer Hand abdecke, darunter Content Management, Payout, Verbreitung und Monetarisierung. MX1 ging im Juli 2016 aus der Fusion der SES-Tochter SES Platform Services mit dem israelischen Technik-Dienstleister RR Media hervor, den die SES im Februar 2016 für 242 Millionen US-Dollar übernommen hatte.

Media Broadcast: 5G Broadcast noch "Jahre entfernt"

Der Technik-Dienstleister Media Broadcast verfolgt die Entwicklung von 5G Broadcast, sieht einen regulären Einsatz aber noch in weiter Ferne. "Wir schauen uns als führender Serviceprovider sehr genau das Potenzial von 5G für die Rundfunkbranche an," sagt Media-Broadcast-Geschäftsführer Arnold Stender anlässlich der Münchner Medientage 2019. "5G Broadcast ist ein spannendes Zukunftsthema, das aufgrund technischer und regulatorischer Hürden und fehlender Geschäftsmodelle voraussichtlich aber noch viele Jahre brauchen wird, bis die Technik für die terrestrische Verbreitung von linearem TV in Betracht kommt", erklärt Stender.

"Dagegen sehen wir bereits mittelfristig ein Marktpotential für 5G-Campuslösungen für TV-Sendeanstalten und bei Übertragungen größerer, auch temporärer Events. Deshalb haben wir uns dazu entschieden, unser bestehendes Glasfaser- und satellitenbasiertes Event-Broadcasting-Portfolio um 5G-Campuslösungen zu erweitern. Von der Beantragung der Frequenz über die Frequenz- und Netzplanung bis hin zum Betrieb und der Wartung und Instandhaltung können wir unsere Kunden dabei unterstützen", erläutert Stender.

In einem Live-Showcase demonstrierte Media Broadcast auf den Münchner Medientagen 5G-fähige Lösungen für die TV-Produktion. Dazu hatte das Unternehmen auf dem Messegelände ein eigenes Mobilfunk-Testnetz aufgebaut, das ein zukünftiges 5G-Campusnetz für TV-Produzenten simulierte. Dabei kamen bis zu vier unterschiedliche Kameras, von der professionellen TV-Kamera bis zum Smartphone, und ein Übertragungswagen zum Einsatz. Übertragen wurden die TV-Signale in die Regie über eine kommerzielle 4G/5G-Basisstation.

Der Media-Broadcast-Partner für den Showcase, Smart Mobile Labs aus München, ergänzte den Testlauf um Live-Metadaten mit eigenen Sensoren und einer Smartphone-App mit Realtime-Statistik-Einblendungen. Da aktuell noch keine lokalen 5G-Frequenzen im 3,7- bis 3,8-GHz-Bereich zu Testzwecken zur Verfügung stehen, wurde für die Demo ein 20-MHz-Träger auf einer Testfrequenz von 2,3 GHz mit LTE-Advanced verwendet.

Telekom erwirbt TV-Rechte der Fußball-EM 2024

Die Deutsche Telekom hat sich die TV-Rechte für die Fußball-Europameisterschaft 2024 in Deutschland gesichert. Die Vereinbarung mit der UEFA, deren finanzielle Details nicht genannt wurden, umfasst die exklusiven Verwertungsrechte für alle 51 Spiele. Die Telekom kann somit alle Spiele der Euro 2024 über ihre TV- und Streaming-Plattformen anbieten.

Die Spiele der deutschen Nationalmannschaft sowie weitere Spiele werden frei empfangbar sein. Das gilt auch für die Halbfinalspiele und das Finale. Die Telekom prüft zudem eine mögliche Sublicenzierung an einen Free-TV-Partner. Dadurch könnten wieder ARD und ZDF ins Spiel kommen, die bislang die Fußball-Europameisterschaften übertragen haben.

Telekom bietet TV-Stick für MagentaTV

Die Deutsche Telekom bringt im Dezember 2019 einen TV-Stick für MagentaTV heraus, mit der die TV-Plattform über jeden Fernseher mit HDMI-Anschluss per WLAN empfangen werden kann, unabhängig vom Internetanbieter. Der 4K-Ultra-HD-taugliche TV-Stick wird inklusive drei Monaten MagentaTV einmalig 64,99 Euro kosten. Ebenfalls neu sind Kombi-Tarife mit Netflix-Abo: Der Streaming-Dienst ist dadurch zwar günstiger als beim separaten Bezug, allerdings müssen die Nutzer auf die monatliche Kündigung verzichten.

