

KONSOLIDIERUNG

WAS VOM GLASFASERMARKT ÜBRIGBLEIBT

Der Flug der Vögel

Ausgabe 119 • August 2023

Sehr geehrter Herr Kohl,

im alten Rom lasen die Auguren unter anderem aus dem Flug der Vögel, ob zum Beispiel Unternehmungen das Wohlwollen der Götter winkte. Wie es um die Zukunft steht, spielt auch in dieser Ausgabe von MediaLABcom eine Rolle.

Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer und zwei Pleiten noch keine Marktkonsolidierung. Dass die für den Glasfasermarkt unausweichlich ist, haben die TK-Experten des Beratungsunternehmens EY analysiert. Welche Faktoren sind entscheidend für Erfolg, Verkauf oder Konkurs eines Glasfasernetzbetreibers?

Weitaus mehr Gewissheit haben Kabelnetzbetreiber, die sich auf den 30. Juni 2024 vorbereiten, denn nach diesem Tag ist es ihnen nicht mehr möglich, die Betriebskosten für ihre Netze über die Mietnebenkosten abzurechnen. Wie Tele Columbus diese Umstellung angeht, verrät Stephan Kalleder, Senior Director Products & Growth der Tele Columbus Betriebs GmbH, im MediaLABcom-Interview.

In eine düstere Zukunft blicken hingegen die Rechteinhaber von Sport- und anderen Live-Veranstaltungen, denn das, was ihnen die EU zur Bekämpfung illegaler Streaming-Angebote vorgelegt hat, ist aus ihrer Sicht mehr als enttäuschend. Währenddessen floriert die Onlinepiraterie. Gaudium et miseria saepe confines sunt.

Eine neue Folge unseres Podcasts „Medien im Visier“, Veranstaltungshinweise und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

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

Inhalt

„Wir können da durchaus mithalten“ – Tele-Columbus-Manager Stephan Kalleder über den Wegfall der Umlage und das neue PÿUR TV

Vom Wachstum zur Konsolidierung: Was vom Glasfasermarkt übrigbleibt

Onlinepiraterie: EU-Kommission bleibt mit Empfehlungen hinter den Erwartungen zurück

Medien im Visier – der Podcast von MediaLABcom

Veranstaltungshinweise

Kurzmeldungen

„Wir können da durchaus mithalten“ – Tele-Columbus-Manager Stephan Kalleder über den Wegfall der Umlage und das neue PÿUR TV

Marc Hankmann

Tele Columbus ist dabei, gemeinsam mit der Wohnungswirtschaft deren Mieter vom Einzelinkasso zu überzeugen. Wie Stephan Kalleder, Senior Director Products & Growth der Tele Columbus Betriebs GmbH, auf der diesjährigen ANGA COM sagte, geht es für den Berliner Kabelnetzbetreiber um rund eine

Million Haushalte. Wie das der Nummer 2 im deutschen Kabelmarkt gelingt und welche weiteren Optionen es für Wohnungsunternehmen gibt, erklärt Kalleder im Interview.

[Lesen Sie mehr](#)

Vom Wachstum zur Konsolidierung: Was vom Glasfasermarkt übrigbleibt

Marc Hankmann

[Nach den Pleiten von helloFiber und GlasfaserDirekt](#) hielten viele kurz den Atem an, doch die befürchtete Marktkonsolidierung blieb aus – zunächst, denn laut einer Analyse des Beratungsunternehmens EY ist sie unausweichlich. Dabei handelt es sich um weit mehr als eine typische Marktentwicklung.

[Lesen Sie mehr](#)

Onlinepiraterie: EU-Kommission bleibt mit Empfehlungen hinter den Erwartungen zurück

Marc Hankmann

Harte Zeiten für Fußballfans, ganz gleich, ob die Meisterschaft, der Aufstieg oder der Klassenerhalt auf den letzten Metern verspielt wurde, denn für alle gilt: Was sie früher mit zwei Pay-TV-Paketen bei einem Anbieter bekamen, müssen sie sich heute mühselig bei Sky, DAZN, Amazon Prime Video und RTL+ zusammensuchen – und teuer bezahlen. Ist es da ein Wunder, dass illegale Streaming-Angebote florieren? Zumal dank Breitbandausbau selbst VPN-Verbindungen zu dubiosen Servern im Ausland recht stabil sind.

[Lesen Sie mehr](#)

Medien im Visier – der Podcast von MediaLABcom

Danilo Höpfner

KI in deutschen Medien: „Wir sind im Wettrüsten!“

Künstliche Intelligenz (KI) übernimmt faktisch täglich immer neue Arbeitsfelder in den Medien. Ob in kleinen lokalen Sendern oder überregionale Tageszeitungen; ob Öffentlich-Rechtlich oder Privat, in allen Häusern übernimmt KI immer mehr Tätigkeiten. Wo wir stehen und was noch kommt, darüber sprechen wir in der aktuellen Ausgabe mit dem Managing Director of Distribution, Marketing and Technology der Deutschen Welle, Guido Baumhauer.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweise

Dr. Jörn Krieger

FRK-Breitbandkongress 2023 in Leipzig

Die aktuellen Entwicklungen in der Kabelbranche, insbesondere mit Blick auf kleine, mittelständische und unabhängige Netzbetreiber, stehen im Mittelpunkt des 26. FRK-Breitbandkongresses, der am 6. und 7. September 2023 im H4 Hotel in Leipzig stattfindet.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

TNG Stadtnetz kauft SDT.NET

Das Kieler Telekommunikationsunternehmen TNG Stadtnetz hat die SDT.NET mit Sitz im baden-württembergischen Aalen übernommen. Die SDT.NET ist ein in der Region seit mehr als 20 Jahren aktives Unternehmen für den Betrieb von VDSL- und Glasfasernetzen.

[Lesen Sie mehr](#)

“Wir können da durchaus mithalten“ – Tele-Columbus-Manager Stephan Kalleder über den Wegfall der Umlage und das neue PÿUR TV

Marc Hankmann

Tele Columbus ist dabei, gemeinsam mit der Wohnungswirtschaft deren Mieter vom Einzelinkasso zu überzeugen. Wie Stephan Kalleder, Senior Director Products & Growth der Tele Columbus Betriebs GmbH, auf der diesjährigen ANGA COM sagte, geht es für den Berliner Kabelnetzbetreiber um rund eine Million Haushalte. Wie das der Nummer 2 im deutschen Kabelmarkt gelingt und welche weiteren Optionen es für Wohnungsunternehmen gibt, erklärt Kalleder im Interview.

MediaLABcom: Herr Kalleder, wie ist der Stand der Dinge gut ein Jahr vor dem Stichtag? Ist das Thema in der Wohnungswirtschaft präsent?

Stephan Kalleder: Die Wohnungswirtschaft war ja schon im Gesetzgebungsprozess mit involviert. Es gibt hier keinen großen Gestattungsgeber oder Verwalter, der das Wechseldatum nicht genau kennt. Aber auch bei den meisten kleineren WoWis hat sich das Thema mittlerweile rumgesprochen und wir leisten aktiv Aufklärungsarbeit.

MediaLABcom: Was unternimmt Tele Columbus denn, um die betroffenen Mieter zu informieren?

