

VECTORING-LISTE

HAT DIE BNETZA DEN BOCK ZUM GÄRTNER GEMACHT?

Der Teufel steckt im Detail

Sehr geehrte Damen und Herren,

eigentlich soll uns die Digitalisierung sämtlicher Lebensbereiche eben jene erleichtern. Doch bevor der Kühlschrank meldet, dass die Milch zuneige geht, muss erst einmal klar sein, ob alle Anforderungen des Datenschutzes erfüllt werden, ob die Breitbandanbindung ausreicht und vielleicht sogar ob die Meldung "Milch alle!" nicht die Schöpfungshöhe des Urheberrechts erreicht. Die Welt ist komplex und im Digitalen hängt halt alles mit allem zusammen. Das nennt man Vernetzung.

So rückt immer mehr die Erkenntnis ins Bewusstsein, dass es keine einfachen Antworten gibt. Beispiel gefällig: Die AfD will anstelle der Haushaltsgebühr für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine Zuschauergebühr einführen, die nur noch derjenige zahlt, der wirklich ARD und ZDF sieht oder Deutschlandradio hört.

MediaLABcom wollte es genau wissen und bat die AfD um ein Interview. Anscheinend waren wir zu genau.

In einer komplexen Welt gilt es, auf Details zu achten. So scheint dem Gesetzgeber fast zu entgehen, dass sich ARD und ZDF über die Novelle zum Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) der Diskussion um die Einspeiseentgelte für die Verbreitung in Kabelnetzen entledigen könnten. Das dürfte den großen Kabelnetzbetreibern überhaupt nicht schmecken. Kleinste Details entscheiden auch, ob ein Antrag auf Reservierung für Kabelverzweiger von der Vectoring-Stelle der Deutschen Telekom angenommen wird oder nicht – mit fatalen Folgen für den Antragssteller. Beim Gesetz zur Erleichterung des Ausbaus digitaler Hochgeschwindigkeitsnetze (DigiNetzG) scheint der Gesetzgeber vollends eine Bruchlandung hingelegt zu haben, wenn man den Worten des Gastautors und Rechtsanwalts Michael Schmittmann folgt.

Doch zum Glück gibt es auch jene, die dem Teufel auf die Schliche kommen. So einer ist der Ex-Vorsitzende der Monopolkommission, Professor Dr. Daniel Zimmer. Im MediaLABcom-Interview erklärt er das Wesen digitaler Märkte und wo sich der Höllenfürst gerne versteckt hält.

Neuigkeiten vom Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation, dem Bundesverband Lokal TV, Veranstaltungshinweise und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

Ausgabe 41 • Februar 2017

Inhalt

["Man muss ganz genau hinsehen" – Wirtschaftsexperte Professor Dr. Daniel Zimmer über die Eigenschaften digitaler Märkte und die Herausforderungen für Wettbewerbshüter](#)

[Wer die asozialen Medien beherrscht, bestimmt die postfaktische Diskussion – oder große Worte und nix dahinter!](#)

[Der Kampf um die Kabelverzweiger: Beim Vectoring-Windhundrennen kommt es nicht nur auf Geschwindigkeit an](#)

[GWB-Novelle: Wie ARD und ZDF endgültig die Einspeiseentgelte der Kabelnetzbetreiber loswerden wollen](#)

[DigiNetzG – Mit Highspeed auf die Investitionsbremse in den Gebäuden](#)

[Weniger Sender, mehr Abrufdienste: Fernseher bleibt Hauptbildschirm](#)

[Neues vom FRK](#)

[Neues vom BLTV](#)

[Veranstaltungshinweise](#)

[Kurzmeldungen](#)

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

"Man muss ganz genau hinsehen" – Wirtschaftsexperte
Professor Dr. Daniel Zimmer über die Eigenschaften digitaler
Märkte und die Herausforderungen für Wettbewerbshüter

Marc Hankmann

Die Digitalisierung stellt die Wirtschaft auf den Kopf. Für Unternehmen ohne nennenswerten Umsatz werden Milliardenbeträge bezahlt, einstmals große Unternehmen verschwinden fast über Nacht, weil sie eine technologische Entwicklung verpasst haben und so etwas wie Netzwerkeffekte kannten. Wettbewerbshüter bislang gar nicht. MediaLABcom sprach mit Professor Dr. Daniel Zimmer, geschäftsführender Direktor des Instituts für Handels- und Wirtschaftsrecht der Universität Bonn und ehemaliger Vorsitzender der Monopolkommission, über die Chancen und Risiken digitaler Märkte.

[Lesen Sie mehr](#)

Wer die asozialen Medien beherrscht, bestimmt die
postfaktische Diskussion  oder große Worte und nix dahinter!

Heinz-Peter Labonte

Machen wir's kurz. Die Alternative für Deutschland - AfD - ist keine. Dies ist die Erfahrung von MediaLABcom. Die AfD ist ein Scheinriese, denn sie ist Nutznießerin der asozialen Medien und deren Regeln. Große Worte und wenn's ernst wird, kneift sie. Nehmen wir die Medienpolitik der AfD als Exempel, um dies zu verdeutlichen. Natürlich ist auch bis zum Beweis des Gegenteils beabsichtigt, den Rückschluss nahezulegen, dass dieses Politikfeld lediglich als beispielhaft, wenn nicht sogar als Synonym für andere Politikfelder wie Europa-, Sozial-, Außen-, Verteidigungspolitik etc. steht.

[Lesen Sie mehr](#)

Der Kampf um die Kabelverzweiger: Beim Vectoring-
Windhundrennen kommt es nicht nur auf Geschwindigkeit an

Marc Hankmann

In Deutschland steht an Straßenrändern ein Schatz, der von außen betrachtet profaner kaum aussehen könnte, doch um den ein heißer Kampf entbrannt ist. So heiß, dass sogar zu unlauteren Mitteln gegriffen wird? Es geht um die rund 330.000 Kabelverzweiger (KVz), jene graue Kästen, die im Breitbandausbau eine zentrale Rolle spielen und die im sogenannten Windhundrennen unter den ausbauwilligen Netzbetreibern aufgeteilt werden.

[Lesen Sie mehr](#)

GWB-Novelle: Wie ARD und ZDF endgültig die
Einspeiseentgelte der Kabelnetzbetreiber loswerden könnten

Marc Hankmann

Dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sparen und zu diesem Zweck nach Kooperationen suchen sollen, ist nicht neu. Auch nicht, dass ihnen der Gesetzgeber dafür im Rahmen der Novelle zum Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) den roten Teppich ausrollt, indem er den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Kapitel 5 (Sonderregeln für bestimmte Wirtschaftsbereiche) mit aufnimmt. Es geht vielmehr um die geplante Ergänzung zum § 18 GWB, die den Kabelnetzbetreibern nicht schmecken dürfte, nachdem sie sich durch den Urteilsspruch des Bundesgerichtshofs (BGH) in Sachen Einspeisegebühren auf der Siegerstraße wählten. Die GWB-Novelle könnte das nämlich ändern.

[Lesen Sie mehr](#)

DigiNetzG – Mit Highspeed auf die Investitionsbremse in den
Gebäuden

RA Michael Schmittmann

"Kostensenkungs"-Richtlinie, Gesetz zur "Erleichterung des Ausbaus digitaler Hochgeschwindigkeitsnetze" – Wie wohl klingen die Begriffe, die aus Brüssel und Berlin auf Deutschland niederprasseln, um unseren schlimmsten Komplex zu heilen: unsere Netzinfrastruktur ist nicht fit für die Zukunft!

[Lesen Sie mehr](#)

Weniger Sender, mehr Abrufdienste: Fernseher bleibt

Das TV-Gerät bleibt trotz der steigenden Beliebtheit von Smartphones und Tablets die erste Wahl der Zuschauer beim Fernsehen, aber die Nutzungsgewohnheiten ändern sich. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative [Umfrage](#), die das Marktforschungsinstitut GfK unter 2.004 Personen ab 14 Jahren für den Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI) durchgeführt hat. Der Fernseher ist demnach mit 94 Prozent das meistgenutzte Endgerät für klassisches Fernsehen und Abrufangebote, gefolgt von PC/Laptop (78 Prozent) und Smartphone/Tablet (65 Prozent). 85 Prozent der TV-Geräte sind HD-tauglich, 2012 lag der Anteil erst bei 48 Prozent.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

FRK schließt mit VG Media langfristigen Lizenzvertrag über Nutzung von privaten TV- und Hörfunkprogrammen

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) hat einen umfassenden und langfristigen Gesamtvertrag über die Nutzung der Urheber- und Leistungsschutzrechte im Rahmen der Kabelweiterleitung der von der VG Media vertretenen privaten Sendeunternehmen geschlossen. "Nach mehrjähriger guter Zusammenarbeit konnte die VG Media erneut einen langfristigen Gesamtvertrag mit dem FRK verhandeln", begrüßt Hubertus von Samson, Leiter Lizenzen und Vertrieb der VG Media, den Vertragsschluss. "Die Mitglieder des FRK genießen somit bei der Nutzung der privaten Programmsignale auch künftig neben den Gesamtvertragskonditionen langjährige Rechtssicherheit."

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom BLTV

BLTV begrüßt CDU-Vorschlag zur Finanzierung der lokalen TV-Sender als Beitrag zur Sicherung der kommunalen Medienvielfalt

Mit einer Stellungnahme für das Fachgespräch "Lokale Fernsehsender in Brandenburg" des Landtags Brandenburg hat sich der Vorsitzende des Journalistenverbandes Berlin-Brandenburg (JVBB), Christian Walther, gegen eine Verwendung zusätzlicher Mittel aus den Rundfunkbeiträgen für private Lokalfernsehstationen in Brandenburg ausgesprochen. Dazu erklärt Sebastian Labonte, Vorstandsmitglied im Bundesverband Lokal-TV (BLTV): "Der DJV hat offensichtlich falsche Vorstellungen von der Arbeit der Lokal-TV-Sender. Deshalb widersprechen wir der Darstellung des JVBB bzgl. der Arbeit und Funktion des Lokalfernsehens in beiden Bundesländern, wie sie in einer fünfseitigen Stellungnahme des JVBB im Zusammenhang mit der Frage nach einer Beteiligung des Lokalfernsehens am Rundfunkbeitrag und damit auch mit der Zukunft der 24 Berliner und Brandenburger Lokalsender geschildert wird."

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweise

Wie sicher sind unsere Netze?

Breitbandnetze stehen immer wieder im Mittelpunkt von Cyber-Attacken. Der jüngste Angriff auf die Router der Deutschen Telekom hat gezeigt, wie empfindlich die Infrastruktur getroffen werden kann - und dass die derzeitigen Schutzmaßnahmen nicht ausreichen. Auf seiner nächsten Abendveranstaltung am 8. März 2017 in Frankfurt am Main beleuchtet der Telecommunications Executive Circle die Sicherheit der Netze, Bedrohungen für die TK-Industrie und ihre Kunden, Erfahrungen aus Angriffen, möglich Schutzmaßnahmen und die Frage, welcher Grad an Sicherheit technisch und ökonomisch sinnvoll ist.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Tele Columbus und Primacom starten Multimedia-Plattform

Die Kabelnetzbetreiber Tele Columbus und Primacom bieten ihren Kunden mit advanceTV ab sofort eine zentrale Unterhaltungsplattform an, die die TV-, Video- und Medienangebote des Haushalts vereint. Das Angebot umfasst herkömmliches Fernsehen, den Video-on-Demand-Dienst (VoD) maxdome, eine Videothek mit Filmen zum Einzelabruf, einen elektronischen Programmführer und eine Anbindung an Tablets und Smartphones.

"Man muss ganz genau hinsehen" – Wirtschaftsexperte
Professor Dr. Daniel Zimmer über die Eigenschaften digitaler
Märkte und die Herausforderungen für Wettbewerbshüter

Marc Hankmann

Die Digitalisierung stellt die Wirtschaft auf den Kopf. Für Unternehmen ohne nennenswerten Umsatz werden Milliardenbeträge bezahlt, einstmalige große Unternehmen verschwinden fast über Nacht, weil sie eine technologische Entwicklung verpasst haben und so etwas wie Netzwerkeffekte kannten. Wettbewerbshüter bislang gar nicht. MediaLABcom sprach mit Professor Dr. Daniel Zimmer, geschäftsführender Direktor des Instituts für Handels- und Wirtschaftsrecht der Universität Bonn und ehemaliger Vorsitzender der Monopolkommission, über die Chancen und Risiken digitaler Märkte.