Bibel TV bleibt in SD-Auflösung auf Astra

Der christliche Familiensender Bibel TV wird parallel zur Verbreitung in hoher Bildqualität (HD) weiterhin auch in SD-Auflösung für Satellitenhaushalte über Astra (19,2° Ost) empfangbar sein. Die entsprechende Partnerschaft mit dem Astra-Satellitenbetreiber SES wurde verlängert. Bibel TV wird im MPEG-2/SD-Standard als Free-TV-Angebot über das Luxemburger Satellitensystem verbreitet; auch die HD-Variante ist unverschlüsselt zu empfangen. Fast ein Viertel (22 Prozent) aller TV-Haushalte in Deutschland empfangen ihr TV-Programm laut "Astra TV-Monitor 2018" noch in SD-Auflösung.

Tim Werner neuer CEO von Mainstream Media

Tim Werner wurde zum 1. Oktober 2019 neuer Vorstandsvorsitzender (CEO) von Mainstream Media. Der Gründer und bisherige CEO Gottfried Zmeck wechselte in den Aufsichtsrat des Münchner Medienunternehmens und übernahm dessen Vorsitz. Werner ist seit acht Jahren Mitglied des Vorstands von Mainstream Media und COO des Fernsehsenders Romance TV. Neben Werner gehört Horst Kümmel mit dem Zuständigkeitsbereich Finanzen weiterhin dem Vorstand an, der damit aus zwei statt bisher drei Mitgliedern besteht.

"Tim Werner hat sich sowohl in der Branche wie gegenüber Eigentümern und Mitarbeitern schon bisher profiliert. Daher liegt mit seiner Bestellung die Führung der Mainstream Media AG in bewährten Händen; er wird sowohl für Kontinuität wie neue Impulse sorgen", sagt Zmeck. "Nach zwei Jahrzehnten an der Spitze sehe ich jetzt den richtigen Zeitpunkt für eine Verjüngung in der operativen Führung und meinen Rückzug aus dem Unternehmen, dem ich in der neuen Funktion als Aufsichtsratsvorsitzender und weiterhin Mehrheitsaktionär eng verbunden bleibe." Mainstream Media betreibt die drei Fernsehsender Romance TV, Heimatkanal und GoldStar TV.

DNMG bringt Folx TV ins Kabelnetz

Die Deutsche Netzmarketing (DNMG) bietet ihren über 200 Mitgliedern den Musiksender Folx TV zur Verbreitung im Kabelnetz und auf IP-Plattformen an. Die Grundlage bildet ein Rahmenvertrag, den beide Seiten mit einer Laufzeit von fünf Jahren geschlossen haben. "Mit der getroffenen Vereinbarung haben wir einen wichtigen Schritt getroffen, um Folx TV nach sechs erfolgreichen Jahren Satellitenverbreitung nun endlich auch den Zuschauern im Kabel und via IP zu präsentieren. Unser Ziel ist es, deutschlandweit empfangbar zu sein", sagt Sebastjan Artič, Geschäftsführer des auf Volksmusik und Schlager spezialisierten Senders.

Christian Hindennach wechselt von Unitymedia zu Sky

Christian Hindennach wird zum 1. Januar 2020 neuer Chief Commercial Officer von Sky Deutschland. Der 45-Jährige wird die Bereiche Customer Growth, Customer und Product Management, Customer Experience, Preis- und Angebotsgestaltung, Marketing und Kommunikation sowie die Marktforschung des Pay-TV-Veranstalters verantworten. In seiner neuen Rolle berichtet Hindennach direkt an CEO Carsten Schmidt. Er tritt die Nachfolge von Marcello Maggioni an, der das Unternehmen Ende September 2019 verlassen hat. Hindennach kommt von Unitymedia, wo er insgesamt acht Jahre tätig war, zuletzt als Chief Commercial Officer.