Stephan Kalleder: Die Mieterinformationen und somit die Zusammenarbeit mit der Wohnungswirtschaft sind ein geübtes und erfolgreiches Prozedere bei Tele Columbus mit der Marke PÿUR: Zunächst einmal geht es darum, dass die Mieter zu dem Thema abgeholt werden. Denn im Gegensatz zur Wohnungswirtschaft ist dem Großteil der Mieter das Thema noch unbekannt.

Die Erstinformation übernimmt auch immer die Wohnungswirtschaft, da sie für die Mieterschaft ja bisher „gefühlte“ den Kabelanschluss bereitgestellt und über die Mietnebenkosten abgerechnet haben.

MediaLABcom: Was steht in der Erstinformation?

Stephan Kalleder: In der Erstinformation geht es vor allem darum, aufzuklären und bei den Mieterinnen und Mietern keine Ängste entstehen zu lassen, dass ihnen ihr Kabelanschluss weggenommen bzw. sie sich technischen Herausforderungen stellen müssen. Möchte der Mieter seinen Kabelanschluss weiter nutzen, dann muss er ja nur seine Inkassoart ändern und sich nicht mit einer neuen Anschlusstechnologie und Verkabelung plagen oder einen Sendersuchlauf machen.

MediaLABcom: Erstinformation klingt so, als würden weitere Schritte folgen.

Stephan Kalleder: Nach der Erstinformation durch die Wohnungswirtschaft folgen eine Reihe von Kommunikations- und Vermarktungsaktivitäten durch uns. In ersten Piloten haben wir hier die Erfahrung gemacht, dass die Umstellung am reibungsfreisten funktioniert, wenn wir hier eng mit der Wohnungswirtschaft abgestimmt sind und es neben der Briefkommunikation auch eine aktive Begleitung der Kommunikation durch die Wohnungswirtschaft gibt; also Fluraushänge, Mieterzeitungsbeiträge, Informationsveranstaltungen in den Mieterbüros.

MediaLABcom: Der Wegfall der Umlage betrifft auch viele kleine und mittelständische Kabelnetzbetreiber, denen das Personal und die Marketingpower schlicht fehlen. Was raten Sie denen?

Stephan Kalleder: Der Wegfall der Umlagefähigkeit trifft die komplette Branche, egal welcher Unternehmensgröße. Nun kommt es auf die Zusammenarbeit zwischen Wohnungswirtschaft und Kabelnetzbetreibern an, diese Systemänderung gemeinsam umzusetzen.

Der Vorteil von Tele Columbus ist, dass ein Großteil der Bestände bereits seit Jahrzehnten in Einzelinkassovertträgen gebunden ist. Es geht nun an den kleineren Teil der Kundschaft mit Sammelinkassovertträgen. Damit werden für uns namentlich unbekannte Nutzer in für uns bekannte Kunden transferiert.

Der Vorteil dieser geübten Migration ist, dass wir die Kunden somit persönlich kennenlernen, informieren bzw. ansprechen können und so neben TV- natürlich auch IP-Produkte verkaufen werden. Die Bewohnerinnen und Bewohner lernen somit eine leistungsfähige Infrastruktur kennen, die sie bisher nur für TV genutzt haben. Der Umstellungsprozess bietet somit auch neue Chancen.

MediaLABcom: Sie wollen Wohnungsunternehmen von einem frühzeitigen Umstieg auf das Einzelinkasso überzeugen. Warum sollen sie jetzt schon von Sammel- auf Einzelinkasso umstellen?

Stephan Kalleder: Die Wohnungswirtschaft will zufriedene Mieter und wir als Tele Columbus begeisterte Kunden. Der TV-Empfang muss problemlos funktionieren und ein zuverlässiger, performanter Internetanschluss kann begeistern. Bis zum Umstellungsdatum Mitte 2024 werden wir die monatliche Zahl der umzustellenden Wohneinheiten sukzessive erhöhen. Ziel ist, die kommende Bugwelle möglichst flach zu halten und einen Teil vor dem Umstellungsdatum umzustellen. Dass bei diesen Volumina eine intensivere und längere lokale Vor-Ort-Betreuung vor dem großen Umstellungs-Peak einfacher ist als auf dem letzten Drücker, versteht sich von selbst.

Auf den Peak sind wir gut vorbereitet. Mit unserem Umstellungsportal für die Wohnungswirtschaft, unseren Kampagnentools und unterstützenden Prozessen werden wir für eine möglichst reibungsfreie Umstellung sorgen.

MediaLABcom: Auf der ANGA COM sagten Sie, dass viele Wohnungsunternehmen bis zum Stichtag mit der Umstellung warten wollen. Kennen Sie die Gründe dafür?

Stephan Kalleder: Als das Gesetz verabschiedet wurde, war bis Mitte 2024 ja noch relativ lange hin und für die Wohnungswirtschaft gab es keinen akuten Handlungsbedarf.

Wir haben zwar von Anfang an für eine frühzeitige Umstellung geworben, mit der Energiekrise und den Heizungsplänen der Bundesregierung gibt es im Moment aber auch noch andere Themen, die die

Wohnungswirtschaft sehr beschäftigten, und da ist die Umstellung verständlicherweise nicht unbedingt das Topthema.

Bei Wohnungseigentümergeinschaften ist zu berücksichtigen, dass sie nur einmal im Jahr ihre WEG-Versammlung haben und viele die Umstellung erst auf der nächsten Versammlung besprechen werden, sodass auch hier die Zeit läuft.

MediaLABcom: Hoffen diese Unternehmen vielleicht auch darauf, dass die Gestattungsverträge nach dem 1. Juli 2024 einfach weiterlaufen können – nach dem Motto „Wo kein Kläger, da kein Richter“?

Stephan Kalleder: Es gibt kein Verbot, mit uns im Sammelinkasso abzurechnen. Das Gesetz schreibt lediglich vor, dass die TV-Kosten nicht mehr über die Betriebsnebenkosten umgelegt werden können. Hier kann zum Beispiel eine Zusatzvereinbarung zum Mietvertrag geschlossen werden. Auch eine Eigenübernahme der Kosten durch den Vermieter ist mancherorts eine Option, um den Wohnwert der Immobilie zu steigern.

MediaLABcom: Der Streaming-Anbieter Zattoo hat kürzlich in einer Umfrage festgestellt, dass der TV-Empfang übers Internet an Beliebtheit gewinnt und die Wechselwilligkeit der von der Umstellung betroffenen Haushalte steigt. Welchen Eindruck haben Sie? Nutzen viele Haushalte die Umstellung von Sammel- auf Einzelinkasso, um den Kabelanschluss zu kündigen?

Stephan Kalleder: Mit Sicherheit gibt es heute bereits einige Haushalte, die zwar über die Mietnebenkosten den Kabelanschluss bezahlen, diesen aber gar nicht nutzen. Hier geben wir uns auch nicht der Illusion hin, dass sie im Zuge der Umstellung ihr Zattoo- oder MagentaTV-Abo kündigen und wieder zu uns kommen.

Anders sieht es dagegen bei den Mieterinnen und Mietern aus, die teilweise seit vielen Jahrzehnten unseren Kabelanschluss nutzen und schätzen. Der überwiegende Teil wird uns hier treu bleiben und die Umstellung als einen zwar lästigen aber am Ende auch einfach zu vollziehenden Akt des Inkassowechsels verstehen.