MediaLABcom: Herr Professor Dr. Zimmer, digitale Märkte stellen die Wettbewerbspolitik vor neue Herausforderungen. Worin unterscheiden sich diese Märkte von ihren "analogen" Pendanten und was bereitet den Wettbewerbshütern Kopfzerbrechen?

Daniel Zimmer: Es bereitet Wettbewerbshütern Sorge, wenn Unternehmen Marktmacht gewinnen, das heißt wenn sie große Verhaltensspielräume haben und sich weit weniger um Konkurrenten und Kunden kümmern müssen als Unternehmen, die im Wettbewerb stehen. Konkret kann sich ein Verhaltensspielraum zum Beispiel auf die Preissetzung beziehen - Stichwort überhöhte Preise. Oft deuten hohe Marktanteile auf das Bestehen solcher Marktmacht hin. Auf digitalen Märkten ist vieles anders: Bei mancher Dienstleistung hat ein einzelnes Unternehmen nahezu eine Monopolstellung, verlangt aber für seinen Service gar kein Geld. Wettbewerbsbehörden und -forscher müssen in einer solchen Situation neue Analysemethoden entwickeln und einsetzen.

MediaLABcom: Wenn es um digitale Märkte geht, ist die Rede von Apple, Amazon, Google oder Facebook. Warum haben die Amerikaner die Nase vorn und was kann oder muss getan werden, damit europäische und deutsche Unternehmen dagegenhalten können?

Daniel Zimmer: Der Erfolg amerikanischer Unternehmen hat sicher viele Ursachen: Das Silicon Valley gilt als sehr erfolgreicher Inkubator, weil es zunächst exzellente Ausbildungsstätten wie die Stanford University hatte und sich sodann in diesem Umfeld eine spezialisierte Gründerszene entwickelt hat, mit allem, was dazugehört - insbesondere mit den Finanziers, die nötig sind, um ein Startup zum Fliegen zu bringen. Das kann man nicht eins zu eins nach Europa übertragen. Aber großzügigere regulatorische Rahmenbedingungen würden es Gründern auch in Deutschland leichter machen, innovativ zu sein. Es wundert mich nicht, dass der Fahrdienstleister Uber Pop in Kalifornien erfunden wurde und nicht in Deutschland. Hier ist dem Unternehmen gleich mit gerichtlichen Verboten der Garaus gemacht worden, weil es gegen die rigide deutsche Taxiregulierung verstößt. Dabei sollte der Erfolg eines neuen Service wie Uber zu denken geben: Er ist ein Zeichen dafür, dass die Kunden mit dem herkömmlichen elfenbeinfarbenen Angebot nicht hundertprozentig zufrieden sind.

MediaLABcom: Vom Garagentüftler zum Milliardär - das verheißen digitale Märkte. Aber sieht die Realität nicht ganz anders aus: jeder digitale Markt wird von einem mächtigen Unternehmen beherrscht, das innovative Unternehmen einfach aufkauft und durch ein proprietäres Ecosystem hohe Markteintrittshürden aufbaut?

Daniel Zimmer: Zunächst einmal musste das beherrschende Unternehmen aber erfolgreich werden, und das heißt: Es musste Nutzerwünsche besser erfüllen als seine Konkurrenten. Google hat sich gegen die Suchmaschine Altavista durchgesetzt und Facebook hat einer ganzen Reihe anderer sozialer Netzwerke, in Deutschland SchülerVZ und StudiVZ, die Kunden abgejagt. Aber Sie haben recht: Sind Unternehmen einmal dominant, versuchen sie oft, ihre Stellung auf vielerlei Weise abzusichern – etwa durch den Aufkauf drohender Konkurrenz.

MediaLABcom: Ist es ein typisches Kennzeichen der digitalen Ökonomie, dass Märkte im hohen Tempo monopolistische Strukturen annehmen?

Daniel Zimmer: Es gibt mehrere Erklärungen für die Tendenz bestimmter Plattformen zum Monopol. Da sind zunächst die Kostenstrukturen: Aufbau und Betrieb beispielsweise einer gut funktionierenden Suchmaschine erfordern immense Aufwendungen; läuft die Maschine aber, ist die Erstreckung ihres Service auf immer weitere Nutzer zu Kosten von nahezu Null möglich. Dies ist ähnlich wie bei der öffentlichen Wasserversorgung: Auch der Bau eines zweiten Wasserversorgungsnetzes würde neben dem ersten an vielen Orten nicht lohnen, da der Anschluss immer weiterer Kunden an das einmal bestehende Netz zu ganz geringen Kosten möglich ist. In einer solchen Situation ist es für ein neues – zweites – Unternehmen am Markt ausgesprochen schwierig, die Kosten für die Errichtung der zweiten Versorgungsstruktur zu erwirtschaften. Es gibt aber noch eine weitere – mindestens ebenso wichtige – Erklärung für die hohe Konzentration auf manchen digitalen Märkten. Das sind die insbesondere bei

manchen Plattformen bestehenden sogenannten Netzwerkeffekte: Oft steigt mit der Zahl der Nutzer eines Service seine Attraktivität für weitere Nutzer: Sind alle meine Freunde bei Facebook, scheint es für mich wenig sinnvoll, mich bei einem anderen Netzwerk anzumelden. Die Konzentration auf ein Netzwerk hat auch Vorteile für die Nutzer: Sie müssen ihre Bekannten nicht auf drei Plattformen zusammensuchen. Aber mit diesem Vorteil einer bequemerer Situation geht auch ein Nachteil einher: Wenn ich einem Anbieter kaum mehr ausweichen kann, kann ich auch den von ihm gestellten Geschäftsbedingungen - etwa seinem Verlangen nach weitreichender Nutzung meiner Daten - kaum mehr ausweichen.

MediaLABcom: Unternehmen dehnen sich in andere digitale Märkte aus und könnten so ihre bereits vorhandene Marktmacht weiter ausbauen. Welche Gefahren sehen Sie in dieser Entwicklung? Sollte dem - und wenn ja, wie - regulatorisch entgegen gewirkt werden?

Daniel Zimmer: Die Ausdehnung in weitere Geschäftsfelder ist ambivalent. Aus wettbewerblicher Sicht ist der Zukauf branchenfremder Unternehmen grundsätzlich weniger bedenklich als der Kauf von Konkurrenzfirmen, denn beim Erwerb eines Konkurrenten fällt ein unabhängiger Wettbewerber weg. Dagegen fördert es oft noch die Konkurrenz, wenn Unternehmen der digitalen Wirtschaft andere Geschäftsfelder erschließen: Microsoft versucht mit der Suchmaschine Bing, Google Konkurrenz zu machen. Google hat mit Google+ versucht, auf dem Markt für soziale Netzwerke Facebook Konkurrenz zu machen usw. Je näher die Aktivität eines zu erwerbenden Unternehmens am Geschäftsfeld des Erwerbers liegt, umso bedenklicher ist die Transaktion. Aus meiner Sicht hätte man beim Kauf des Messenger-Dienstes WhatsApp durch das soziale Netzwerk Facebook schon genauer hinsehen sollen – schließlich bieten beide Plattformen Messenger-Funktionen an.

MediaLABcom: Welche Eigenschaften sorgen hingegen dafür, dass auf einem digitalen Markt Wettbewerb herrscht?

Daniel Zimmer: Das hohe Tempo des technischen Fortschritts begünstigt das Aufkommen von Konkurrenz. Und die oben beschriebenen Netzwerkeffekte begünstigen zwar Konzentration bis nahe zum Monopol. Aber prinzipiell kommen solche Netzwerke auch denen zugute, die ein dominierendes Unternehmen herausfordern: Als Facebook in Deutschland die Plattform StudiVZ als eines der führenden Netzwerke abgelöst hat, profitierte Facebook vom Netzwerkeffekt, das heißt davon, dass eine Plattform mit steigender Nutzerzahl auch für weitere Nutzer immer attraktiver wird.

MediaLABcom: Wie müssten Wettbewerbshüter und Politik sicherstellen, dass diese Eigenschaften nicht untergraben werden?

Daniel Zimmer: Wichtig ist, dass dominierende Unternehmen ihre Stellung nicht durch missbräuchliche Verhaltensweisen absichern und sich damit vom Wettbewerb abschotten. Deshalb muss man ganz genau hinsehen, wenn ein Marktbeherrscher beispielsweise Exklusivverträge mit Kunden oder Lieferanten abschließt. Außerdem muss die Zusammenschlusskontrolle verhindern, dass dominierende Unternehmen Konkurrenten einfach vom Markt wegkaufen.

MediaLABcom: Inwiefern müsste das bestehende Wettbewerbsrecht angepasst werden, um den Besonderheiten und der Dynamik digitaler Märkte gerecht zu werden?

Daniel Zimmer: Die Monopolkommission hat den Vorschlag gemacht, Zusammenschlüsse künftig nicht nur dann kartellrechtlich zu prüfen, wenn die beteiligten Unternehmen schon in der Vergangenheit hohe Umsätze erzielt haben, sondern - alternativ hierzu - auch dann, wenn für eines der beteiligten Unternehmen - bei geringen Umsätzen - ein sehr hoher Preis gezahlt wird. Die Bundesregierung hat diesen Vorschlag aufgenommen und in ihrem Gesetzentwurf einen Schwellenwert für den Kaufpreis bei 400 Millionen Euro pro Jahr gesetzt. Das heißt: auch ein Fall wie die Übernahme von WhatsApp - einem vor der Übernahme umsatzschwachen Unternehmen - durch Facebook könnte künftig nach deutschem Recht geprüft werden, da der Kaufpreis mit rund 20 Milliarden US-Dollar weit oberhalb des neuen Schwellenwertes lag.

MediaLABcom: Das würde aber auch bedeuten, dass Aufkäufe von deutschen Startups geprüft würden. Das ist ja nicht selten eine typische Exit-Strategie für ein Startup.

Daniel Zimmer: Zur Beruhigung für deutsche Startup-Unternehmer sei zweierlei gesagt: Erstens ist der Schwellenwert mit einem Kaufpreis von 400 Millionen Euro bewusst hoch angesetzt worden, damit die Masse der deutschen Gründungen von der neuen Regelungen völlig unberührt bleibt. Und zweitens bedeutet die neue Regel lediglich, dass die Transaktion angemeldet werden muss, aber in keiner Weise, dass sie untersagt würde. Von allen beim Bundeskartellamt angemeldeten Zusammenschlüssen werden weit weniger als ein Prozent untersagt. Die neue Regelung, die bei Kaufpreisen ab 400 Millionen Euro eine zusätzliche Anmeldepflicht einführt, dürfte daher keinen nennenswerten negativen Effekt für den Standort Deutschland haben. Übrigens: In den USA sind Zusammenschlüsse schon bei viel niedrigeren Kaufpreisen prüfungspflichtig.

Machen wir's kurz. Die Alternative für Deutschland - AfD - ist keine. Dies ist die Erfahrung von MediaLABcom. Die AfD ist ein Scheinriese, denn sie ist Nutznießerin der asozialen Medien und deren Regeln. Große Worte und wenn's ernst wird, kneift sie. Nehmen wir die Medienpolitik der AfD als Exempel, um dies zu verdeutlichen. Natürlich ist auch bis zum Beweis des Gegenteils beabsichtigt, den Rückschluss nahezulegen, dass dieses Politikfeld lediglich als beispielhaft, wenn nicht sogar als Synonym für andere Politikfelder wie Europa-, Sozial-, Außen-, Verteidigungspolitik etc. steht.

Ankündigungspolitik

Zum 16. Juni 2016 lud die AfD-Fraktion im sächsischen Landtag die Mitglieder des Fachverbands für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) zum aktuellen Debattenabend, dem Breitbandforum der AfD. Mit Vertretern aus Politik und Wirtschaft sollte die Breitbandpolitik im mit 22 Prozent unter dem bundesdurchschnittlichen Versorgungsgrad liegenden Freistaat diskutiert werden. Als die Eingeladenen ihre Teilnahme an der öffentlichen Diskussion in Räumen des sächsischen Landtages zugesagt und vorab nach Kenntnis des Verfassers dieser Zeilen einen umfangreichen, von Sachkenntnis zeugenden, umfangreichen Fragenkatalog beantwortet hatten, wurde die Veranstaltung kurzfristig abgesagt. Stattdessen wurde eine Große Anfrage mit 50 Fragen an die Landesregierung angekündigt. Seither haben die Eingeladenen nichts mehr zum Thema Breitbandversorgung aus Sachsens AfD gehört. Große Worte, 50 Fragen und was dahinter?

Keine Antworten, kein Interesse?