Sky baut Sky Ticket aus

Der Pay-TV-Veranstalter Sky erweitert seine OTT-Plattform Sky Ticket um 13 Sender und neue Abrufinhalte. Mit dem "Sky Cinema"-Ticket erhalten Kunden ab sofort zusätzlich Zugriff auf die acht linearen TV-Kanäle Sky Cinema Hits HD, Sky Cinema Action HD, Sky Cinema Family HD, Sky Cinema Comedy, Sky Cinema Emotion, Sky Cinema Nostalgie, TNT Film HD und Kinowelt TV. Bereits seit 1. Oktober 2019 ist der neue Sender Sky Cinema Special HD an Bord. Das Abrufangebot wurde um Klassiker von TNT Film und Kinowelt TV erweitert, darunter "Platoon", "Black Hawk Down", "Eraser" und "After the Sunset".

Das "Sky Entertainment"-Ticket eröffnet ab sofort Zugang zu den fünf zusätzlichen linearen TV-Sendern Sky Krimi HD, E! Entertainment HD, Spiegel TV Wissen, Junior und Cartoon Network. Von allen fünf Sendern stehen zudem Serien und Dokumentationen auf Abruf zur Verfügung, darunter "Keeping up with the Kardashians", "Parenthood", "Baywatch Bondi Beach" und "Raising Wildilfe".

Alle neuen linearen TV-Sender sind mit Sky Ticket zunächst über Smartphones und Tablets (iOS/Android) sowie über Web und die Xbox One verfügbar. Die Bezugspreise bleiben unverändert: "Sky Cinema" und "Sky Entertainment" kosten im ersten Monat jeweils 4,99 Euro, danach 9,99 Euro pro Monat. Die Tickets sind monatlich kündbar.

waipu.tv erreicht zwei Millionen Nutzer

Die Zahl der registrierten Nutzer der Internet-TV-Plattform waipu.tv hat sich innerhalb eines Jahres auf über zwei Millionen verdoppelt. 75 Prozent der Kunden bezeichnen waipu.tv inzwischen als ihre bevorzugte TV-Lösung, wie eine Umfrage unter 5.500 aktiven Nutzern ergab. Besonders schätzen die Kunden die Aufnahmefunktion sowie die Tatsache, dass für die Nutzung keine Zusatzgeräte oder zusätzliche Kabel benötigt werden. Mehr als 40 Prozent der waipu.tv-Kunden sind so genannte Cord-Cutter: Sie haben ihren Fernsehempfang von Kabel oder Satellit komplett auf das Internet umgestellt. Zu 80 Prozent wird waipu.tv auf dem großen TV-Bildschirm im Wohnzimmer genutzt.

Telekom kooperiert mit Media Broadcast bei Basketball

Media Broadcast wird Partner der Deutschen Telekom für das Sportangebot auf der TV-Plattform MagentaTV. Der Technik-Dienstleister versorgt das MagentaTV-Sendezentrum ab der Spielzeit 2019/20 mit den Signalen aus den Arenen der Basketball-Bundesliga. Die Laufzeit der Zusammenarbeit beträgt zunächst vier Jahre. Media Broadcast übernimmt die vor Ort produzierten TV- und Audiosignale der rund 1.400 Partien und überträgt sie aus den Stadien vom Spielfeld live und in HD-SDI-Bildqualität über Glasfaser und Satellit an die MagentaTV-Regie.

"Mit MagentaSport bieten wir unseren Zuschauern live auf nahezu jedem Endgerät und überall spannende Sportübertragungen in höchster Qualität", sagt Henning Stiegenroth, Leiter Content und Sponsoring bei der Telekom Deutschland. "Die Leistungsfähigkeit und Ausfallsicherheit aller technischer Produktionspartner ist wichtig dafür, dass unsere Zuschauer hautnah mitfeiern können. Darum haben wir uns bei der Kontribution des Contents für Media Broadcast entschieden."

Mainstream Media startet Live-TV-App

Das Medienunternehmen Mainstream Media bietet seine drei Pay-TV-Sender Romance TV, Heimatkanal und GoldStar TV ab sofort nicht nur auf klassischen TV-Plattformen, sondern über eine eigene App an. Mit der "Fernsehen mit Herz"-App, die kostenlos heruntergeladen werden kann, lassen sich die Programme über den Sky-Ticket-TV-Stick auf Smart-TVs empfangen. Das Abo-Paket "Fernsehen mit

Herz" kann zum Monatspreis ab 4,49 Euro über die Webseite www.fernsehen-mit-herz.de gebucht und auf bis zu fünf Endgeräten genutzt werden.