Und für die Nutzerinnen und Nutzer, die noch unentschlossen sind, ob sie weiter den Kabelanschluss nutzen oder zu einem unserer Wettbewerber gehen, werden wir mit PÿUR TV unser Angebot nochmal weiter aufwerten und gut für den Kampf gerüstet sein.

MediaLABcom: Für wie viele der genannten Sammelinkasso-Haushalte ist Ihnen diese Umstellung bereits gelungen?

Stephan Kalleder: Die bisherigen Umstellungen verliefen durchaus vielversprechend, auch wenn der Aufbau unserer „Umstellungsmaschinerie“ noch nicht ganz abgeschlossen ist und mit PÿUR TV noch eine wichtige Säule fehlt. Das neue PÿUR TV wird im dritten bzw. vierten Quartal dieses Jahres gelauncht.

Besonders freuen wir uns auch über die im Rahmen der erfolgten Umstellungen erzielten Erfolge beim Upselling von HD- und IP-Produkten. Man sollte nicht vergessen, dass die Umstellung uns in die Lage versetzt, mit Mieterinnen und Mietern in Kontakt zu kommen, die bislang nicht unsere Kunden sind. Hier gibt es dann doch auch einige Mieter, die sich mit Blick auf die Gesamtkosten von unserem TV+IP-Kombiangebot überzeugen lassen und auch IP-seitig der Telekom den Rücken kehren.

MediaLABcom: Die Abrechnung im Einzelinkasso ist sicherlich für Sie aufwendiger als im Sammelinkasso. Um wie viel wird es für den Kabelkunden daher teurer?

Stephan Kalleder: Sowohl im Einzel- als auch Sammelinkasso haben wir seit jeher sehr heterogene Preise, die sich nach unseren Errichtungs- und Betriebskosten, der Größe der Wohnungswirtschaft, der Wettbewerbssituation, Laufzeit des Gestattungsvertrags usw. richten, sodass es nicht den einen Preis für Sammel- bzw. Einzelinkasso gibt.

Bei der Umstellung von Sammel- auf Einzelinkasso wird sich der neue Einzelinkassopreis auch danach richten, wie hoch der bisherige Sammelinkassopreis war, ob mit der Umstellung eine Verlängerung des Gestattungsvertrags oder zum Beispiel auch ein Upgrade auf FTTH einhergeht.

Insgesamt können Sie aber davon ausgehen, dass wir auch im Einzelinkasso den Mietern ein attraktives Preis-Leistungsangebot bieten wollen und uns hier auch an den Preisen der Endkundenkonkurrenz orientieren werden, um langfristig unseren Endkunden-Marktanteil halten zu können.

MediaLABcom: Die Deutsche Telekom verlangt für MagentaTV unter 10 Euro. Können Sie da preislich mithalten?

Stephan Kalleder: Ich persönlich glaube, dass der Großteil der Telekom-Kunden MagentaTV und Telekom-Internetanschluss im Bündel kauft und für die 100 Mbit/s Kombi dann monatlich fast 70 Euro bezahlt. Bei uns bezahlt er für die 2,5-fache Geschwindigkeit ca. 25 Euro weniger pro Monat – ja, ich denke, wir können da durchaus mithalten.

Aber auch bei Stand-alone (TV-Only) orientieren wir uns hier natürlich am Markt und an der Zahlungsbereitschaft der Kunden. Zusätzlich werden wir für die Umstellung hochattraktive Wechselangebote inklusive Freimonate bereithalten, sodass wir hier im Wettbewerb bestens positioniert sind.

MediaLABcom: Die IPTV- und OTT-Anbieter wollen damit punkten, dass sie nicht einfach lineares Fernsehen bieten, sondern Zusatzfunktionen wie Restart, Replay und Catch-up. Wie sieht es da bei Tele Columbus aus?

Stephan Kalleder: Unsere neues PŸUR TV steht schon in den Startlöchern und startet voraussichtlich im Herbst 2023. Es wird jene Zusatzfunktionen bieten, die Kundinnen und Kunden bei IPTV- und OTT-Anbietern schätzen.

Unsere hybride Lösung setzt noch Vorteile oben auf. Stichworte wären immer eine gleich hohe Bildauflösung beim linearen Fernsehen, eine im Vergleich zu OTT/IPTV deutlich niedrigere Latenz, ein direkter Zugriff auf Mediatheken aus dem Programm heraus und eine gut funktionierende und komfortable Sprachsteuerung. Der Produktstart hat also hohe strategische Bedeutung für die Einzelinkassoumstellung und auch darüber hinaus für das gesamte TV-Kundensegment.

MediaLABcom: Ihre anderen Wettbewerber sind die, die FTTH-Netze bauen und sich vom Wegfall der Umlagefähigkeit der Kabelanschlusskosten aus der Wohnungswirtschaft neue Kunden erhoffen. Wie begegnen Sie denen?

Stephan Kalleder: Wir sind die, die FTTH-Netze bauen und durch Leistung neue IP-Kunden gewinnen. Das haben wir im vergangenen Jahr bereits bewiesen. Niemand wuchs im Verhältnis zu seinem Netz-Footprint 2022 schneller als Tele Columbus mit seiner Marke PŸUR.

MediaLABcom: Welche Rolle spielen Migrationsszenarien in Ihren Überlegungen, um Glasfaser in die Netzebene 4 zu bringen?

Stephan Kalleder: Wenn Sie sich die Vertragsverlängerungen mit der Wohnungswirtschaft in den letzten zwei Jahren bei uns ansehen, werden Sie schnell feststellen, dass die weit überwiegende Mehrheit der Gestattungen an einen FTTH-Ausbau gekoppelt ist. Berlin, Halle, Leipzig, überall ist FTTH mit der Wohnungswirtschaft in Planung oder bereits im Bau.

Die Nachfrage nach Glasfaser in der NE4 ist hoch. Trotzdem wird es noch ein paar Jahre dauern, bis wir in Deutschland flächendeckend Glasfaser haben werden. Um die Zeit bis dahin zu überbrücken und den Menschen dennoch den Eintritt ins Gigabit-Zeitalter zu ermöglichen, treiben wir weiter den laufenden DOCSIS 3.1-Rollout voran.

MediaLABcom: Andere Kabelnetzbetreiber erhöhen ebenfalls den Glasfaseranteil in ihren Netzen. Bernd Thielk, Geschäftsführer von willy.tel, sagte auf der ANGA COM, er wolle langfristig DVB-C abschalten und nur noch IP für die TV-Verbreitung in seinem Netz nutzen. Läuft es über kurz oder lang darauf hinaus, dass aus HFC- IPTV-Netze werden, in denen der DVB-Standard nicht mehr gebraucht wird?

Stephan Kalleder: Wir nutzen weiter DVB-C und schätzen die stabile Bildqualität sowie die zeitnahe Signalzustellung. Wir sehen darin einen qualitativen Vorzug. Mit unserer hybriden PŸUR-TV-Plattform haben wir aber die Möglichkeit, auch lineare TV-Signale per IP zu übertragen und könnten beispielsweise wenig genutzte TV-Kanäle, also den sogenannten Long Tail, zukünftig per IP übertragen, sobald dies frequenzökonomisch sinnvoller ist als DVB-C-Broadcast.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Vom Wachstum zur Konsolidierung: Was vom Glasfasermarkt übrigbleibt

Marc Hankmann

[Nach den Pleiten von helloFiber und GlasfaserDirekt](#) hielten viele kurz den Atem an, doch die befürchtete Marktkonsolidierung blieb aus – zunächst, denn laut einer Analyse des Beratungsunternehmens EY ist sie unausweichlich. Dabei handelt es sich um weit mehr als eine typische Marktentwicklung.