MediaLABcom blieb neugierig. Wir wollten ein Interview mit der Fraktions- und Bundesvorsitzenden Frauke Petry. Immerhin war sie mit größerer Resonanz beim FRK-Breitbandkongress 2015 in Leipzig bei den dortigen Ausstellern empfangen worden als der ebenfalls anwesende und für die Breitbandversorgung Sachsens zuständige Landeswirtschaftsminister Martin Dulig. Die erste Anfrage ging am 10. September 2016 raus, Nachfassen am 19. September 2016. Absage einen Tag später, da "öffentlichkeitsfeste" Ergebnisse und Positionen erst Anfang 2017 feststünden.

Kehrtwende und Alternative?

Am 3. November 2016 dann die erste Kehrtwende: Das schriftliche Interview, dessen Fragen seit 12. September 2016 zur Beantwortung vorlagen, solle doch beantwortet werden. Am 9. November 2016 neuerlicher Versand der aktualisierten Fragen. Am 15. Dezember 2016 die Antwort, die Fragen seien doch sehr speziell und man müsse einen Medienexperten der Fraktion hinzuziehen. Deshalb wurde das Interview auf den 13. Januar 2017 verschoben und für diese MediaLABcom-Ausgabe eingeplant. Am 21. Dezember 2016 sagte das Pressebüro Petry dann das Interview ab. Begründung: Man möchte Studien und Gutachten abwarten, bevor man "so detailliert Auskunft geben" könne. Weitere Begründung: "Wir möchten in 2017 die öffentliche Diskussion mit neuen Vorschlägen zur Reform des ÖRR bereichern, daher möchten wir aktuell von diesem Interview absehen."

Absage für Dialoge

MediaLABcom betrachtet dies als "Absage für einen Dialog" mit der an Lösungen interessierten Öffentlichkeit. Stattdessen Angriff auf die Bastionen der unabhängigen, wenn auch nicht unbedingt sparsam wirtschaftenden öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Weil man glaubt, in Zeiten Trump'scher und nationaler autoritärer Medienverunglimpfung bzw. selektiv mit der Wahrheit umgehender asozialer Medien wie Facebook, Twitter etc. käme die Forderung nach Abschaffung der Haushaltsgebühr (GEZ-Gebühr) wie die nach Steuersenkung besser an. Konkrete, konstruktive Medienpolitik der AfD?

Wie wär's mit alternativer Medienpolitik?

Herr Dr. Gauland könnte, wollte man wirklich eine Alternative für Deutschland sein, in der Volksrepublik Brandenburg mit der Initiative glänzen und zeigen, wie die Mängel des Projektes "Glasfaser 2020" ([MediaLABcom berichtete](#)) und die dortige, mit viel Steuergeld geförderte Gigabitgesellschaft mit 0,03 Gbit/s von der Telekom überwunden werden sollen. Eine echte Alternative für Deutschland wäre auch die Auseinandersetzung mit "Social Media" und ihren asozialen gesellschaftlichen Folgen. Wie wäre es mit Vorschlägen, dass kein Datenschutz mehr für Urheber/Autoren in den "sozialen Medien" gewährt wird?

Fürchtet die AfD konkrete Vorschläge zum Datenschutz?

Wie wäre es, den Datenschutz beim HbbTV-Standard (Hybrid Broadcast Broadband TV) dem des Internets anzugleichen? Oder die anonymisierten und pseudonymisierten Daten der Mediatheken bzw. der HbbTV-Nutzer wie im Internet zu entanonymisieren, um Wettbewerbsgleichheit zu schaffen? Und damit die Vorteile der US-Internetkonzerne gegenüber deutschen und europäischen Unternehmen ausgleichen. Man könnte als AfD alternativ auch dafür eintreten, stattdessen den Datenschutz im Internet und TV/HbbTV für Verbraucher durch Anonymisieren/Pseudonymisieren des Endgerätes stärken.

Verunglimpfung statt Vorschläge zum Presserecht

Politik ist halt nun mal das Bohren dicker Bretter mit Augenmaß und Leidenschaft zugleich. Und es stimmt, wenn nicht immer wieder in der Politik nach dem Unmöglichen gegriffen würde, bliebe das Mögliche, häufig der Kompromiss, unerreichbar. Warum ruft man lieber "Lügenpresse", sieht den Splitter im Auge der anderen und den Balken im eigenen Auge übersieht man?

Dabei liegt es so nahe, das Presserecht umfassend auf "Social Media" anzuwenden. Diese zurzeit "asozialen Medien" würden zu wirklichen "sozialen Medien", wenn jeder Autor im Internet mit seinem Namen und nicht anonym seinen Beitrag zeichnet. Wenn der Anbieter dies nicht als Voraussetzung seiner Texte vor Veröffentlichung als "verantwortlich im Sinn des Presserechts" fordert, könnte eine Gesetzesvorschrift in Deutschland den Anbieter als Herausgeber dazu zwingen, die presserechtliche Verantwortung statt des Anonymus zu tragen. Dann wäre es auch folgerichtig, ihn bei Verstößen gegen diese Zeichnungspflicht wirtschaftlich mit hohem Bußgeld, aber auch strafrechtlich zur Verantwortung ziehen.

Stattdessen nur alternative Scheingefechte

Für MediaLABcom hat sich gezeigt, die AfD hat sich offensichtlich noch überhaupt keine tiefgreifenden Gedanken zu ihren medienpolitischen Positionen im Allgemeinen und im Speziellen zur Forderung gemacht hat, den Rundfunkbeitrag abzuschaffen und ihn durch einen Beitrag zu ersetzen, der nur von den Zuschauern entrichtet wird, die tatsächlich den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nutzen. Denn gleichzeitig sollen die Sender ja für hochwertige Berichterstattung, Bildung, Kunst und Kultur stehen.

Dieser von der AfD vorgeschlagene Zuschauerbeitrag führte - im Falle seiner Verwirklichung - jedoch zu nichts anderem als einer Versechtung der Programme. Denn diese wären dann tatsächlich gezwungen, nur noch, wie die privaten Wettbewerber, das zu senden, für das die Menschen bereit sind zu zahlen, um möglichst viel Geld einzunehmen. Also würde das gesendet, was die Mehrheit sehen will. Und das sind bekanntlich nicht gerade die Kultursendung, die Ergebnisse investigativer Recherchen, sondern Sport-, Koch- und Quizsendungen sowie der x-te Krimi.

Es wäre auch hilfreich zu erfahren, wie das Zuschauerbeitragsmodell der AfD technisch umgesetzt werden soll. Diejenigen, die nicht zahlen wollen, müssten ja irgendwie vom Empfang ausgeschlossen werden. Es müsste also Smartcards und Empfangsgeräte geben, die die Sender ausgeben. Außerdem müsste es Zugangsbeschränkungen (also Nutzernamen und Passwörter für die zahlenden Zuschauer) für die Mediatheken und die übrigen Webseiteninhalte der öffentlich-rechtlichen Sender (TV und Hörfunk!) geben. Damit wären wir unter anderem auch wieder beim Datenschutz und Rechtsgleichheit zwischen TV und Internet.

AfD-Steuervorschläge und Trump

Die unlogische Anbiederung an den Deutschland und Europa offenbar nicht so wohlgesonnenen neuen US-Präsidenten wird sicherlich auch dazu führen, dass sich Frau Petry, unterstützt durch Frau Le Pen, mittels der bekannt hohen weiblichen emanzipatorischen Wirkmöglichkeiten auf Herrn Trump, mit einem echten Alternativvorschlag durchsetzen. Danach könnte er in seiner Twitter-Demokratie dekretieren, dass die "asozialen Medien" US-amerikanischer Konzerne ihre Steuern dort zahlen, wo sie ihre Gewinne machen wie zum Beispiel in Deutschland oder Frankreich. Ist nur so ein alternativer Vorschlag, seinem "America First" ein zur nationalen Überzeugung der beiden Damen passendes Verhalten entgegen zu setzen. Wäre jedenfalls glaubwürdiger, als ihn in seiner Deal-Rhetorik und seinem Drohverhalten gegenüber allem Unamerikanischen zu unterstützen.

Fazit

Frage also beantwortet? Wer die asozialen Medien beherrscht, bestimmt die postfaktische Diskussion? Ja, aber negativ beantwortet. Denn ohne konkrete Konzepte, Alternativen, nur mit Hinhalten und Allgemeinplätzen für Dumme werden heiße Luft und große Worte ohne etwas dahinter am Ende durchschaut. Es dauert zwar häufig ein wenig länger. Dafür ist das Desinteresse an solcher Dünnbrettpolitik und Scheinalternative als Konsequenz aber absehbar. Es sei denn, die Erfahrung von MediaLABcom mit der AfD, sie nämlich beim Namen, also beim Wort zu nehmen, wäre doch nicht repräsentativ für alle Politikfelder der AfD. Dieser Gegenbeweis steht allerdings noch aus.

In Deutschland steht an Straßenrändern ein Schatz, der von außen betrachtet profaner kaum aussehen könnte, doch um den ein heißer Kampf entbrannt ist. So heiß, dass sogar zu unlauteren Mitteln gegriffen wird? Es geht um die rund 330.000 Kabelverzweiger (KVz), jene graue Kästen, die im Breitbandausbau eine zentrale Rolle spielen und die im sogenannten Windhundrennen unter den ausbauwilligen Netzbetreibern aufgeteilt werden.

Hierfür gibt es eine Vectoring-Liste, in der die Reservierungen für solche Verzweiger eingetragen werden, die mit Vectoring ausgebaut werden sollen, da pro KVz immer nur ein Netzbetreiber Vectoring einsetzen kann. Da die Bundesnetzagentur (BNetzA) mit der Verwaltung der Vectoring-Liste schlicht überfordert wäre, hat sie sich die Deutsche Telekom zur Seite geholt. Der ehemalige Monopolist weiß schließlich am besten über die einstmals in seinem Besitz befindlichen Verzweiger Bescheid. Ob das jedoch eine glückliche Entscheidung war?

"Keine Rosinenpickerei"

Windhundrennen, das klingt nach Geschwindigkeit, nach rasantem Ausbau. Wer zuerst kommt, mahlt zuerst. Jedoch gibt es auch kritische Stimmen, die von Blockade sprechen und der Meinung sind, die BNetzA habe den Bock zum Gärtner gemacht.

"Wir beteiligen uns praktisch an jeder öffentlichen Ausschreibung und betreiben hier keine Rosinenpickerei", schreibt die Deutsche Telekom im unternehmenseigenen [Blog](#). Das mag sogar stimmen, denn selbst da, wo die Telekom zunächst einen Ausbau ablehnt, schnappt sie plötzlich zu, wenn ein Konkurrent tätig werden will. Ob sie tatsächlich ausbauen will, steht jedoch auf einem ganz anderen Papier.

So geschehen in einer bayerischen Gemeinde, deren Fall MediaLABcom vorliegt. Die Telekom bestätigte der Gemeinde im Jahr 2014, dass bis Herbst 2017 kein Ausbau geplant sei, es sei denn, die Kommune beteilige sich mit einem Millionenbetrag. Also suchte die Gemeinde nach einer Alternative und fand sie in einem lokalen Netzanbieter, der den Ausbau mit Glasfaser bis an die Gebäude (FTTB) eigenwirtschaftlich vornehmen wollte.

Erst abwinken, dann zuschlagen

Dann das böse Erwachen: Fünf Wochen, nachdem die Telekom schriftlich bestätigte, keinen Eigenausbau zu planen, reservierte sie jedoch entsprechende KVz für sich selbst – ohne dabei den Wettbewerber oder wenigstens die Gemeinde darüber zu informieren. Die Folge: Ein Ausbau ist für die Kommune mit dem alternativen Anbieter nicht mehr zu realisieren. Kurios: Zuvor benötigte die Telekom ganze fünf Monate, um sich im gleichen Gebiet für den Ausbau von nur zwei Kabelverzweigern zu entscheiden.

Für den alternativen Netzbetreiber war das nicht das erste Ärgernis mit der Telekom. Zuvor wollte er von ihr Telefonmasten anmieten oder kaufen, um darüber Glasfaser zu verlegen. Die Telekom lehnte das Angebot mit der Begründung ab, die Statik der Masten sei dafür nicht ausgelegt. Als es dann jedoch drei Jahre später Fördermittel für diese Art des Netzausbaus gab, verlegte die Telekom ihre eigene Glasfaser über jene Masten, die seltsamerweise nicht unter der ungeheuren Faser-Last zusammenbrachen.