Die App soll demnächst auch für den Browser, Smartphones, Tablets und ausgewählte Kabel-/IPTV-Anbieter sowie für Amazon Fire TV, Android (Mobile/TV) und iOS (Mobile/TV) zur Verfügung stehen. Bisher war "Fernsehen mit Herz" über die Streaming-Plattformen Amazon Prime Video, Zattoo und TV.de empfangbar.

Bayerische Lokal-TV-Sender starten bei waipu.tv

Am 23. Oktober 2019 begann im Rahmen der Münchner Medientage die Verbreitung der bayerischen Lokal-TV-Programme über die Internet-TV-Plattform waipu.tv. Den Startknopf für "TV Bayern regional" drückten am Stand der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) im Ausstellungsbereich der Medientage BLM-Präsident Siegfried Schneider und Christoph Bellmer, CEO der waipu.tv-Betreibergesellschaft Exaring.

Mit dem Start können die Zuschauer ihr aktuelles Lokal-TV-Programm jederzeit in einem fast linearen Stream auf waipu.tv anschauen. Entscheidet sich ein Zuschauer für das Angebot "TV Bayern regional", wird automatisch ein Stream gestartet, in dem je nach Standort des Zuschauers geolokalisiert die jeweils aktuelle lokale Nachrichtensendung der Region, in der er sich befindet, abgespielt wird. In dem Stream sind Sendungen der 14 Lokal-TV-Stationen in Bayern verfügbar.

waipu.tv startet türkisches TV-Paket

Die Internet-TV-Plattform waipu.tv bietet ab sofort ein Abo-Paket mit 30 türkischen TV-Sendern an, davon 26 in HD-Qualität. Das "Türk-Paketi", das auch Zusatzfunktionen wie Aufnahme, Pause, Restart und mobile Nutzung umfasst, ermöglicht bis zu vier parallele Livestreams. Der Zugang kostet 12,99 Euro pro Monat. Zum Start gilt der Sonderpreis von 9,99 Euro pro Monat, den sich Kunden, die jetzt buchen, dauerhaft sichern. Das Angebot kann einen Monat kostenlos getestet werden. Informationen zu den enthaltenen Sendern und Abo-Konditionen sind unter www.waipu.tv/turk zu finden.

RTL startet GEO Television in Frankreich

Die Mediengruppe RTL Deutschland hat in Zusammenarbeit mit dem Verlag Gruner + Jahr und seiner französischen Tochter Prisma Media eine französische Version ihres Dokumentationskanals GEO Television gestartet. GEO Télévision France ist als Video-on-Demand-Angebot (VoD) auf der OTT-Plattform Amazon Prime Video Channels empfangbar, die am 15. Oktober 2019 in Frankreich gestartet ist. Im Mittelpunkt stehen Dokumentationen zu den Themen Reise, Abenteuer, Expedition, Mensch und Natur. Hinzu kommen Reportagen, die einen Blick auf unseren Planeten, dessen Landschaften, Menschen und Kulturen werfen.

Amazon-Prime-Mitglieder in Frankreich können GEO Télévision zum Monatspreis von 3,99 Euro beziehen; die Kündigung ist monatlich möglich. 30 Tage lang kann das Angebot kostenfrei getestet werden. Der Zugang erfolgt per Amazon-Prime-Video-App über Smart TVs, iOS- und Android-Mobilgeräte wie Tablets und Smartphones, Amazon Fire TV, Fire TV-Stick oder direkt via Internet unter www.primevideo.com/geotelevision.

GEO Television war 2014 als Pay-TV-Sender im deutschsprachigen Raum gestartet und erreicht inzwischen mehr als zwei Millionen Abonnenten in Deutschland und der Schweiz. Als VoD-Angebot kann GEO Television auf der RTL-Plattform TVNOW und bei Amazon Prime Video Channels abonniert werden. Der linearen Pay-TV-Sender steht Kunden von Vodafone Deutschland, MagentaTV und Teleclub zur Verfügung.