Bis Ende 2023 geht EY in seinem Marktmodell davon aus, dass die FTTH-Abdeckung in Deutschland auf 16,8 Millionen Haushalte ansteigen wird. Das politische Ziel, bis 2030 jeden Haushalt mit einem Glasfaseranschluss auszustatten, wird laut EY aber verfehlt. Die Analysten prognostizieren, dass es in sieben Jahren 38,8 Millionen FTTH-Haushalte geben wird. Das entspräche einer Quote von 90 Prozent.

Rollout und Kooperationen

Es gibt also noch viel zu tun, sodass sich der Glasfasermarkt zunächst weiterhin mit dem Netzbau beschäftigt sein wird. „Derzeit ist es günstiger zu bauen als zu kaufen“, sagte etwa Jan Georg Budden, Mitbegründer und CEO der Deutschen GigaNetz, auf der ANGA COM Ende Mai 2023.

Der FTTH-Rollout sowie Kooperationen stehen im Mittelpunkt. Geld für Glasfasernetze steht genügend

zur Verfügung, wenngleich die beiden Pleiten die Investoren aufhorchen ließen. Nach Ansicht von Alexander Krater, Partner beim Investor Palladio Partners, der hinter der GVG Glasfaser steht, bleibt der Markt aber weiterhin für Eigenkapitalinvestoren attraktiv. „Die eine oder andere Übertreibung im Markt kann man aushalten“, sagte Krater auf den Fiberdays 2023.

Allerdings schauen die Investoren nun genauer hin. War es in der Vergangenheit vor allem wichtig, lukrative Claims abzustecken, werden nun die Businessmodelle gezielt unter die Lupe genommen. Netzbetreiber, die keine Antwort auf die Frage haben, wie aus Homes Connected zahlende Kunden (Homes activated) werden, stehen vor einem Problem.

Ankündigung einer Marktmacht

Aber nicht nur mangelhafte Businessmodelle werden zu einer Konsolidierung führen. Für EY ist sie allein schon durch die Ankündigungen der zahlreichen Glasfasernetzbetreiber notwendig. Das Beratungshaus zählt inklusive Stadtwerke und Zweckverbände über 700 FTTH-Player, die insgesamt 52 Millionen Haushalte ausbauen wollen – eine Überbuchung von 20 Prozent und damit für EY ein klares Indiz für den Bedarf einer Konsolidierung.

Den Ankündigungen zufolge wird die Deutsche Telekom auch im FTTH-Markt eine dominante Rolle spielen. Sie allein kündigte laut EY an, 17,1 Millionen Haushalte auszubauen. Das Telekom-Joint-Venture GlasfaserPlus mit dem australischen Pensionsfond IFM strebt 8 Millionen, OXG, der Zusammenschluss von Vodafone mit dem Investor Altice, 7 Millionen und die Deutsche Glasfaser 6 Millionen FTTH-Haushalte an.

Diese Zahlen dürften Wasser auf die Mühlen des Verbands der Anbieter für Telekommunikations- und Mehrwertdienste (VATM) sein, der in einer Studie darlegte, [wie die Telekom versuche, ihre Marktmacht von der Kupfer- in die Glasfaserwelt zu übertragen](#), auch wenn es sich dabei nur um Ankündigungen handelt.

Konsolidierung in zwei Phasen

Eine mächtige Telekom im FTTH-Markt könnte auch durch die von EY prognostizierte Marktkonsolidierung entstehen, die die Analysten in zwei Phasen aufteilen. Der Beginn der Phase 1, einer Marktevolution, ist bereits jetzt erkennbar: Lokale und regionale Marktteilnehmer wachsen durch den Ausbau von Glasfasernetzen. Ebenso nimmt die Zahl an Kooperationen auf Basis von Open Access zu. EY geht davon aus, dass regionale und nationale Marktteilnehmer Netze aufkaufen werden. Es wird zu Übernahmen und Konsolidierung geförderter Betreibermodelle kommen.

Einer der Gründe für diese Entwicklung sind Skaleneffekte. „Anschluss- und Kundenbetreuungskosten spielen eine große Rolle“, sagte TK-Experte Professor Dr. Jens Böcker von der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg auf der diesjährigen ANGA COM. Ein Beispiel dafür ist der Zusammenschluss von Inexio mit der Deutschen Glasfaser durch EQT und Omers. Die Private-Equity-Investoren kauften die Deutsche Glasfaser von KKR für kolportierte 2,8 Milliarden Euro, dem 133-fachen EBITDA-Multiplikator für 2019. So viel war EQT die Kombination aus Glasfasernetzen, Skaleneffekten und Synergien wert.

Disruption der Geschäftsmodelle

In der zweiten Phase rechnet EY mit einer Disruption der Geschäftsmodelle. Die Investoren werden lokale Netzbetreiber zu regionalen Plattformen bündeln, zu sogenannten Infrastruktur-Hubs. Es wird eine Aufspaltung zwischen Netzbetreibern und Internet Service Providern (ISP) geben, weshalb Geschäftsmodelle, die bislang beides beinhalten, neu ausgerichtet werden müssen.

Open Access wird das Mittel zur Steigerung des eigenen Marktanteils sein. Darüber hinaus werden nationale regionale Marktteilnehmer übernehmen. EY rechnet zudem mit dem Markteintritt weiterer nationaler ISP. So reduziert sich die Zahl der FTTH-Marktteilnehmer. Zählt EY heute noch über 700, werden es nach den Berechnungen der Analysten langfristig nur noch zwischen 60 und 120 FTTH-Player sein.

Die Rolle der Stadtwerke

Die Frage ist nun, wer von der Bildfläche verschwinden wird. Einige Experten zeigen auf die Stadtwerke, die aufgrund der Energiewende und steigender Verbraucherkosten ganz andere Probleme haben und deshalb über die Zukunft ihrer Telekommunikationstöchter nachdenken, vor allem wenn es an Kompetenz und Managementkapazität für den Netzbetrieb mangelt.

Stadtwerke streben den flächendeckenden Glasfaserausbau an, sind aber in der geografischen Ausdehnung begrenzt. So kann es ihnen schnell an Kapital für das nötige Wachstum fehlen. Außerdem leiden auch sie an der geringen Take-up-Rate, die den eigenwirtschaftlichen, flächendeckenden Glasfaserausbau unter Druck setzt.

Klamme Kommunen und wichtige Assets

Jüngstes Beispiel: Die Stadtwerke im fränkischen Bad Kissingen planten einen eigenwirtschaftliche Glasfaserausbau im gesamten Stadtgebiet. In der Vorvermarktung wurde jedoch die benötigte

Abschlussquote von 30 Prozent aller Haushalte verfehlt. Der Ausbau ist damit zunächst vom Tisch. Die Verantwortlichen suchen nach anderen Möglichkeiten, etwa Partnerschaften oder Fördergelder.

Man muss jedoch berücksichtigen, dass es die typischen Stadtwerke nicht gibt, zu heterogen sind sie aufgestellt. In klammern Kommunen mit geringen Gewerbesteuererträgen werden die Stadtwerke eher bereit sein, ihre Telekommunikationstochter abzustoßen, als in reichen Kommunen, in denen TK-Töchter für Stadtwerke auch noch ein wichtiges Asset bilden.