Buchstabe falsch – Antrag abgelehnt

Ein anderer Fall, der ebenfalls MediaLABcom vorliegt: Die Vectoring-Stelle der Telekom lehnt einen Antrag auf KVz-Reservierung ab, weil in der Betreffzeile der E-Mail der Unternehmensname mit Umlaut statt in der internationalen Schreibweise stand. In den an die E-Mail angehängten Unterlagen wurde der Name stets ohne Umlaut geschrieben. Dennoch: Das Unternehmen musste den Antrag noch einmal einreichen.

Doch zu spät: Als der formal korrekte Antrag wenige Tage später vorlag, hatte bereits die Telekom die entsprechenden KVz reserviert – und zwar mit einem Antrag, der am gleichen Tag eingereicht wurde wie der mit dem "falschen" Unternehmensnamen. In einem solchen Fall entscheidet der im Antrag angegebene Realisierungstermin des Ausbauvorhabens. Wer es in der kürzeren Zeit schafft, erhält den Zuschlag. In der Regel nutzen die Unternehmen die maximale Länge von 365 Tagen voll aus. Die Telekom erhielt den Zuschlag, weil sie angab, den Ausbau innerhalb von 364 Tagen realisieren zu können.

Viele Fragen offen

Nun könnte man an einen Zufall denken, gepaart mit einem taktisch cleveren Zug der Telekom, den Realisierungszeitraum stets mit einen Tag weniger als die Maximallänge anzugeben. Die E-Mail mit dem Umlaut in der Betreffzeile könnte automatisiert von einem EDV-System abgelehnt worden sein. Jedoch erhielt das Unternehmen mit der Ablehnung gleichfalls die für den Antrag korrekte Schreibweise seines Namens. Sollte eine Erkennungssoftware also eine derartige Korrektur vornehmen können, warum korrigiert sie dann nicht den Antrag anstatt ihn abzulehnen?

Aber vor allem: Warum wird der Antrag wegen eines formellen Fehlers abgelehnt, wenn die entsprechenden KVz doch bereits von der Telekom reserviert waren? Viele Fragen, die den Antragssteller dazu veranlassten, die BNetzA einzuschalten und mittels eines Nachweisverfahrens zu klären, ob hier alles mit rechten Dingen vorgegangen ist. Da der Antragssteller den Verdacht hegt, dass die Vectoring-Stelle Informationen an die Deutsche Telekom weitergibt, bat er die BNetzA auch um Klärung, ob die KVz-Reservierung der Bonner Teil eines Erschließungsplans ist. Warum sonst sollte die Telekom die Verzweiger reservieren? Allerdings gab die BNetzA in diesem Verfahren keine gute Figur ab.

Alles andere als "bella figura"

Zunächst passierte nämlich nichts. Kontaktaufnahmen seitens des Unternehmens per Telefon oder E-Mail blieben erfolglos. Die BNetzA verschickte nicht einmal eine Eingangsbestätigung noch einen Zwischenbericht zum Stand des Verfahrens. Erst vier Monate nach der Beantragung des Verfahrens kam ein Telefonkontakt zustande, der jedoch auch im Sande verlief. Das Unternehmen war kurz davor, eine Untätigkeitsklage gegen die Netzagentur anzustrengen, als es zehn Monate nach der Antragsstellung mit einem Mitglied des BNetzA-Beirats in Kontakt trat. Und siehe da: Zwei Wochen später lag die Entscheidung der Agentur vor: Die KVz-Reservierung der Telekom war rechtens, Anzeichen für eine unrechtmäßige Weiterleitung von Informationen an die Telekom liegen nicht vor, zumal der Antrag der Bonner einige Stunden eher eingegangen war als der des Wettbewerbers.

Die letzte Hoffnung des Unternehmens ruhte auf der Frage nach einem Erschließungsplan der Telekom, in dessen Rahmen sie die strittigen Verzweiger für sich beanspruchen würde. Würde es keinen solchen Plan geben, läge es auf der Hand, dass die Telekom die KVz nur aus Blockadezwecken reserviert hätte, so dachte das Unternehmen. Doch die BNetzA drehte den Spieß einfach um: Es müssten schon Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass die Reservierung der Telekom nicht von ernsthaften Ausbauabsichten untermauert sei, um die Frage nach dem Vorhandensein eines Erschließungsplans zu stellen. Die Frage stelle sich aber auch deshalb nicht, weil die Telekom zum Zeitpunkt, als sie ihren Antrag einreichte, nicht wissen konnte, dass wenige Stunden später ein weiterer Antrag eintrifft, der die gleichen KVz zum Gegenstand hatte. Es sei denn, das Eingangsdatum wurde manipuliert. Beweise dafür gibt es jedoch nicht.

Zu viele Verfahren für die BNetzA

Nach einer Wartezeit von knapp elf Monaten ist das aus Sicht des Unternehmens natürlich ein ernüchterndes Ergebnis. Immerhin erfuhr es noch, warum sich das Verfahren so lange hinzog: Die BNetzA hat alle Hände voll mit der Vectoring-Liste zu tun. So prüft die Vectoring-Stelle der Telekom lediglich die Anträge unter formellen Gesichtspunkten. "Die Prüfung der materiellen Richtigkeit ist hingegen grundsätzlich der Bundesnetzagentur vorbehalten", antwortet die Behörde auf Nachfrage von MediaLABcom.

Inzwischen liegen der BNetzA deutlich über 2.000 Verfahren vor, die auf die inhaltliche Richtigkeit der Vectoring-Liste abzielen. "Dabei ist allerdings ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass nur in einer recht geringen Zahl der Fälle ein Fehlverhalten der listenführenden Stelle in Rede steht", schreibt die Agentur. In den meisten Fällen gehe es darum, dass das ausbauende Unternehmen den Realisierungstermin nicht einhalten könne, so die BNetzA.

Auch die Zahl der Nachweisverfahren sei gering und nur wenige Anträge würden von der Vectoring-Stelle der Telekom abgelehnt, teilt die Agentur weiterhin mit. "Von den abgelehnten KVz wird sodann abermals nur ein geringer Teil zur Überprüfung mittels Nachweisverfahren gestellt." Dennoch wirkt sich die Überforderung der BNetzA auf die Unternehmen aus, die ein solches Verfahren beantragen und monatelang auf eine Antwort warten müssen. Ihre Ausbaupläne verzögern sich dementsprechend.

Noch jede Menge Arbeit

Inzwischen hat die Bundesnetzagentur aber reagiert und weiteres Personal eingestellt, um die Verfahren schneller bearbeiten zu können. Wahrscheinlich kommt nämlich noch einiges auf die Behörde zu, da erst rund ein Drittel der 330.000 Kabelverzweiger in der Vectoring-Liste eingetragen sind. Wie viele davon die Telekom reserviert hat, wollte die BNetzA nicht mitteilen. Anfänglich sprachen die Bonner davon, innerhalb eines Jahres 38.000 KVz reservieren zu wollen. Das war 2014. Und wer weiß, vielleicht muss sich die Netzagentur auch noch auf weitere Beschwerden zur Vectoring-Stelle der Telekom einstellen.

Dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sparen und zu diesem Zweck nach Kooperationen suchen sollen, ist nicht neu. Auch nicht, dass ihnen der Gesetzgeber dafür im Rahmen der Novelle zum Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) den roten Teppich ausrollt, indem er den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Kapitel 5 (Sonderregeln für bestimmte Wirtschaftsbereiche) mit aufnimmt. Es geht vielmehr um die geplante Ergänzung zum § 18 GWB, die den Kabelnetzbetreibern nicht schmecken dürfte, nachdem sie sich durch den Urteilsspruch des Bundesgerichtshofs (BGH) in Sachen Einspeisegebühren auf der Siegerstraße wähnten. Die GWB-Novelle könnte das nämlich ändern.

Marktbeherrschende Stellung

Für Aufregung sorgt ein kurzer, aber recht verklausuliert klingender Satz, der nach dem Willen des Bundesrats in § 18 GWB eingefügt werden soll: "Gesetzliche Angebots- oder Nachfragepflichten mit dem Ziel der Gewährleistung publizistischer Vielfalt begründen keine marktbeherrschende Stellung." Heißt im Klartext: Aus einem öffentlich-rechtlichen Auftrag zur Rundfunkverbreitung geht keine marktbeherrschende Stellung hervor.

Der Bundesrat will mit dem Satz eine vermeintliche Zwickmühle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auflösen: Durch die vom Gesetzgeber vorgegebene Must-Carry-Verpflichtung entsteht durchaus eine marktbeherrschende Stellung für ARD und ZDF. Da die Kabelnetzbetreiber die öffentlich-rechtlichen Programme einspeisen müssen, gibt es keinen Wettbewerb, der die Einspeisebedingungen, wie etwa in Form von Entgelten, regelt.

"Systembruch im GWB"

Das sagt auch der BGH und verwies Mitte 2015 die Klagen von Kabel Deutschland gegen den Bayerischen Rundfunk und den Südwestrundfunk zurück an die jeweiligen Oberlandesgerichte, die erneut urteilen müssen. "Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten können keinen Einfluss auf den nach Auffassung des Bundesgerichtshofs vom Gesetzgeber erzeugten Sachverhalt nehmen, sind aber den kartellrechtlichen Konsequenzen ausgesetzt", erklärt der Bundesrat und will daher im Rahmen der GWB-Novelle für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine Ausnahme vom Kartellrecht einführen.

Diese Ausnahme jedoch mit dem Ziel der Vielfaltssicherung zu begründen, halten Rechtsexperten für problematisch. Das GWB ist ein Bundesgesetz und der Bundesgesetzgeber ist für die Vielfaltssicherung in den Medien nicht zuständig. Medien sind Ländersache. Umso kurioser daher der Umstand, dass der Änderungsvorschlag aus den Reihen des Bundesrats stammt. Die Länder treten schließlich nur ungern Kompetenzen an den Bund ab.

"Die gewünschte Regelung wäre nichts Geringeres als ein kapitaler Systembruch im GWB", erklärt Jens Schulze zur Wiesche, Rechtsanwalt bei der Kanzlei Juconomy. Aus seiner Sicht ist die Verweigerung von ARD und ZDF, Einspeiseentgelte an die Kabelnetzbetreiber zu zahlen, der Ausdruck eines Marktmachtmissbrauchs, der sich aber durch die Ergänzung in § 18 GWB in Luft auflösen würde. Keine marktbeherrschende Stellung - kein Geld für die Kabelnetzbetreiber. Die Richter an den Oberlandesgerichten könnten die Unterlagen zu den Einspeiseentgelten ad acta legen.

Auswirkungen schwer abzuschätzen

Ganz abgesehen davon sind ARD und ZDF nicht die einzigen, die sich dem Ziel einer publizistischen Vielfalt verschrieben haben. Man könnte sogar Kabelnetzbetreiber zu solchen Unternehmen zählen, die den "gesetzlichen Angebots- oder Nachfragepflichten mit dem Ziel der Gewährleistung publizistischer Vielfalt" nachkommen, denn sie sind schließlich an die Must-Carry-Regelungen gebunden. Könnten sie also auch von der Ausnahme im GWB profitieren?

Der Bundestag muss nun über diesen schwammigen Satz entscheiden, der nicht nur ein Kompetenzgerangel zwischen Bund und Ländern nach sich ziehen könnte, sondern auch in seinen gesamten Auswirkungen nur schwer abzuschätzen ist – mit Ausnahme der negativen Folgen für die Kabelnetzbetreiber. Rechtsanwalt Schulze zur Wiesche spricht von einem Skandal, einer "gefährlichen Regelung". Noch ist Zeit, sie abzuwenden, denn nach dem Bundestag kehrt der Entwurf in den Rat zurück. Sollten die Länder den vom Bundestag überarbeiteten Entwurf ablehnen, wird der Vermittlungsausschuss angerufen.

Hochgeschwindigkeitsnetze" – Wie wohl klingen die Begriffe, die aus Brüssel und Berlin auf Deutschland niederprasseln, um unseren schlimmsten Komplex zu heilen: unsere Netzinfrastruktur ist nicht fit für die Zukunft!

Der gute Wille

Postfaktisch sei die Politik, hören wir allenthalben. Also nicht an belegbaren Fakten orientiert, sondern verwässernd, ablenkend, verlogen, um mit angenehmen Erklärungsmodellen die Wählerklientel bei Laune zu halten. Postfaktisch ist jetzt auch das Gesetz, das uns Berlin in Umsetzung der Europäischen Richtlinie 2014/61/EU "über Maßnahmen zur Reduzierung der Kosten des Ausbaus von Hochgeschwindigkeitsnetzen für die elektronische Kommunikation" mit Wirkung ab 10. November 2016 vorgelegt hat. Bundestag und Bundesrat haben sich bei den DigiNetzG (BGBl. 2016 Teil I, Nr. 52 vom 9. November 2016) nicht weniger vorgenommen, als die deutschen Gebäude auf privatem Grund den hochgeschwindigkeitsfähigen Netzen zu öffnen und zwar ohne Wenn und Aber.