Salzburg AG startet IPTV-Plattform mit Ocilion

Der österreichische Kabelnetzbetreiber Salzburg AG hat auf Grundlage einer Komplettlösung des österreichischen IPTV-Dienstleisters Ocilion die Multiscreen-TV-Plattform TV Plus gestartet. Die Kunden des Unternehmens, das Salzburg und Teile der Steiermark versorgt, erhalten ein Paket bestehend aus 4K-Set-Top-Box, Fernbedienung und CableLink-TV-App im Design der Salzburg AG, sieben Tagen Replay, persönlichem Videorekorder, Premium-HD-Sender und digitaler Videothek.

Als Startangebot können CableLink-Internetkunden [TV Plus](#) sechs Monate lang gratis nutzen. Im Rahmen der im März 2019 vereinbarten Zusammenarbeit hat Ocilion das komplette IPTV-System vor Ort bei der Salzburg AG aufgebaut und in deren Infrastruktur integriert, darunter Software, Hardware, Dienstleistungen sowie die Endgeräte und Apps für Tablets und Smartphones.

RTL UHD startet in Österreich

RTL UHD, der Ultra-HD-Sender der Mediengruppe RTL Deutschland, ist ab sofort auch in Österreich zu empfangen. Die Verbreitung erfolgt via Satellit auf der TV-Plattform simpliTV über Astra (19,2° Ost) auf Transponder 1 (11,214 GHz H, SR 22.000, FEC 2/3). Auf dem Programm stehen neben Fußball die Formel 1, die Serie "Gute Zeiten, schlechte Zeiten" und ausgewählte Show-Highlights. RTL UHD ist für alle Bestandskunden von simpliTV SAT im Abonnement enthalten; das gilt auch für das kostenlose 6-Monate-Probeabo. In Deutschland ist das im April 2018 gestartete Ultra-HD-Programm von RTL via Satellit bei HD+ sowie auf der IPTV-Plattform MagentaTV der Deutschen Telekom und im Kabelnetz bei wilhelm.tel und willy.tel zu empfangen.

RiC TV startet bei Zappn

Der Familiensender RiC TV ist ab sofort bei Zappn, der Streaming-App von ProSiebenSat.1 Puls 4, in

Österreich zu empfangen. Insgesamt sind damit 17 Sender als Livestreams an Bord. Das Angebot soll sich deutlich vergrößern, wenn Zappn mit dem von ProSiebenSat.1 und Discovery betriebenen deutschen Streaming-Portal Joyn zusammengeführt wird. Das ist nach Angaben des Medienkonzerns gegenwärtig für 2020 vorgesehen.

"Klassisches lineares Fernsehen bleibt unverändert beliebt. Der einfache Zugang wird durch Streaming-Plattformen wie Zappn den Fernsehkonsum weiter beleben", sagt Armin Schnell, Executive Vice President der RiC-TV-Betreiber-Gesellschaft Your Family Entertainment. "Nachdem RiC TV bei Joyn von Beginn an im Portfolio ist, freuen wir uns sehr, auch in Österreich mit der ProSiebenSat.1-Puls-4-Gruppe zu kooperieren."

Love Nature und RTL Living starten bei HD Austria

Die österreichische Satellitenplattform HD Austria hat Love Nature und RTL Living in ihr hybrides Angebot aufgenommen. Die beiden Neuzugänge gelangen nicht über das Satellitensystem Astra (19,2° Ost), sondern via Internet als Livestreams auf die Bildschirme. Die Sender erscheinen automatisch in der Kanalliste; ein Suchlauf ist nicht erforderlich. Love Nature widmet sich der Natur- und Tierwelt, während bei RTL Living Haus, Garten und Mode im Vordergrund steht.

CH Media übernimmt 3-Plus-Sendergruppe

Das Schweizer Medienunternehmen CH Media übernimmt die Schweizer Sendergruppe 3 Plus. Mit dem Zukauf, über dessen finanzielle Konditionen Stillschweigen vereinbart wurde, steigt CH Media zum größten privaten Schweizer TV-Veranstalter auf. Zum Unternehmen gehören bereits TV24, TV25 und S1 sowie regionale TV-Stationen. 3 Plus wurde vor 13 Jahren von Dominik Kaiser gegründet und betreibt die Sender 3+, 4+, 5+ und 6+.