Erfolgreiche FTTH-Vermarktung

Die geringe Take-up-Rate setzt natürlich nicht nur die TK-Töchter von Stadtwerken unter Druck, sondern alle, die Glasfasernetze betreiben (wollen). Den goldenen Weg, wie man möglichst viele Haushalte zum Wechsel auf den Glasfaseranschluss bewegen kann, hat noch niemand gefunden. „Wer nicht erfolgreich vermarktet, wird konsolidiert“, ist sich TK-Experte Böcker sicher. Immerhin: Eine Re-Monopolisierung durch die Telekom sieht er nicht.

Onlinepiraterie: EU-Kommission bleibt mit Empfehlungen hinter den Erwartungen zurück

Marc Hankmann

Harte Zeiten für Fußballfans, ganz gleich, ob die Meisterschaft, der Aufstieg oder der Klassenerhalt auf den letzten Metern verspielt wurde, denn für alle gilt: Was sie früher mit zwei Pay-TV-Paketen bei einem Anbieter bekamen, müssen sie sich heute mühselig bei Sky, DAZN, Amazon Prime Video und RTL+ zusammensuchen – und teuer bezahlen. Ist es da ein Wunder, dass illegale Streaming-Angebote florieren? Zumal dank Breitbandausbau selbst VPN-Verbindungen zu dubiosen Servern im Ausland recht stabil sind.

Fußball und Filme für 2,49 Euro

Bestes Beispiel: Dezor. Mit einer kleinen Erweiterung zeigt der Browser urheberrechtlich geschützte Inhalte via VPN: die neuesten Serien, Filme und eben auch Sport. Einmal auf dem Smartphone oder Tablet installiert, lässt sich Dezor auf den TV-Bildschirm spiegeln und der Fußball kann rollen. Inzwischen verlangen die oder der Anbieter zwar Geld, aber was sind 2,49 Euro im Monat gegen die Kosten von vier Fußball-Abos?

Somit ist es auch kein Wunder, dass die Rechteinhaber, von Filmstudios bis zu Sportverbänden, Sturm gegen derlei illegale Machenschaften laufen. Inzwischen hat dieser Sturm sogar die Segel der EU-Kommission erfasst, die sich des Themas annahm. Mehr als ein laues Lüftchen kam dabei aber nicht heraus.

Über 1.000 Meldungen pro Bundesliga-Spieltag

Der Wissenschaftliche Dienst der EU-Kommission schätzt die Einnahmen aus der Onlinepiraterie für das Jahr 2019 auf 522 Millionen Euro, wobei nur rechtswidrige Abo-Geschäftsmodelle berücksichtigt wurden. Die Audiovisual Anti-Piracy Alliance (AAPA) geht hingegen von Einnahmen in Höhe von über einer Milliarde Euro aus und der deutsche Privatsenderverband VAUNET rechnete aus, dass den Medienunternehmen durch illegales Streaming ebenfalls eine Milliarde Euro an Umsatz verloren gingen.

Darüber hinaus kommt auf die Rechteinhaber ein nicht unerheblicher Aufwand zu, um gegen illegale Streams vorzugehen. So erklärt die Deutsche Fußball Liga (DFL) zum Beispiel, dass sie in einer Bundesligasaison hunderttausende Rechtsverletzungen ermittelt. Pro Spieltag würden bis zu 1.000 Meldungen an bis zu 100 Hosting-Anbieter verschickt, davon haben 60 Prozent ihren Sitz in der EU.

Aber: Laut DFL bleiben 95 Prozent der Meldungen ohne Antwort. Von den übrigen 5 Prozent werden etwa vier von fünf Antworten durch automatisierte Dienste verschickt, ohne dass weitere Maßnahmen erfolgten. Ergo liegt die „Erfolgsquote“ für die DFL bei einem Prozent. Doch auch dieses eine Prozent bringt der DFL recht wenig, denn die Reaktionszeit der Hosting-Anbieter liegt zwischen zwei Stunden und 14 Tagen – da ist der Abpfiff längst ertönt bzw. der nächste illegale Stream online.

EU: Gesetzlicher Rahmen reicht aus

Die Zahlen der DFL verdeutlichen den Umfang der Onlinepiraterie. Deshalb forderten 112 Rechteinhaber und Medienunternehmen im Oktober 2022 die EU-Kommission zum Handeln auf, da aus ihrer Sicht die bisherige Gesetzgebung unzureichend sei, um illegales Streaming zu bekämpfen. Im Januar 2023 startete die Kommission eine Konsultation, auf deren Basis EU-Kommissar Thierry Breton im Mai seine Empfehlungen vorlegte.

„Wir fordern heute die Mitgliedstaaten auf, schärfer gegen die Piraterie vorzugehen, die unserer Live-Veranstaltungswirtschaft die finanzielle Grundlage entzieht“, sagte Breton bei der Vorstellung seiner Empfehlungen. Die EU-Kommission ist der Meinung, dass der gesetzte Rechtsrahmen ausreiche, er müsse lediglich besser durchgesetzt werden.

Engere Zusammenarbeit

Die Empfehlungen richten sich gegen die Onlinepiraterie bei der Übertragung von Sport- und anderen Live-Veranstaltungen wie etwa von Konzerten. Ihre Besonderheit liegt darin, dass die Rechteausswertung größtenteils nur während der Live-Übertragung der Veranstaltung möglich ist, während dieser Live-Charakter etwa bei Filmen oder Serien fehlt.

Die EU-Kommission empfiehlt allen Beteiligten, Rechteinhabern, Hosting-Anbietern und Vermittlungsdiensten, die in der Internet-Infrastruktur vorgelagert sind, enger zusammenzuarbeiten. Braucht es für diese Erkenntnis eine Empfehlung aus Brüssel? Außerdem rät die Kommission, legale Angebote zu schaffen, da diese nachweislich illegale Angebote zurückdrängen. Auch das ist wahrlich keine Neuigkeit.

Unterlassungsanspruch

Des Weiteren sollen die Mitgliedsstaaten Anordnungen gegen illegale Anbieter und (legale) Vermittlungsdienstleister erlassen, um eine illegale Verbreitung zu unterbinden. Solche Anordnungen sollen laut Kommissionsempfehlung für Vermittlungsdienstleister gelten, die ihre Tätigkeit auf Nutzer in der EU ausrichten.

Und auch das ist nicht neu, denn solche Anordnungen existieren bereits, allerdings lässt die bisherige EU-Gesetzgebung Spielraum zu, der dazu führt, dass der Unterlassungsanspruch, den Rechteinhaber gegen Hosting- und Vermittlungsdienste haben, in den Mitgliedstaaten unterschiedlich umgesetzt wird. Das macht es Rechteinhabern praktisch nahezu unmöglich, illegale Streams zu unterbinden, die per se in der gesamten EU empfangen werden können.

Technische Lösungen

Auch dass der Digital Service Act eine zügige Entfernung illegaler Streams vorsieht, hilft den Rechteinhabern nicht weiter. Deshalb forderte die DFL im Rahmen der Konsultation, dass solche Streams „sofort, binnen kürzester Zeit“ entfernt werden müssten. Entsprechende technische Lösungen seien vorhanden, wie der Deutsche Fußball-Bund (DFB) mit Verweis auf eine 2021 erschienene Studie des Wissenschaftlichen Dienstes des Europäischen Parlaments (EPRS) betont.