Das Narrativ dabei, also das, was man sich so erzählt, lautet: Die guten Netzbetreiber wollen vom öffentlichen Grund aus Datendienste mit Geschwindigkeit von mindestens 50 Mbit/s gewerblichen und privaten Mietern ins private Haus legen, aber die bösen Gebäudeeigentümer, namentlich die Wohnungswirtschaft, blockiert. Ihre hergebrachte Inhouse-Verkabelung muss aufgerüstet werden, aber sie spielen nicht mit, sie investieren nicht oder - noch schlimmer - halten auch noch die Hand auf, wenn der Netzbetreiber den Abschluss seines Netzes in den Räumen des Mieters herbeiführen will.

Die Geschichte

Die Thematik ist nicht neu, sie stand schon bei der TKG-Novelle 2012 an. Damals wurde § 77a TKG eingeführt, wonach immer dann, wenn sich die Parteien nach Zivilrecht über den Zugang zu "Verkabelungen oder Kabelkanälen in Gebäuden" nicht einig wurden, die Bundesnetzagentur (BNetzA) die gemeinsame Nutzung zu Gunsten des Betreibers eines öffentlichen TK-Netzes gegenüber dem Eigentümer anordnen konnte. Dies betraf den klassischen Fall, dass die Deutsche Telekom AG (DTAG) die vor Jahrzehnten eingebauten Telefondrähte nunmehr nutzt, um der Mieterschaft Triple Play anzubieten. Aufrüstung war schon 2012 angesagt.

Schon damals hatte die deutsche Wohnungswirtschaft, vertreten durch ihre Verbände, dazu "ja" gesagt, aber wollte ein Nutzungsentgelt im Gesetz wiederfinden. Nicht als Wegzoll, sondern weil ihr Gebäudeeigentum und das meist in ihrem Eigentum stehende Inhouse-Netz kommerziell durch einen Dritten genutzt werden sollte. Dahinter stand vor allem der Gedanke, dass eigene Investitionen der Wohnungswirtschaft in die Netzinfrastruktur zu refinanzieren war und schließlich - nicht ohne Berechtigung - genau dieses kooperative Entgeltmodell auch mit den BK-Netzbetreibern zur Zufriedenheit aller Beteiligten installiert worden war.

Sollte jetzt die DTAG "for free" mit ihrem TK-Netz an den BK-Konkurrenten lachend vorbeiziehen und die Mieterkundschaft abwerben können? Sollten Aufrüstung im Altbau und kostspielige Neuverlegung von Inhouse-Netzen im Neubau zulasten der Gebäudeeigentümer abzuschreiben sein, denn diese Kosten können bekanntlich nicht ohne Weiteres dem Mieter auferlegt werden?

Störfaktor Eigentumsgarantie im Grundgesetz

Der Gesetzgeber von 2012 fand ein Einsehen, zumal ein Gutachten im Auftrag des Bundesverbands deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen (GdW) anderenfalls eine Verletzung der Eigentumsgarantie gem. Art. 14 Grundgesetz (GG) beklagte. Zur Vermeidung des Verfassungsverstößes und zur Förderung des Miteinanders von Wohnungswirtschaft und TK-Branche wurde § 77a Abs. 2 TKG eingeführt, wonach die Mitnutzungsanordnung durch die BNetzA ein "angemessenes Entgelt" vorsehen musste.

Eine Mitnutzungsanordnung durch die BNetzA mit Entgeltfestsetzung hat es indessen zwischen 2012 und heute nie gegeben, mutmaßlich deshalb nicht, weil sich die Parteien entweder vernünftig einigten oder weil die DTAG diese Norm schlichtweg ablehnte und es auf Teufel komm raus vermied, sich einen Musterspruch der BNetzA einzuhandeln. Dann wurde lieber auf Netzaufrüstung verzichtet.

Politiker ohne verfassungsrechtliche Bedenken

Mit der Umsetzung der Kostensenkungsrichtlinie kam für die DTAG nun eine neue Chance, dieses Entgelt durch Lobbying wieder auszuschalten. Abermals standen sich die Wohnungswirtschaft und die DTAG in der parlamentarischen Anhörung gegenüber, aber die Abgeordneten des Jahres 2016 scheuen keine verfassungsrechtlichen Bedenken mehr ("Dann geht doch nach Karlsruhe!") und machen auch keinen Hehl mehr aus ihrer asynchronen Förderung des in staatlichem Teileigentum stehenden Bonner TK-Konzerns ("Ein starker deutscher TK-Bieter ist besser als keiner!").

DigiNetzG: Super-GAU für Investoren

Was dabei herauskam ist allerdings ein gesetzgeberischer Super-GAU, der keinem hilft, sondern von dem im Gegenteil zu befürchten ist, dass er die Investitionen in die Gebäudeinfrastrukturen abtötet, und zwar sowohl seitens der Netzbetreiber als auch seitens der Wohnungswirtschaft. Das TKG hat sich selbst schachmatt gesetzt.

Um das zu erkennen, versetzen wir uns zunächst in die Netzbetreiberposition: Der DTAG schmerzt, dass ihr Wunschmodell nicht durchgesetzt werden konnte. Sie hatte nämlich vorgeschlagen, im TKG festzulegen, dass das Eigentum an der Inhouse-Verkabelung immer dem Netzbetreiber gebühre – also sachen- bzw. schuldrechtlich den Gebäudeeigentümer entschädigungslos zu enteignen. Dann hätte man naturgemäß kein Nutzungsentgelt zahlen müssen. Eigentumswechsel qua Gesetz - das haben sich die ansonsten unisono arbeitenden Bundestagsfraktionen aus Regierung und Opposition dann doch nicht zugetraut.

Art. 14 GG und die Eigentumsordnung des BGB ausschalten – das ging ein bisschen zu weit. Die Schlüsselnorm ist nun § 77n Abs. 6 TKG, wonach die BNetzA die Mitnutzung der Netzinfrastruktur des Gebäudes dann entgeltfrei anordnet, wenn der TK-Netzbetreiber nach dem 10. November 2016 erstmals mit eigenen Investitionen eine solche Struktur hergestellt hat. Verlegt also die DTAG oder einer ihrer Wettbewerber auf eigene Kosten ein hochgeschwindigkeitsfähiges Inhouse-Netz in das Gebäude, so erfolgt die Netznutzung entgeltfrei. Auch das hatte sich die DTAG anders vorgestellt, jetzt soll sie selbst in die Tasche greifen. Entgeltfreiheit ist also nur zu schaffen, wenn die DTAG im Haus künftig kostenintensiv installiert, womit nicht ernsthaft zu rechnen ist.

Entschädigungslose Enteignung

Aber § 77n Abs. 6 TKG lässt des Netzbetreibers Herz an anderer Stelle höher springen: Der Zugang zu einem Bestandsnetz, das schon hochgeschwindigkeitsfähig ist, löst ein Entgelt nur in Höhe der zusätzlichen Kosten aus, die sich für den Gebäudeeigentümer durch die Ermöglichung der Mitnutzung der Netzinfrastruktur des Gebäudes ergibt. Das ist nahe der Entgeltfreiheit, denn was sollen das für Kosten sein? Das Aufschließen des Kellers durch den Hausmeister bei der Montage?

Die Norm wird verfassungsrechtlich nicht zu halten sein, denn sie führt zur Abschreibung kostenintensiver Aufrüstungen der Vergangenheit auf null in der Nacht vom 9. auf den 10. November 2016, als das Gesetz in Kraft trat. Sie ist faktisch eine entschädigungslose Enteignung.

Lichtblick: Entgelt zwischen öffentlichen Netzbetreibern

Sie diskriminiert den bloßen Hauseigentümer auch gegenüber anderen Eigentümern oder Betreibern "eines öffentlichen Versorgungsnetzes". Wenn nämlich die Mitnutzung eines solchen Netzes beantragt wird, dann gibt es nach § 77n Abs. 1 bis 3 TKG bei der Entgeltfestsetzung durch die BNetzA Kostenersatz, einen "angemessenen Aufschlag als Anreiz", es gilt das Kostendeckungsprinzip und eine angemessene Verzinsung sowie die "Folgen der beantragten Mitnutzung auf den Geschäftsplan einschließlich der Investitionen" sind zu berücksichtigen.

Dieses Entgelt enthält also das gesamte betriebswirtschaftliche Berechnungsarsenal und dürfte zu genau den Ergebnissen führen, die im alten TKG schlicht aber verständlich "angemessenes Entgelt" hießen. Aber das alles bekommt eben nur derjenige, der ein öffentliches Versorgungsnetz betreibt oder dessen Eigentümer ist. Ein kleiner Lichtblick zumindest.

Fast nur Verlierer

Was folgt daraus? So wenig wie die Netzbetreiber Investitionen für komplett neue Inhouse-Netze tätigen werden, so wenig kann sich ein großes Wohnungswirtschaftsunternehmen noch erlauben, hochgeschwindigkeitsfähige Inhouse-Infrastrukturen zu bauen. Ohne jede Chance der Reinvestition macht dies keinen Sinn. Der Bundesgesetzgeber hat mit § 77n Abs. 6 TKG der Aufrüstung durch den Hauseigentümer selbst den Todesstoß versetzt. Aus seiner Perspektive heißt es: Finger weg von der Aufrüstung.

Was bleibt, ist ein interessanter und dem alten Recht entsprechender Ausgleich zwischen einem öffentlichen Netzbetreiber einerseits und dem zugangswilligen Netzbetreiber andererseits, wie soeben oben dargestellt. Um in den Genuss des durchaus vernünftigen § 77n Abs. 1 bis 3 TKG zu kommen, wird die Wohnungswirtschaft also ihren Inhouse-Netzbestand in eine Betreibergesellschaft eines öffentlichen Versorgungsnetzes einbringen müssen. Ohne dass die Inhouse-Verkabelung Bestandteil eines solchen Netzes ist, dürfte ihr Wert verloren sein.

Nach der Bundestagswahl alles auf Anfang

Dumm gelaufen, das neue Gesetz, es hat nur Verlierer, denn ohne Investitionen - von wem auch immer - erreicht das Highspeed Internet auch den Mieter/Konsumenten nicht. In der nächsten

Legislaturperiode geht es deshalb voraussichtlich von vorne los - die Geschichte von den Bösen und Guten und einem neuen Gesetz mit tollen Begriffen, so wie "transparent", "fair", "diskriminierungsfrei", vielleicht auch mal "innovativ". Schade, dass das Thema so komplex ist, es wäre fast etwas für die Talkshows.

Michael Schmittmann ist Rechtsanwalt und Partner bei Heuking Kühn Lüer Wojtek in Düsseldorf. Der 58-Jährige ist in den Bereichen Medienrecht einschließlich Sport und Entertainment, Telekommunikation, IT-Vertragsrecht und IT-Litigation einschließlich der Betreuung komplexer Cybercrime-Verfahren, europäisches und deutsches Kartellrecht sowie Glücksspielrecht tätig. Schmittmann hat an den Universitäten Köln und Genf, dem British Institute of International and Comparative Law in London sowie dem International Law Institute der Georgetown University in Washington D.C. studiert. 1989 begann seine anwaltliche Tätigkeit bei Heuking mit Schwerpunkt im Telekommunikations-, Medien-, IT- und Kartellrecht.

Weniger Sender, mehr Abrufdienste: Fernseher bleibt Hauptbildschirm

Dr. Jörn Krieger

Das TV-Gerät bleibt trotz der steigenden Beliebtheit von Smartphones und Tablets die erste Wahl der Zuschauer beim Fernsehen, aber die Nutzungsgewohnheiten ändern sich. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative [Umfrage](#), die das Marktforschungsinstitut GfK unter 2.004 Personen ab 14 Jahren für den Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI) durchgeführt hat. Der Fernseher ist demnach mit 94 Prozent das meistgenutzte Endgerät für klassisches Fernsehen und Abrufangebote, gefolgt von PC/Laptop (78 Prozent) und Smartphone/Tablet (65 Prozent). 85 Prozent der TV-Geräte sind HD-tauglich, 2012 lag der Anteil erst bei 48 Prozent.