"Es freut mich sehr, dass wir nun nicht nur die Nummer 1 im Schweizer Privatrado sind, sondern neu auch im Schweizer privaten TV", sagt Roger Elsener, CH-Media-Geschäftsleiter TV, Radio & Filmvertrieb. "Wir glauben an die Zukunft von Bewegtbild und Entertainment. Zusammen haben wir noch größere Wachstumschancen und werden in neue, innovative Angebote investieren."

Dominik Kaiser bleibt CH Media als Senior Advisor verbunden und begleitet das Unternehmen bei der Weiterentwicklung des nationalen TV-Geschäfts. "CH Media ist der ideale Partner, um die 3-Plus-Gruppe in die Zukunft zu führen", sagte Kaiser. "Geplant ist ein weiterer Ausbau der bestehenden Sender. Damit eine große Chance für mein tolles Team. Zusammen werden die Sender weiterwachsen und noch viel in der Schweiz bewegen."

Sunrise sagt Hauptversammlung zur UPC-Übernahme ab

Der Showdown zwischen Befürwortern und Gegnern der Übernahme von UPC Schweiz durch Sunrise findet vorerst nicht statt: Die Schweizer Telekommunikationsgesellschaft zog die Notbremse und sagte mit Zustimmung des UPC-Mutterkonzerns Liberty Global die für 23. Oktober 2019 vorgesehene außerordentliche Hauptversammlung (AGV) ab. Auf der Hauptversammlung sollten die Sunrise-Aktionäre über die geplante Kapitalerhöhung in Höhe von 2,8 Milliarden Franken entscheiden. Die Zustimmung zur Kapitalerhöhung war die letzte Bedingung, um die Übernahme von UPC vollziehen zu können.

Aufgrund klarer Hinweise von Aktionären und der Ankündigung von Freenet, gegen die Kapitalerhöhung zu stimmen, sei der Verwaltungsrat von Sunrise zum Schluss gekommen, dass die deutliche Mehrheit der Aktionäre die Kapitalerhöhung nicht unterstütze, heißt es in einer Mitteilung. "Wir bedauern die Annullation der AGV. Wir haben viel Zeit in die Gespräche mit unseren Aktionären investiert und sind weiterhin von den strategischen und finanziellen Gründen der Übernahme überzeugt", sagte Peter Kurer, Präsident des Verwaltungsrates von Sunrise.

Liberty Global hatte zuletzt versucht, den Aktionären die Kapitalerhöhung durch eine Beteiligung in Höhe von 500 Millionen Franken und den Einstieg als Gesellschafter bei dem fusionierten Unternehmen schmackhaft zu machen. Zuvor war der Umfang der Kapitalerhöhung bereits von 4,1 auf 2,8 Milliarden Franken gesenkt worden. Freenet lehnt die Übernahme weiterhin ab. Wie es nun weitergeht, ist unklar. Der Kaufvertrag ("Share Purchase Agreement") hat ein "Long-Stop"-Datum per 27. Februar 2020 und bleibt in Kraft, bis eine Partei ihn kündigt.

UPC Schweiz bietet 1-Gbit/s-Internet im gesamten Verbreitungsgebiet

Der Schweizer Kabelnetzbetreiber UPC bietet ab sofort einen Hochgeschwindigkeits-Internetanschluss mit einer Download-Datenrate von bis zu 1 Gbit/s in seinem gesamten Versorgungsgebiet an - egal, ob Stadt oder Land. Uploads sind mit bis zu 100 Mbit/s möglich. Der Zugang ist für mehr als 75 Prozent der Schweizer Haushalte verfügbar. Kunden, die sich für 1-Gbit/s-Internet entscheiden, erhalten die neue Giga-Connect-Box. Der Gigabit-Internetzugang ("Connect Giga") kostet 89 Franken (82 Euro) pro Monat, zusammen mit dem TV-Angebot ("Happy Home Giga" mit UPC TV) fallen 119 Franken pro Monat an.

Im Rahmen einer [Einführungsaktion](#) kostet "Connect Giga" für Kunden, die bis 24. November 2019 bestellen, nur 49 Franken pro Monat während der ersten zwei Jahre; für "Happy Home Giga" sinkt der Preis auf 59 Franken pro Monat. Als Besonderheit bietet UPC für alle "Happy Home"- und "Connect"-Verträge 100 Tage Rücktrittsrecht.

55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

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](#)