Aber die EU-Kommission empfiehlt lediglich den Einsatz der „besten technischen Lösungen“ für eine leichtere Verarbeitung der Meldungen bzw. ein schnelleres Auffinden der Quelle illegaler Verbreitungen. Auch deshalb sind die Rechteinhaber von den Empfehlungen enttäuscht, zumal sie von der Kommission ein Gesetz gefordert haben, dass einen EU-weit einheitlichen Rechtsrahmen festlegt.

Bewertung erst Ende 2025

Auch das während der Konsultation von Rechteinhabern geforderte Überwachungssystem, mit dem die Auswirkungen illegaler Streaming-Angebote überprüft werden sollen, kommt in den Empfehlungen nur in abgeschwächter Form vor. Die Europäische Beobachtungsstelle für Verletzungen von Rechten des geistigen Eigentums (EUIPO) soll die Umsetzung der Empfehlungen beobachten. Die AAPA kritisiert, dass die Empfehlungen dazu jedoch keinerlei Indikatoren vorsehen, die den Einfluss illegaler Streaming-Angebote auf den Markt dokumentieren.

Zudem greift die AAPA auch die Absicht scharf an, dass eine Bewertung über die EUIPO spätestens bis zum 17. November 2025 erfolgen soll. Die DFL schlug ein jährliches Monitoring vor, die AAPA forderte sogar, die Mengen an Meldungen der Rechteinhaber inklusive deren Umsetzung bei Hosting-Anbietern vierteljährig zu dokumentieren.

Aus Sicht der Rechteinhaber ist die EU-Kommission mit ihren Empfehlungen weit hinter den Erwartungen zurückgeblieben. „Wir sind nach wie vor davon überzeugt, dass ein EU-Rechtsinstrument der effizienteste und wirksamste Weg ist, um die Piraterie von Live-Inhalten innerhalb der EU-Mitgliedstaaten und in anderen Ländern zu bekämpfen“, schreibt die AAPA in ihrer Stellungnahme an die EU-Kommission. Thierry Breton hat das Thema Onlinepiraterie noch nicht vom Tisch.

KI in deutschen Medien: „Wir sind im Wettrüsten!“

Künstliche Intelligenz (KI) übernimmt faktisch täglich immer neue Arbeitsfelder in den Medien. Ob in kleinen lokalen Sendern oder überregionale Tageszeitungen; ob Öffentlich-Rechtlich oder Privat, in allen Häusern übernimmt KI immer mehr Tätigkeiten. Wo wir stehen und was noch kommt, darüber sprechen wir in der aktuellen Ausgabe mit dem Managing Director of Distribution, Marketing and Technology der Deutschen Welle, Guido Baumhauer.

Hören Sie sich die [neue Podcast-Folge von „Medien im Visier“](#) auf allen gängigen Plattformen an.

FRK-Breitbandkongress 2023 in Leipzig

Die aktuellen Entwicklungen in der Kabelbranche, insbesondere mit Blick auf kleine, mittelständische und unabhängige Netzbetreiber, stehen im Mittelpunkt des 26. FRK-Breitbandkongresses, der am 6. und 7. September 2023 im H4 Hotel in Leipzig stattfindet.

Der erste Tag beginnt mit Fachvorträgen zu Themen wie IPTV, Glasfaserausbau und Wegfall der Umlagefähigkeit. Am Nachmittag diskutieren Marktexperten über die Frage „Das Ende des Sammelinkassos: Glasfaserbeschleuniger für die NE 4?“, bevor am Abend der traditionelle Branchentreff Gelegenheit zum Austausch bietet.

Der zweite Tag beginnt mit der FRK-Mitgliederversammlung, die für alle Kongressteilnehmer offen ist, gefolgt von Vorträgen zu Fördermitteln, Herausforderungen und Empfehlungen beim Breitbandausbau, Haussignalverteilung und einer Podiumsdiskussion zu Möglichkeiten, den Überbau von Glasfasernetzen zu beenden. Eine Ausstellung, in der führende Unternehmen der Branche ihre neuesten Produkte und Dienstleistungen vorstellen, rundet den FRK-Breitbandkongress ab.

Infos & Anmeldung: www.breitbandkongress-frk.de

HbbTV Symposium 2023 sucht Vorschläge für Vorträge

Die HbbTV Association lädt Führungskräfte und Marktexperten dazu ein, sich am Konferenzprogramm des HbbTV Symposiums 2023 zu beteiligen. Gefragt sind Vorträge zu aktuellen Entwicklungen, neuen Diensten, Produkten und Trends in der Connected-TV-Branche. Die Vorschläge können bis 31. August über ein Online-Formular eingereicht werden.

Das HbbTV Symposium, das am 28. und 29. November 2023 in Neapel, Italien, stattfindet, richtet sich an Plattformbetreiber, Rundfunkanbieter, Werbetreibende und Adtech-Firmen, Standardisierungsorganisationen und Technologieunternehmen.

Infos: www.hbbtv.org/news-events/hbbtv-symposium-and-awards-2023-call-for-speakers/

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

TNG Stadtnetz kauft SDT.NET

Das Kieler Telekommunikationsunternehmen TNG Stadtnetz hat die SDT.NET mit Sitz im baden-württembergischen Aalen übernommen. Die SDT.NET ist ein in der Region seit mehr als 20 Jahren aktives Unternehmen für den Betrieb von VDSL- und Glasfasernetzen.

„Mit der Übernahme von SDT.NET eröffnen wir uns zusätzliche Wege, um den Glasfaserausbau in Deutschland voranzutreiben“, sagt Dr. Sven Willert, CEO von TNG Stadtnetz: „Neben unseren Aktivitäten in Norddeutschland und Hessen sehen wir diesen Schritt als weitere Chance, nun auch Menschen in Süddeutschland mit unseren Dienstleistungen zu erreichen.“

TNG ist seit über zehn Jahren im Glasfasermarkt tätig. Der Fokus liegt dabei auf dem Ausbau und dem Betrieb von Glasfasernetzen für Haushalte (FTTH) in unterversorgten ländlichen Gebieten und Städten. Das Unternehmen hat bereits mehr als 100.000 Haushalte in Norddeutschland und Hessen mit FTTH-Anschlüssen ausgestattet. Mit der Übernahme der SDT.NET eröffnet sich TNG jetzt ein Marktpotential von über 150.000 zusätzlichen Haushalten als Sprungbrett für eine Expansion in Süddeutschland.

Unterstützt wird TNG vom Mehrheitsaktionär Intermediate Capital Group (ICG Infra). Frank Heiss, Managing Director und Leiter der DACH-Region bei ICG Infra, sagt dazu: „Die TNG hat in den letzten Jahren bewiesen, kostengünstig und kundenorientiert einen Beitrag zum Schließen der Glasfaserlücke in Deutschland zu leisten. Wir wollen das Unternehmen zu einem deutschlandweit führenden Glasfaseranbieter machen.“

Ziel der TNG ist es, weiter zu wachsen und die TNG-Glasfaserprodukte überregional anzubieten. Der Kauf der SDT.NET ist ein weiterer Schritt in diese Richtung. Beratend unterstützt wurde TNG bei der Transaktion von Herbst Hilgenfeld Partners (M&A), Latham & Watkins (Legal) sowie Deloitte (Tax & Financial).