Die Hälfte (50 Prozent) der Fernseher sind Smart-TV-Modelle, vor fünf Jahren waren es erst 21 Prozent. 39 Prozent der TV-Zuschauer nutzt Internetinhalte auf dem Fernseher. Der Großteil (78 Prozent) verwendet dafür die Smart-TV-Funktion des Fernsehers, 23 Prozent schließen den Fernseher über einen Satelliten- oder Kabelreceiver ans Internet an, 21 Prozent über einen DVD-, Blu-ray-Player oder Festplattenrekorder, 19 Prozent über eine Spielkonsole und 15 Prozent über einen Stick oder Dongle. Fast die Hälfte der Befragten (48 Prozent) legt beim Kauf eines Fernsehers Wert darauf, dass das Gerät internettauglich ist. 2012 lag der Anteil lediglich bei einem Viertel (24 Prozent).

30 Prozent sind bereit, für kostenpflichtige Internetangebote wie die Video-on-Demand-Dienste (VoD) Netflix oder maxdome zu zahlen, 53 Prozent lehnen dies ab und 16 Prozent sind unentschlossen. Bei den 14- bis 35-Jährigen ist die Zahlungsbereitschaft mit 38 Prozent besonders hoch. Die Hälfte der Zuschauer (50 Prozent) nutzt auf ihrem Fernseher die Mediatheken der TV-Sender. 39 Prozent nutzen VoD-Dienste, bei den 14- bis 35-Jährigen sind es sogar 54 Prozent.

Interessant: Die steigende Nutzung von Abrufangeboten geht auf Kosten des klassischen Fernsehens, von dem die Zuschauer im Schnitt weniger Sender regelmäßig schauen als vor fünf Jahren. Neben dem klassischen Fernsehen (78 Prozent) ist es für die Zuschauer wichtig, dass sie mit ihrem TV-Gerät Mediatheken (55 Prozent) nutzen können, gefolgt von eigenen Inhalten wie Videos oder Fotos (53 Prozent), Videoportalen wie YouTube oder Clipfish (49 Prozent) und VoD-Diensten (45 Prozent).

Neues vom FRK

FRK schließt mit VG Media langfristigen Lizenzvertrag über Nutzung von privaten TV- und Hörfunkprogrammen

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) hat einen umfassenden und langfristigen Gesamtvertrag über die Nutzung der Urheber- und Leistungsschutzrechte im Rahmen der Kabelweitersendung der von der VG Media vertretenen privaten Sendeunternehmen geschlossen.

"Nach mehrjähriger guter Zusammenarbeit konnte die VG Media erneut einen langfristigen Gesamtvertrag mit dem FRK verhandeln", begrüßt Hubertus von Samson, Leiter Lizenzen und Vertrieb der VG Media, den Vertragsschluss. "Die Mitglieder des FRK genießen somit bei der Nutzung der privaten Programmsignale auch künftig neben den Gesamtvertragskonditionen langjährige Rechtssicherheit."

Die VG Media hält mehr als 1.500 Lizenzverträge über die Kabelweitersendung mit allen großen Kabelgesellschaften wie Unitymedia, der Deutschen Telekom AG, Vodafone sowie mittelgroßen und kleineren Kabelnetzbetreibern.

Neues vom BLTV

BLTV begrüßt CDU-Vorschlag zur Finanzierung der lokalen TV-Sender als Beitrag zur Sicherung der kommunalen Medienvielfalt

Mit einer Stellungnahme für das Fachgespräch "Lokale Fernsehsender in Brandenburg" des Landtags

Brandenburg hat sich der Vorsitzende des Journalistenverbandes Berlin-Brandenburg (JVBB), Christian Walther, gegen eine Verwendung zusätzlicher Mittel aus den Rundfunkbeiträgen für private Lokalfernsehstationen in Brandenburg ausgesprochen. Dazu erklärt Sebastian Labonte, Vorstandsmitglied im Bundesverband Lokal-TV (BLTV): "Der DJV hat offensichtlich falsche Vorstellungen von der Arbeit der Lokal-TV-Sender. Deshalb widersprechen wir der Darstellung des JVBB bzgl. der Arbeit und Funktion des Lokalfernsehens in beiden Bundesländern, wie sie in einer fünfseitigen Stellungnahme des JVBB im Zusammenhang mit der Frage nach einer Beteiligung des Lokalfernsehens am Rundfunkbeitrag und damit auch mit der Zukunft der 24 Berliner und Brandenburger Lokalsender geschildert wird."

Anders als vom JVBB dargestellt, gehe es beim aktuellen Antrag der Brandenburger CDU nicht um eine einseitige Förderung von Lokalfernsehen, der eine Förderung aller anderen Medien folgen könne, so Labonte, sondern um eine Herstellung von Chancengleichheit der Mediengattungen und der Reduzierung von Wettbewerbsnachteilen, verursacht unter anderem durch enorme Lasten der Digitalisierung.

Hierzu hat der BLTV bereits frühzeitig den Vorschlag unterbreitet, dass die Landesmedienanstalten 50 Prozent der durch die Umstellung der GEZ auf die Haushaltsgebühr erwarteten Mehreinnahmen zur Förderung der Lokal-TV-Sender erhalten sollten. Die Medienanstalten sollten dann gemeinsam mit den Landesparlamenten den Verteilschlüssel nach Ländergrundbetrag und Bevölkerungszahl erarbeiten. "Offensichtlich haben Herr Dr. Walther und der JVBB diese vielfältig veröffentlichten Vorschläge bisher nicht zur Kenntnis genommen", erklärt Labonte.

Für besonders bedauernswert bezeichnet er es, dass der JVBB in einer "Sichtung der Programme und Programmveranstalter" zu einer regelrechten Verurteilung der Produktion und der Programminhalte der Sender gelange. Dabei würden ausschließlich einzelne Negativbeispiele herausgegriffen, die mit der alltäglichen Arbeit der Redakteure und Journalisten wenig gemeinsam hätten. Positive Beispiele, wie sie jährlich in landes- und bundesweiten Wettbewerben für journalistisch hohe Qualität ausgezeichnet würden, fänden laut Labonte in der Darstellung des JVBB dagegen keine Beachtung. Letztlich spreche der Journalistenverband sogar einzelnen Fernsehsendern aufgrund von Namensbestandteilen wie "Medienservice", "Vermarktung" und "Werbezentrums" eine journalistische Arbeitsweise ab und stelle den "Wunsch nach qualitativ hochwertiger journalistischer Arbeit" grundsätzlich in Frage.

Diese einseitige Darstellung der Arbeit hunderter angestellter Redakteure und freier Journalisten - jener Berufsgruppe, die JVBB und DJV zu vertreten beanspruchen, würden lediglich als Weiterleiter von Pressemitteilungen und willige Gehilfen von Stadtverwaltungen dargestellt. Denn lokale und regionale TV-Veranstalter erfüllten schließlich in ihren mitunter kleinteiligen und medienarmen Sendegebieten tagtäglich einen öffentlich-rechtlichen Informationsauftrag, ohne dabei bisher durch öffentliche Gebührenmittel honoriert oder in anderer geeigneter Form unterstützt zu werden.

Der BLTV unterstreicht daher ausdrücklich seine zentrale Forderung, die im Antrag der CDU aufgenommen wurde, die lokalen und regionalen Fernsehveranstalter in Brandenburg, Berlin und in Deutschland an den Mehreinnahmen der Haushaltsgebühr zu beteiligen. Qualitäts- und gehaltvolle Berichterstattung ist auch auf Stadt- und Landkreisebene, weder heute noch in Zukunft zum Nulltarif zu haben. "Die lokalen Fernsehsender wollen keine Subventionen, sondern Wettbewerb zum Nutzen der Gebührenzahler. Eine vom JVBB als Alternative aufgezeigte 'Vielfaltsgebühr', getragen von großen kommerziellen Sendeanstalten, hat sich dabei als weder tragfähig noch durchsetzbar erwiesen", erklärt Labonte.

Durch ihre einzigartige, thematische Nähe zum Sendegebiet könnten die lokalen und regionalen TV-Sender mit einer Teilhabe an der neuen Rundfunkgebühr zudem dazu beitragen, die derzeit geringe Akzeptanz des neuen Rundfunkbeitrages in der Bevölkerung zu erhöhen. Die Beteiligung soll den kleinen und unabhängigen Anbietern den Zugang zu Kabel, Terrestrik, Satellit und IPTV ermöglichen und unabhängige Berichterstattung auf regionaler und lokaler Ebene sicherstellen.

Diese Teilhabe der Lokalsender an den Einnahmen des Rundfunkbeitrags sei für das Überleben der lokalen und regionalen TV-Sender in Deutschland mittelfristig unabdingbar. Der Bundesverband Lokal TV verweist dabei auf die erfolgreiche Umsetzung dieses Modells in Ländern wie der Schweiz oder Großbritannien, wo die Beteiligung der privaten Lokalsender an der öffentlich-rechtlichen TV-Gebühr nachhaltig zu einer stabilen Senderlandschaft und damit zur Vielfalt des Mediensystems beigetragen hat.

Auch in Bayern werden die Sender bereits durch ein Sondermodell gefördert. "Neben der Aufklärung über die Arbeit unserer Sender sind wir gerne bereit, mit dem JVBB auch in eine Grundsatzdiskussion einzutreten, inwieweit auch er dazu beitragen kann, über die intensivere Berichterstattung seiner Mitglieder über lokale und regionale Themen ähnlich wie die Lokalsender zur Legitimation unserer repräsentativen parlamentarischen Demokratie auch auf kommunaler Ebene zu stärken," bietet Labonte abschließend an.

Wie sicher sind unsere Netze?

Breitbandnetze stehen immer wieder im Mittelpunkt von Cyber-Attacken. Der jüngste Angriff auf die Router der Deutschen Telekom hat gezeigt, wie empfindlich die Infrastruktur getroffen werden kann - und dass die derzeitigen Schutzmaßnahmen nicht ausreichen. Auf seiner nächsten Abendveranstaltung am 8. März 2017 in Frankfurt am Main beleuchtet der Telecommunications Executive Circle die Sicherheit der Netze, Bedrohungen für die TK-Industrie und ihre Kunden, Erfahrungen aus Angriffen, möglich Schutzmaßnahmen und die Frage, welcher Grad an Sicherheit technisch und ökonomisch sinnvoll ist.

Infos & Anmeldung: <http://www.tec-deutschland.de/veranstaltungen/58/>

Fachtagung zu Glasfaser in Kabelnetzen

Am 29. März 2017 findet in Magdeburg die 14. Fachtagung des Deutschen Instituts für Breitbandkommunikation (dibkom) unter dem Leitthema "Glasfaser in Kabelnetzen" statt. Die Referenten beleuchten in zehn Beiträgen die für die Praxis relevanten Gesichtspunkte dieser Technologie, darunter die Netzstrukturen, Netzplanung und -verlegung, Messverfahren und aktuelle Entwicklungen. Die begleitende Fachaussstellung zeigt neue Produkte der Branche.

Infos & Anmeldung: <http://www.dibkom.net/fachtagung>

Kurzmeldungen

Tele Columbus und Primacom starten Multimedia-Plattform

Die Kabelnetzbetreiber Tele Columbus und Primacom bieten ihren Kunden mit advanceTV ab sofort eine zentrale Unterhaltungsplattform an, die die TV-, Video- und Medienangebote des Haushalts vereint. Das Angebot umfasst herkömmliches Fernsehen, den Video-on-Demand-Dienst (VoD) maxdome, eine Videothek mit Filmen zum Einzelabruf, einen elektronischen Programmführer und eine Anbindung an Tablets und Smartphones.

Herzstück ist die advanceTV-Box, die als Schaltstelle des Systems fungiert und den Kunden für 4,99 Euro pro Monat angeboten wird. Die Version mit 1-TB-Festplatte für TV-Aufnahmen und zeitversetztes Fernsehen kostet 8,99 Euro pro Monat. Die Receiver können auch für 199,99 Euro beziehungsweise 299,99 Euro gekauft werden. Die Geräte eignen sich für das neue Bildformat Ultra HD. Hierfür wird Tele Columbus den TV-Sender Funbox UHD in die Netze einspeisen. Darüber hinaus verfügen die advanceTV-Boxen über vier Tuner und sind über das WLAN-Heimnetz an Tablets und Smartphones angebunden, unter anderem für mobiles Fernsehen. Das eingebundene App-Portal enthält Apps von Anbietern wie Vimeo, Flickr, Dailymotion, Google Maps, Wikipedia, wetter.com, Deezer, Tuneln und Deutsche Welle.

Tele Columbus und Primacom schnüren für ihre Kunden verschiedene Pakete, in denen die Box und der Zugang zu maxdome mit Digital-TV-, HD- und Pay-TV-Angeboten - auch Sky - sowie Telefon- und Internetanschluss kombiniert sind. In Kürze soll advanceTV auch bei KMS München und Cablesurf (Pepcom) eingeführt werden, die ebenfalls zur Tele-Columbus-Gruppe gehören. Der Kabelnetzbetreiber Unitymedia bietet mit Horizon bereits eine zentrale Unterhaltungsplattform an, Vodafone will in diesem Jahr nachziehen.

Video-Streaming auf Wachstumskurs

Der Umsatz mit Video-On-Demand-Angeboten im Internet wird in Deutschland in diesem Jahr voraussichtlich um 18 Prozent auf 945 Millionen Euro steigen. 2016 lag das Marktvolumen noch bei 800 Millionen Euro. Der Umsatz mit Serien, Filmen, Dokumentationen, Konzerten und anderen Abrufinhalten wächst damit im siebten Jahr in Folge. Das teilte der Branchenverband Bitkom auf Grundlage von Zahlen des Marktforschungsinstituts IHS Markit mit. "Der Medienkonsum im Fernsehen verändert sich", sagte Timm Lutter, Bitkom-Experte für Consumer Electronics & Digital Media, in Berlin. "Immer mehr Zuschauer entscheiden selbst, wann sie welche Filme oder Serien schauen und machen sich nicht mehr abhängig von festen TV-Sendezeiten."

Beim Video-Streaming gibt es unterschiedlichen Erlösquellen. Den größten Anteil werden 2017 voraussichtlich kostenpflichtige Angebote mit einem Umsatzvolumen in Höhe von 511 Millionen Euro erzielen. Je nach Geschäftsmodell bieten Videoportale unbegrenzten Zugang zu Filmen und Serien gegen eine monatliche Grundgebühr, den Verkauf oder den Verleih einzelner Videos. Beispiele sind Amazon Video, Apple iTunes, Google Play, maxdome, Netflix und Sky Online. Zum ersten Mal werden 2017 voraussichtlich höhere Umsätze mit Abo-Modellen (275 Millionen Euro) erzielt als mit Einzelabrufen (236 Millionen Euro). Werbefinanzierte Angebote, die für die Nutzer kostenlos sind, erzielen den Prognosen zufolge im laufenden Jahr 434 Millionen Euro Umsatz. Dazu zählen unter anderem YouTube, Facebook, Netzkino und T-Online sowie die Webseiten der privaten Fernsehsender.

Drei Viertel (77 Prozent) der deutschen Internetnutzer ab 14 Jahren schauen laut einer Umfrage Filme, TV-Sendungen und andere Videos per Internet-Streaming.

Stingray kauft Musikkanal Classica

Die kanadische Mediengruppe Stingray übernimmt Classica, den Musikkanal für Klassikfans, von Jan Mojto's Münchner Produktionsfirma Unitel. Gleichzeitig vereinbarten die beiden auf Musik spezialisierten Unternehmen eine Zusammenarbeit: Unitel wird Classica weiterhin mit Programm beliefern, insbesondere Aufzeichnungen von Konzerten, Opern und Ballettaufführungen, während Stingray bevorzugten Zugriff auf das Unitel-Archiv mit über 1.500 Produktionen und 2.000 Programmstunden erhält.

Classica ging 1996 auf Sendung und erreicht inzwischen rund 20 Millionen Abonnenten in 40 Ländern auf vier Kontinenten. In Deutschland ist der Pay-TV-Kanal bei Sky, Unitymedia und NetCologne zu empfangen. Stingray betreibt bereits zahlreiche Musik-TV-Sender, darunter den Klassikkanal Brava, den Jazzsender Djazz, den Pop- und Rockkanal Stingray Lite TV, Stingray Karaoke, Stingray Concerts, die Ultra-HD-Sender Stingray Ambiance und Festival 4K sowie das Musikportal iConcerts und das Pay-Radio-Paket Stingray Music (ehemals Music Choice). Unitel wendete sich vor dem Verkauf von Classica dem Streaming-Markt zu und startete im September 2016 zusammen mit dem ORF das Klassikportal Fidelio.

AGF weist Sky-Quoten zu niedrig aus

Die Zuschauerzahlen von Sky waren 2016 in Abonnentenhaushalten um rund 16 Prozent höher als von der AGF Videoforschung ausgewiesen. Das Unternehmen, das für die Fernsehsender und Werbeindustrie die Einschaltquoten ermittelt, habe darüber seinen Anwenderkreis informiert, teilte der Pay-TV-Veranstalter in München mit. Am Messsystem seien daher erhebliche Anpassungen vorgenommen worden, um die Unterschätzung der Pay-TV-Nutzung zu bereinigen. Sky hatte seit längerem auf den Widerspruch hingewiesen, dass das Marktforschungsunternehmen GfK, das für die AGF die Einschaltquoten misst, für das Sky-Angebot trotz steigender Abonnentenzahlen sinkende Zuschauerzahlen auswies.

Dies führte zu einer umfassenden Prüfung möglicher Ursachen im Messsystem der AGF. Dabei wurde nach Sky-Angaben als Ursache die Anwendung einer ungeeigneten Regel bei der Zuordnung von Fernsehhaushalten zum Marktsegment Pay-TV identifiziert. Um weitere Abweichungen zu vermeiden, wurde die Anwendung der Regel im Messsystem inzwischen geändert. "Eine Abweichung von durchschnittlich 16 Prozent verdeutlicht einmal mehr, dass das Messverfahren der AGF an seine Grenzen stößt", sagte Martin Michel, Geschäftsführer der Sky-Werbevermarktungstochter Sky Media, in München. "Das System ist eines der qualifiziertesten weltweit, muss jedoch zukunftsfähig aufgestellt werden, um den veränderten Herausforderungen eines digitalen Markts gerecht zu werden."

Sky zeigt weiterhin EHF Champions League

Sky wird auch in den nächsten drei Spielzeiten die EHF Champions League in Deutschland und Österreich live und exklusiv übertragen. Der mit EHF Marketing, einer Tochtergesellschaft der European Handball Federation (EHF), abgeschlossene Vertrag sichert dem Pay-TV-Veranstalter die Rechte bis zur Saison 2019/20. Neben den Fernseh- sind auch die Internet-, IPTV- und Mobile-TV-Rechte Teil des Abkommens. Finanzielle Details wurden nicht genannt. Seit der Saison 2014/15 überträgt Sky alle Spiele der deutschen Mannschaften sowie das EHF Final 4 live und exklusiv. Darüber hinaus sind zahlreiche Spiele des Wettbewerbs als frei empfangbarer Livestream unter www.sky.de/handball-live zu sehen. Im Februar 2017 meldet sich die EHF Champions League auf Sky aus der Winterpause zurück. Auftakt ist am 9. Februar 2017 die Begegnung zwischen den Rhein-Neckar Löwen und dem Titelverteidiger aus Kielce.

MX1 bietet Komplett-Backup für Sky

Sky Deutschland geht auf Nummer sicher und setzt dabei auf die Dienstleistungen von MX1: Die Techniktochter des Astra-Satellitenbetreibers SES garantiert im Fall einer Störung des Sky-Sendesignals, dass die Programme des Pay-TV-Veranstalters weiterhin übertragen werden. Sky Deutschland hat mit MX1 einen entsprechenden, über mehrere Jahre laufenden Vertrag geschlossen. Diese Vereinbarung umfasst Playout und Turnaround Services wie Encoding, Multiplexing, Encryption und Uplink Services. Dazu wird das MX1-Sendezentrum in Unterföhring parallel und permanent mit den Sendedaten und dem Videomaterial der Sky-Kanäle versorgt.

"Der Vertragsschluss mit Sky ist eine gute Nachricht für Filmfans und Sportbegeisterte. Die Bundesliga-Übertragung etwa ist damit auch bei einer potenziellen Störung des Sendesignals auf jeden Fall gesichert", sagte Christoph Mühleib, Vice President Sales und Marketing der SES und zuständig für die Vermarktung von Astra und MX1 in Deutschland, Österreich, und der Schweiz. "Die Vereinbarung mit Sky bestätigt zudem den Trend, dass das Thema Business Continuity auch im Broadcasting-Bereich zunehmend wichtiger wird. Sender müssen dafür nicht automatisch unsere Medien- und Distributionsleistungen in Anspruch nehmen. Wir bieten diesen Service auch als eigenständige Leistung an. Unsere Kunden wie auch deren Zuschauer können sich also darauf verlassen, dass ihr Programm auch im Fall der Fälle weiter ausgestrahlt wird."

Stefan Kunz, Vice President Broadcast Services bei Sky Deutschland, erklärte: "Die Zuverlässigkeit unserer Services für den Sendebetrieb ist enorm wichtig für uns. Mit der Lösung von MX1 können wir unseren Sendebetrieb auch im Falle einer Störung nahtlos aufrechterhalten."

Sky entfernt Motorvision TV von Entertain TV

Der Pay-TV-Veranstalter Sky hat den Auto- und Motorsportkanal Motorvision TV zum 2. Januar 2017 aus seinem IPTV-Angebot genommen. Hintergrund ist die gemeinsam getroffene Vereinbarung, die exklusive Verbreitung des Senders bei Sky zu beenden. Motorvision TV ist daher dann auch nicht mehr auf der IPTV-Plattform Entertain TV der Deutschen Telekom zu empfangen, wie ein Telekom-Sprecher bestätigte. Auch beim Teleclub in der Schweiz fällt Motorvision TV weg. Die betroffenen Zuschauer müssen jedoch möglicherweise nicht lange auf das Programm verzichten: Der Sender verhandelt nach eigenen Angaben derzeit mit Plattformbetreibern über die Ausstrahlung von Motorvision TV außerhalb von Sky via Kabel, IPTV und Internet-TV (OTT). Bereits seit Oktober 2016 ist das Programm über die OTT-Plattform Mobile2Morrow Television (M2M TV) auf Smart-TV-Fernsehern, Tablets, Smartphones, Laptops und PCs zu empfangen; Apps gibt es unter anderem für Apple TV und Amazon Fire TV. Die Satellitenausstrahlung via Sky für Direktempfänger auf Astra (19,2° Ost) bleibt bestehen. Ab Februar 2017 will Motorvision TV bei M2M TV erstmals in HD-Qualität senden. Anlass ist der Saisonstart der neuen NASCAR Sprint Cup Series, für die sich der Sender jüngst die Rechte bis 2019 sicherte.

Eurosport 1 HD und DMAX HD starten bei Freenet TV

Der Sportkanal Eurosport 1 HD und der Männersender DMAX HD werden an Bord des Privatsenderangebots Freenet TV sein, das am 29. März 2017 auf der DVB-T2-Plattform startet. Eine entsprechende Vereinbarung traf der TV-Veranstalter Discovery Networks Deutschland mit dem Plattformbetreiber Media Broadcast. "Nach langjähriger Partnerschaft bei DVB-T ist es für uns ein logischer Schritt, mit unseren Sendermarken auch bei DVB-T2 HD dabei zu sein", sagte Alberto Horta, stellvertretender Geschäftsführer und Vice President Strategy & Commercial Development von Discovery Networks Deutschland. Mit der Aufschaltung von Eurosport 1 HD können auch terrestrische TV-Haushalte die Olympischen Spiele verfolgen, die der Sender ab 2018 zusammen mit DMAX HD exklusiv in Deutschland live überträgt. Die DVB-T2-Plattform wird jeweils rund 20 öffentlich-rechtliche und private Free-TV-Sender überwiegend in Full-HD-Bildqualität enthalten, darunter die Programme von ARD, ZDF, RTL und ProSiebenSat.1. Nur die öffentlich-rechtlichen Sender sind frei empfangbar. Die meisten Privatsender werden verschlüsselt und können über Freenet TV zum Jahrespreis von 69 Euro bezogen werden. Bis Ende Juni 2017 sind die Privatsender im Rahmen der Einführungsphase kostenfrei.

TecTime TV startet Investorensuche

TecTime TV, der Spartenkanal rund um Technik und Multimedia, begibt sich auf die Suche nach neuen Investoren und Kooperationspartnern. Das sagte Christian Mass, Geschäftsführer der Betreibergesellschaft DrDish Television, gegenüber MediaLABcom. Das Unternehmen hatte zuvor beim Amtsgericht München einen Insolvenzantrag gestellt. Am 2. Januar 2017 hat das Gericht vorläufige Insolvenzverwaltung angeordnet und den Münchner Rechtsanwalt Dr. Matthias Hofmann zum vorläufigen Insolvenzverwalter bestellt. Zwei potenzielle Investoren hätten sich bereits beim Insolvenzverwalter gemeldet, sagte Mass. Es gebe auch Interessenten für Kooperationen, etwa im Produktions- und Studiobereich. "Der große Zuspruch, den wir von allen Seiten erhalten, ist uns viel wert."