Aus Super RTL wird RTL Super

28 Jahre nach dem Sendestart erhält Super RTL einen neuen Namen: RTL Super. Der Schritt erfolge im Zuge der Vereinheitlichung der RTL-Markenarchitektur, wie das Medienmagazin „DWDL“ [berichtet](#).

„Unter einer starken Dachmarke RTL verbinden wir die ganze Vielfalt der guten Unterhaltung und des unabhängigen Journalismus über alle Sender, Gattungen und Angebote“, sagte Julian Weiss, Chief Marketing Officer von RTL Deutschland, dem Magazin. „Dabei steht die Dachmarke RTL als zentrales Versprechen immer an erster Stelle, gefolgt von der jeweiligen Produkt-Differenzierung.“ Das bislang vorne stehende „Super“ hat sich also künftig unterzuordnen.

Neben RTL Up und den Pay-TV-Sendern RTL Crime, RTL Passion und RTL Living soll RTL Super auf diese Weise „das konsistente Bild einer RTL-Senderfamilie rund um die Dachmarke RTL entscheidend prägen“, wie es in Köln heißt. Erklärtes Ziel ist es, die Marke RTL „als führende europäische Unterhaltungsmarke nachhaltig zu stärken und die Markenarchitektur innerhalb der gesamten RTL Group

zu harmonisieren - national und international, von den Corporate Brands bis hin zu den Sender- und Formatmarken, über alle digitalen Plattformen“.

Der neue Name und das neue Erscheinungsbild sollen am 15. August 2023 eingeführt werden. Die Kindermarke Toggo, die tagsüber bei Super RTL zu sehen ist, bleibt unverändert.

Sky führt preisreduziertes Streaming-Abo mit Werbung ein

Sky Deutschland folgt dem Trend zu preisreduzierten, werbefinanzierten Versionen kostenpflichtiger Streaming-Angebote: Beim Sky-Streaming-Dienst WOW gibt es ab sofort ein Basis-Abo für Serienfans mit Werbung für 7,99 Euro pro Monat, die Version mit Filmen und Serien ist für 9,98 Euro pro Monat erhältlich. Der Bezug kann monatlich gekündigt werden. Wer sich für sechs Monate bindet, zahlt nur 5,99 Euro beziehungsweise 7,98 Euro pro Monat.

Sportfans können zwischen zwei Live-Sport Basis-Abos wählen: dem Monatsabo für 29,99 Euro und dem 12-Monatsabo für 24,99 Euro monatlich. Die WOW-Premium-Version der Pakete kostet jeweils 5 Euro pro Monat Aufpreis. Neben der Werbefreiheit ermöglichen sie das Streamen auf bis zu zwei Geräten gleichzeitig, in Full HD und mit Dolby 5.1 Surround Sound. WOW-Bestandskunden erhalten automatisch ein Upgrade auf den Premium-Tarif. Neukunden, die ein WOW Basis-Abo abschließen, erhalten WOW Premium sieben Tage zum Test kostenlos dazu.

Zusätzlich zu WOW Premium führt WOW technische Neuigkeiten ein: War bislang für WOW der Download eines Players auf dem PC notwendig, können Kunden jetzt direkt im Browser streamen. Außerdem gibt es eine verbesserte Nutzeroberfläche, die beispielsweise eine weiterentwickelte Suchfunktion mit sich bringt. Neu ist auch die Autoplay-Funktion. Dadurch wird automatisch die nächste Episode abgespielt, sobald die aktuelle beendet ist, was sich vor allem an die Binge-Watching-Fans richtet.

Zattoo holt drei neue FAST Channels an Bord

Zattoo bietet in Deutschland, Österreich und der Schweiz ab sofort die FAST Channels Heimatkino, Fabella und TemporaTV an. Mit den drei Neuzugängen, die von Plaion Pictures betrieben werden, bietet Zattoo insgesamt 14 werbefinanzierte, kostenfreie [Streaming-Kanäle](#).

Heimatkino bietet eine Mischung aus volkstümlichen, emotionalen und unterhaltsamen Spielfilmen aus fast 100 Jahren deutscher Filmgeschichte. Bei Fabella laufen Liebesfilme, Dramen und Komödien, während TemporaTV Dokumentationen, Reportagen und Berichte zum Thema Zeitgeschichte zeigt. Die Inhalte der Sender können jederzeit pausiert, von vorne gestartet sowie rückwirkend geschaut werden.

MagentaTV: Lokal-TV Sender via Magenta Stick und Magenta One

Mehr als 50 Regional- und Lokalsender sind ab sofort auch auf den aktuellen Android-TV-basierten Endgeräten Magenta Stick und Magenta One von MagentaTV der Deutschen Telekom verfügbar. Der Dienstleister Bayerische Medien Technik (bmt) betreibt die App „Lokal-TV-Portal“, die es den Zuschauern ermöglicht, auf das Angebot zuzugreifen. Die App steht über den Google Play Store auf Android-TV-fähigen Endgeräten zum Download bereit.

Die Telekom hat hierfür einen speziellen Lokal-TV-Bereich in die Benutzeroberfläche von MagentaTV integriert, die direkt auf die gewünschten Programme verlinkt. Zu den verfügbaren Sendern zählen unter anderem Regio TV Bodensee, Regio TV Schwaben, Rhein-Neckar Fernsehen, a.TV, allgäu.TV, Franken Fernsehen, ALEX, naheTV, OK-Kaiserslautern, Chemnitz Fernsehen, Dresden Fernsehen, BLK Regional TV, kulturmd, altenburg.tv und Oskar am Freitag. Beide Partner arbeiten zudem daran, das Angebot konstant weiter auszubauen, um die Auffindbarkeit von lokalen und regionalen Inhalten zu verbessern.

Vodafone integriert 3sat-Inhalte in GigaTV

Vodafone bietet auf seiner TV-Plattform GigaTV ab sofort auch Programme von 3sat auf Abruf an. Rund 1.000 Titel stehen bereits in der Mediathek bereit, bis Anfang August 2023 soll das 3sat-Archiv bis zu 4.000 Titel umfassen. Der Abruf ist kostenlos. Verfügbar sind die 3sat-Inhalte auf allen Plattformen: der GigaTV Cable Box 1 und 2, der GigaTV Net Box, der Apple TV 4k Box und in der GigaTV App.

ARD erweitert barrierefreien Zugang zum Programm über HbbTV

Die ARD bietet den Zuschauern ab sofort einen noch einfacheren Zugang zu den barrierefreien Einstellungen: Auf der ARD-Startleiste (HbbTV) sind die Funktionen über den Button „Barrierefrei“ direkt anwählbar. Diese umfassen die Darstellung der Startleiste, die Personalisierung von Untertiteln, die Auswahl von Audiodeskription oder der Tonspur „Klare Sprache“ sowie Informationen zu barrierefreien Sendungen im Programm der ARD.

Bei der Einstellung „Untertitel“ lässt sich beispielsweise die Darstellung der Untertitel in Schriftgröße, Position und Hintergrund individuell anpassen. Über die Auswahl „Audiokanal“ ist es möglich, Sendungen mit Audiodeskription oder die sprachoptimierte Tonspur „Klare Sprache“ zu aktivieren. Die Zuschauer können sich unter dem Stichwort „Barrierefrei“ außerdem alle Sendungen mit Untertiteln und Audiodeskription sowie Sendungen, die mit Deutscher Gebärdensprache (DGS) begleitet werden, anzeigen lassen.