Zur Insolvenz kam es nach Angaben von Mass weil Mitte Dezember 2016 ein Investor aus persönlichen Gründen kurzfristig abgesprungen sei: "Wir hatten keine andere Wahl und mussten die Notbremse ziehen." Der Livestream von TecTime TV (ehemals Dr.Dish TV) auf der [Webseite](#) des Senders läuft weiter, die Satellitenverbreitung über Astra (19,2° Ost) wurde vorerst beendet. "Die Zusammenarbeit mit dem Insolvenzverwalter läuft gut", erklärte Mass. Je nachdem, wie die Gespräche mit Interessenten verlaufen, werde es rund drei Monate dauern, "bis wir wieder da sind, wo wir waren". Die Mitarbeiter sind derzeit freigestellt. Das Ziel sei, die Stammbesetzung in Redaktion und Schnitt zu erhalten, die Arbeitsplätze zum Teil aber von Festanstellung in freie Mitarbeit umzuwandeln.

350 Millionen Euro für Glasfaserausbau freigegeben

Der Breitbandausbau in Deutschlands Gewerbe- und Industriegebieten mit schwachem Netz ist gestartet. Bundesverkehrsminister Alexander Dobrindt (CSU) hat dazu 350 Millionen Euro für den Anschluss ans Glasfasernetz bereitgestellt, wie das Nachrichtenmagazin "Focus" berichtet. "Mit dem Sonderprogramm Gewerbegebiete lösen wir Investitionen von mehr als einer Milliarde Euro aus", sagte der Infrastrukturminister dem Blatt. Die Förderanträge würden zügig behandelt, die Zusagen sollen schnell erfolgen. Auch Häfen bekämen durch Dobrindts Sonderprogramm nun Anschluss ans Glasfasernetz, wenn Kommunen und Landkreise Projektanträge dafür stellten, berichtet "Focus". Die Mindestgeschwindigkeit werde in Gewerbegebieten auf 1 Gbit/s erhöht. Der Zuschuss beträgt in der Regel 50 Prozent der förderfähigen Kosten, aber höchstens eine Million Euro je Projekt. Öffentlich zugängliche Flächen der Ausbauggebiete würden zudem mit kostenlosem WLAN ausgestattet.

Alexander Dobrindt fordert Bundesdigitalministerium

Bundesverkehrsminister Alexander Dobrindt fordert die Gründung eines Digitalministeriums, in dem die Zuständigkeiten von bisher vier Ministerien gebündelt werden. "Wir können uns keine Reibungsverluste oder Parallelstrukturen leisten und müssen in Zukunft alle unsere Kompetenzen bündeln - in einem Bundesdigitalministerium", sagte Dobrindt der "Bild am Sonntag".

Das neue Ministerium soll sich nach Dobrindts Vorstellungen von der Gigabit-Infrastruktur über die Vernetzung aller Dinge, die Industrie 4.0 und das automatisierte Fahren bis zur digitalen Bildung, der Förderung von Startups und dem Datenschutz um alles Digitale in Deutschland kümmern. "Damit können wir unsere Schlagkraft deutlich erhöhen und uns gemeinsam mit der Wirtschaft an die Spitze kämpfen in der neuen digitalen Weltordnung", erklärte der CSU-Politiker. Derzeit ist die Zuständigkeit für die Digitale Agenda der Bundesregierung auf das Innen-, Verkehrs, Wirtschafts- und Bildungsministerium verteilt.

Alain Polgar neuer General Manager von On Demand Deutschland

Alain Polgar hat die Stelle des General Managers beim Video-on-Demand-Dienstleister On Demand Deutschland übernommen. In seiner Position ist er für die Geschäfte mit bestehenden Kunden wie A1 Telekom Austria, Tele Columbus, Ocilion IPTV Technologies und Videociety sowie für die Geschäftsentwicklung in Deutschland, Österreich und der Schweiz zuständig. Polgar besitzt über 25 Jahre Berufserfahrung in den Bereichen TV-, Film- und Mediendienstleistungen sowie Produktionssysteme. Im internationalen Vertriebs- und Business Development war er bereits in führenden Positionen für Unternehmen wie Rohde & Schwarz, Ascent Media, Pinnacle und Thomson beschäftigt. Vor seinem Wechsel zur On Demand Deutschland war er für Ericsson Broadcast & Media Services tätig und verantwortete dort als Director Sales Development die Leitung und den Aufbau des Geschäfts mit globalen Medienunternehmen und Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

[On Demand Deutschland](#), ein Gemeinschaftsunternehmen der Tele München Gruppe und dem internationalen Rechthändler Vubiquity, beliefert seit zehn Jahren Plattformbetreiber in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit Hollywood-Spielfilmen und lokalen Inhalten für Abrufdienste sowie Dienstleistungen im Video-on-Demand-Bereich.

Sonja Piller wird Geschäftsführerin von HSE24

Sonja Piller wird neue Vorsitzende der Geschäftsführung (CEO) des Homeshopping-Veranstalters HSE24. Die 48-Jährige folgt zum 1. Februar 2017 auf Richard Reitzner, der nach mehr als 20 Jahren bei HSE24 auf eigenen Wunsch von der Geschäftsführung in den Beirat der Unternehmensgruppe wechselt und künftig als Active Chairman dessen Vorsitz übernimmt. Gleichzeitig übernimmt er den Aufsichtsratsvorsitz. Piller, die bislang als Geschäftsführerin Business Development bei HSE24 tätig war, wird in ihrer neuen Position auch weiterhin die Bereiche Human Resources und International verantworten.

Mehrheit mit Informationsangebot in Medien zufrieden

89 Prozent der Bundesbürger bewerten das Informationsangebot von Radio, Fernsehen, Internet, Zeitungen und Zeitschriften in Deutschland alles in allem als gut oder sehr gut. Nur jeder zehnte Deutsche hält die Qualität des Informationsangebots deutscher Medien insgesamt für schlecht. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen [Studie](#) zur Glaubwürdigkeit der Medien, die das Marktforschungsunternehmen Infratest Dimap im Auftrag des WDR durchgeführt hat. Für die Studie wurden im Dezember 2016 insgesamt 1.000 Wahlberechtigte in Deutschland befragt.

Die höchste Glaubwürdigkeit bescheinigen die Befragten dem öffentlich-rechtlichen Radio mit 74 Prozent und dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen mit 72 Prozent. Auch Tageszeitungen werden von einer großen Mehrheit (65 Prozent) als glaubwürdig eingeschätzt. Für deutlich weniger glaubwürdig dagegen werden Privatrado (35 Prozent) und Privatfernsehen (25 Prozent) erachtet. Ähnlich kritisch fällt die Bewertung für das Internet aus: nur 27 Prozent der Befragten halten es im Allgemeinen für glaubwürdig. Fragt man allerdings nach Social-Medien-Plattformen wie Facebook oder Twitter, fällt die Beurteilung deutlich drastischer aus: Lediglich acht Prozent der Befragten schenken diesen Informationsquellen Glauben, 71 Prozent bewerten dagegen die sozialen Medien als "weniger glaubwürdig". Allerdings zeigt die Studie auch: 82 Prozent der Bundesbürger nutzen Social Media nicht regelmäßig als Nachrichtenquelle.

Die Studie zur Glaubwürdigkeit der Medien zeigt auch: Das öffentlich-rechtliche Fernsehen bleibt mit 34 Prozent die Hauptinformationsquelle über das politische Geschehen, es folgen Tageszeitungen (26 Prozent) und das Internet im Allgemeinen (16 Prozent). Das öffentlich-rechtliche Fernsehen halten die Deutschen zudem für vielfältig, kritisch und vertrauenswürdig (jeweils 76 Prozent Zustimmung).

Vorbehalte gibt es unverändert, was den Einfluss der Politik auf die Berichterstattung in den deutschen Medien angeht. Der Erhebung zufolge gehen 42 Prozent der Deutschen davon aus, dass es politische Vorgaben gibt, 54 Prozent glauben dies nicht. Noch größer ist diese Skepsis mit 57 Prozent unter denjenigen, die soziale Netzwerke für regelmäßige politische Informationen nutzen. Deziert von "Lügenpresse" sprechen würden nach wie vor lediglich 20 Prozent der Bundesbürger, wenn sie an Zeitungen, Fernsehen und Radio in Deutschland denken. 75 Prozent und damit drei Prozentpunkte

mehr als 2015 teilen diesen Vorwurf nicht.

DW Arabia 2 bleibt auf Astra in Europa

Die Deutsche Welle (DW) wird ihren arabischsprachigen Fernsehkanal für Flüchtlinge weiterhin über Astra (19,2° Ost) in Europa verbreiten. Der Satellitenbetreiber SES hat eine einjährige Verlängerung der kostenlosen Übertragung des Programms zugesagt. Die Projektpartnerschaft von SES und DW entstand im Sommer 2015 als Reaktion auf die wachsende Zahl von Flüchtlingen aus dem Nahen Osten. DW Arabia 2 startete im Dezember 2015 und bietet rund um die Uhr Nachrichten und Informationen aus und über Deutschland und Europa. Grundlage ist das arabischsprachige Programm des deutschen Auslandsdienstes, das durch Sendungen von ARD und ZDF ergänzt wird, darunter die "Lindenstraße", "Die Sendung mit der Maus", "Wissen macht Ah!", "Logo", "Pur+" und Dokumentationen.

"Die Entscheidung von SES Astra, den ARD-Landesrundfunkanstalten und des ZDF, das Projekt um ein weiteres Jahr zu unterstützen, ist eine wichtige politische Botschaft in unruhigen Zeiten", sagte DW-Intendant Peter Limbourg in Bonn. "Mit DW Arabia 2 bauen wir eine Brücke zu den Programmen der öffentlich-rechtlichen Inlandssender. Wenn das Angebot Ende 2017 ausläuft, werden viele der Flüchtlinge bereits in der Lage sein, die deutschsprachigen TV-Angebote von ARD und ZDF zu verfolgen."

Zwei neue Ultra-HD-Sender auf Eutelsat Hot Bird

Der Satellitenbetreiber Eutelsat verbreitet zwei neue Fernsehsender im neuen Bildformat Ultra HD über seine Hot-Bird-Position auf 13° Ost. Bereits auf Sendung ist FTV UHD, betrieben vom internationalen Mode- und Lifestyle-Kanal Fashion TV. Travelxp 4K, der weltweit erste Reisekanal in Ultra HD, startet in Kürze. Beide Sender haben langfristige Verbreitungsverträge mit Eutelsat geschlossen, um über Hot Bird Kabelnetze und IPTV-Plattformen in Europa, dem Nahen Osten und Nordafrika mit ihrem Signal zu versorgen. Eingesetzt wird der Videostandard HEVC (High Efficiency Video Coding) mit einer Farbtiefe von 10 Bit (eine Billion Farben); die Inhalte werden mit 50 Bildern pro Sekunde übertragen. FTV UHD belegt die Frequenz 12,539 GHz H (SR 30.000, FEC 5/6), während Travelxp 4K auf 10,727 GHz H (SR 30.000, FEC 3/4) zu empfangen sein wird. Beide Sender werden zunächst unverschlüsselt verbreitet.

A1 TV startet virtuellen Videorekorder

Der österreichische Telekommunikationskonzern A1 Telekom Austria bietet den Kunden seiner IPTV-Plattform A1 TV ab sofort einen persönlichen Videorekorder. [A1 View Control](#) steht alle bestehenden und neuen "A1 TV Plus"-Kunden ohne Zusatzkosten zur Verfügung. Die Inhalte der beliebtesten Sender lassen sich sieben Tage lang rückwirkend ansehen. Bis zu zehn Stunden Live-Fernsehen können bis zu 90 Tage aufgezeichnet und beliebig oft angesehen werden. Dabei sind beliebig viele gleichzeitige Aufnahmen möglich. Das laufende TV-Programm kann bis zu eine Stunde angehalten und nahtlos fortgesetzt werden. Da A1 View Control cloudbasiert ist, wird keine neue Hardware benötigt: Die Funktion kann im A1-TV-Benutzermenü unter dem Punkt "Einstellungen und View Control" aktiviert werden.

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](#)