Darüber hinaus gibt es eine weitere neue Funktion: Über die grüne Farbtaste der Fernbedienung besteht die Möglichkeit, zu einer laufenden Sendung eine Sendungsbegleitung mit Gebärdensprache hinzuzuschalten. Wenn ein solches Angebot zur Verfügung steht, erfahren die Zuschauer dies über eine

entsprechende Einblendung auf dem TV-Bildschirm und können das Angebot direkt über die Fernbedienung starten.

Die „Barrierefrei“-Einstellungen der ARD-Startleiste können alle Zuschauer auswählen, die einen Smart TV oder eine Set-Top-Box mit HbbTV-Technik haben. Um die HbbTV-Applikationen nutzen zu können, ist es notwendig, dass die Geräte mit dem Internet verbunden sind. Weitere Informationen: www.ard-digital.de/hbbtv

Deutsche TV-Plattform mit neuem Vorstand

Die Vertreter der über 50 Mitgliedsfirmen, Organisationen und Institutionen der Deutschen TV-Plattform haben im Rahmen der jüngsten Mitgliederversammlung in Berlin ihren neuen Vorstand gewählt. Andre Prah (Chief Distribution Officer RTL Deutschland und Geschäftsführer RTL Technology) wurde als Vorstandsvorsitzender bestätigt. Als Stellvertreter agieren Sascha Molina (Produktionsdirektor NDR, für die ARD), und Dr. Dietmar Schill (Senior General Manager Sony R&D Tokyo, Vice President Sony Europe), der neu in den Vorstand berufen wurde.

Ebenfalls neu im Vorstand ist Marc Albers (Bereichsleiter Broadband Vodafone). Als Mitglieder des Vorstands wiedergewählt wurden zudem Joachim Abel (Vice President Product & Processes TV, Deutsche Telekom) und Christoph Mühleib (Geschäftsführer SES Germany). Die Mandatsperiode des gewählten Vorstands beträgt zwei Jahre.

Dem Vorstand der Deutschen TV-Plattform gehören zudem die Leiter der Arbeitsgruppen an: Nicole Agudo Berbel (Geschäftsführerin & Chief Distribution Officer, Seven.One Entertainment Group), Leiterin der AG Smart Media, Dr. Niklas Brambring (CEO Zattoo), Leiter der AG Media over IP, und Stefan Kunz (VP Content Platforms & Operations, Sky Deutschland), Leiter der AG Ultra HD.

„Die über 50 Mitglieder der Deutschen TV-Plattform repräsentieren nahezu alle Bereiche unserer Branche. Das spiegelt sich auch in unserem Vorstand wider. Nach der Digitalisierung der Verbreitungswege bearbeiten wir verstärkt die IP-Transformation der Medienbranche, den Einsatz von KI und viele weitere Innovationsthemen wie OTT, FAST, Content Discovery, Metadaten und Usability. Mit dem neuen Vorstand sind wir optimal aufgestellt, um auch zukünftig die wichtigsten Trends der Medienbranche erfolgreich für unsere Mitglieder mitzugestalten“, sagte Prah. „Ich freue mich sehr auf die Zusammenarbeit mit den Vorstands-Kollegen und den Mitgliedern der Deutschen TV-Plattform. Sehr herzlich möchte ich mich bei Michael Zumkeller und Rolf Wierig für ihr hervorragendes Engagement in den letzten Jahren bedanken. Sie haben die erfolgreiche Arbeit der Deutschen TV-Plattform maßgeblich mitgestaltet.“ Wierig und Zumkeller hatten nicht mehr für die Wahl kandidiert.

Antenne Deutschland startet Deutschlands ersten KI-Radiosender

Der Hörfunkveranstalter Antenne Deutschland hat den ersten bundesweiten Radiosender gestartet, der mit künstlicher Intelligenz (KI) betrieben wird – vom Sendebetrieb über die Musikauswahl bis zur Moderation. Als Moderator fungiert eine künstliche Stimme namens „kAI“, die die Hörer durch die Pop- und Dance-Hits der vergangenen zehn Jahre führt und über KI-Technologie informiert, etwa die Funktionsweise, Verwendungszwecke, Vorteile und Grenzen.

Absolut Radio AI ist empfangbar über die Absolut-Radio-App, in allen gängigen Streaming-Portalen und direkt im Web unter <https://absolutradio.de/ai/player> empfangbar. Die Zielgruppe sind 14- bis 49-Jährige, die noch keine oder wenig Berührung mit dem Thema KI hatten.

„Absolut Radio AI ist ein bedeutender Schritt für die gesamte deutsche Radiolandschaft. Die Zukunft des Radios wird jetzt neu bestimmt und eröffnet uns gleichzeitig neue Möglichkeiten und Variationen in der Programmgestaltung“, sagte Mirko Drenger, CEO von Antenne Deutschland. „Und um das gleich vorwegzunehmen, Sorgen um seinen Arbeitsplatz muss sich bei uns niemand machen. Arbeitsplätze werden nicht verloren gehen, sie werden sich aber signifikant verändern. AI macht uns nicht überflüssig, sie macht uns effizienter und smarter.“

Das Angebot, das der Dienstleister Radio.Cloud für Antenne Deutschland aufgebaut hat, soll laufend inhaltlich und technisch weiterentwickelt werden. Hinter Antenne Deutschland stehen die Absolut GmbH & Co. KG und die Media Broadcast GmbH.

Canal+ Austria holt National Geographic und National Geographic Wild

Der Pay-TV-Veranstalter Canal+ Austria verbreitet ab sofort auch die Dokumentationskanäle National Geographic und National Geographic Wild in seinem Streaming-Angebot. Die Neuzugänge sind ohne Aufpreis im Monats-Abo von 8,99 Euro enthalten. Neben den beiden linearen Programmen stehen auch zahlreiche Inhalte auf Abruf zur Verfügung.

„Das zusätzliche Angebot von National Geographic und National Geographic Wild erweitert unser Portfolio um die weltweit wohl bekannteste Brand in den Bereichen Geschichte, Kultur und Wissenschaft sowie Tiere und Umwelt. Schon in den ersten Tagen sehen wir großes Interesse bei unseren Bestandskunden und ich bin mir sicher, dass sich das auch bald in ganz Österreich herumsprechen wird“, sagte Philipp Böhheimer, Geschäftsführer von Canal+ in Österreich, in Wien.

ATV stellt SD-Satellitenverbreitung ein

Der österreichische Medienkonzern ProSiebenSat1Puls4 schaltet zum Jahresende 2023 das Satellitensignal des Privatsenders ATV in SD-Bildauflösung auf Astra (19,2° Ost) ab. Das Programm ist dann nur noch in HD-Qualität via Satellit zu empfangen. Begründet werde der Schritt mit „effizienter

Distribution“, also geringeren Ausstrahlungskosten, berichtet die österreichische Tageszeitung „[Der Standard](#)“.

Bei ProSiebenSat1Puls4 erwartet man durch den Schritt keine Reichweitenverluste, ATV werde inzwischen überwiegend in der HD-Variante genutzt. Am eingeblendeten Senderlogo können die Zuschauer erkennen, ob sie bereits das HD-Signal oder noch die SD-Variante nutzen.

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

Partner:

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

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

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

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH



[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)