

MEDIENKONGRESSE

Heiße Luft für teures Geld

Wer viel sagt, hat wenig zu sagen

Ausgabe 4 • Januar 2014

Sehr geehrte Damen und Herren,

gerade vor Weihnachten versucht wieder jedes werbetreibende Unternehmen die Wettbewerber mit lauten Botschaften zu übertönen. Dabei wissen Sie es längst: Entscheidend ist nicht was gesagt wird, sondern was nicht gesagt wird. Viel heiße Luft wird auf Kongressen, Tagungen und Messen produziert, doch einen wirklichen Erkenntnisgewinn und echte Neuigkeiten nimmt man nicht mit nach Hause. Die großen Kabelkonzerne werben gerne mit ihrer Produktvielfalt, könnten durch ihre Verflechtung mit TV-Veranstaltern aber dafür sorgen, dass die inhaltliche Vielfalt auf der Strecke bleibt, weil die hauseigenen Sender bevorzugt werden. Dabei sind es oft die unabhängigen Anbieter, die mit kreativen Ideen neue Impulse setzen. Dies gilt auch für die Finanzierung des von der Bundesregierung gewünschten Breitbandausbaus auf dem Land. Hier sind neue Lösungen gefragt - und die gibt es, ganz ohne staatliche Fördermittel. Neben diesen Themen gibt's in der aktuellen MediaLABcom-Ausgabe Neuigkeiten vom FRK und BLTV, einen Veranstaltungshinweis und Kurzmeldungen.

Ein frohes Weihnachtsfest, erholsame Feiertage und viel Glück, Erfolg und Freude im neuen Jahr wünschen Ihnen

Heinz-Peter Labonte, Herausgeber
Dr. Jörn Krieger, Redaktionsleiter

Inhalt

[Medienkongresse: Heiße Luft für teures Geld](#)

[Mitnahmemeister im Breitbandausbau](#)

[Liberty Global: Das delikate Detail](#)

[Unitymedia Kabel BW und der zweite Anlauf: Inhalte und Infrastruktur](#)

[Neues vom FRK](#)

[Neues vom BLTV](#)

[Veranstaltungshinweis](#)

[Kurzmeldungen](#)

Medienkongresse: Heiße Luft für teures Geld

Heinz-Peter Labonte

Es ist doch wahr: Die vielen Einladungen machen die Empfänger zunehmend ärgerlich. Und sie münden in Teilnahmeverweigerung. Jeden Tag gibt es mindestens zwei ganz "heiße Einladungen", man sei zum Misserfolg verurteilt, wenn, ja wenn man nicht zu diesem Kongress, zu jener Tagung, zu dieser Messe gehe.

[Lesen Sie mehr](#)

Mitnahmemeister im Breitbandausbau

Heinz-Peter Labonte

Im Anfang war das Wort. Und das Wort raubte allen die Phantasie: Die Phantasie, eigene Ideen zu entwickeln. Es wurde wahrgenommen, schließlich war es ja Regierungsprogramm. Es verfestigte sich zum regierungsamtlichen Förderphantom, zum "**50-MB-Phantom**", zur "sich erfüllenden Prophezeiung". Und es wird ständig als Breitbandausbaugarantie der Bundesregierung bis 2018 bekräftigt. Und wenn die Bundesregierung das ständig sagt, wird sie doch gefälligst dafür sorgen, dass die **Wirtschaft** sich **keine eigenen Gedanken** mehr zu machen braucht, wie diese Zusage finanziert werden soll. Die **Banken**

haben es doch **vorgemacht**: Man muss nur laut die Zukunftsfähigkeit des Landes, der Bundesrepublik, ja Europas im globalen Markt in Frage stellen und schon geht auf Steuerzahlers Kosten der Staatssäckel auf. Das sind **Mitnahmeeffekte im großen Stil**. Man ist ja schließlich lernfähig. Je größer die Firmen und ihre Verbände sind, desto mehr Lobbyisten beschäftigen sie in den Hauptstädten - mit entsprechendem Einfluss auf die politischen Entscheider. Ganz einfach. Und die fördern. Damit ist das Thema besetzt.

[Lesen Sie mehr](#)

Liberty Global: Das delikate Detail

Dr. Jörn Krieger

Die großen Kabelnetzbetreiber werben gerne damit, dass sie alles aus einer Hand anbieten: Fernsehen, Internet, Festnetz und Mobilfunk. Wie so oft, lohnt sich ein Blick auf das, was verschwiegen wird: Die Beteiligung an TV-Sendern. Wie heikel das Thema ist, zeigt ein Blick in die Vergangenheit: Das Bundeskartellamt hat bei seinen Entscheidungen stets großen Wert darauf gelegt, dass Inhalte und Netze getrennt bleiben. Die Verbindung von Inhalte- und Infrastruktur-Anbietern birgt zu große Missbrauchsgefahr. Mit der Übernahme von Unitymedia und Kabel BW durch Liberty Global ist allerdings genau der Fall eingetreten, den die Wettbewerbshüter vermeiden wollten: Inhalte und Infrastruktur liegen in einer Hand.

[Lesen Sie mehr](#)

Unitymedia Kabel BW und der zweite Anlauf: Inhalte und Infrastruktur

RA Sören Rößner

Noch steht nicht endgültig fest, ob das Bundeskartellamt die Übernahme des Kabelnetzbetreibers Kabel BW durch die Unitymedia-Eignerin Liberty Global erneut prüfen muss, nachdem das Oberlandesgericht Düsseldorf den entsprechenden Freigabebeschluss aufgehoben hat. Die gegen die Entscheidung eingelegte Rechtsbeschwerde und Nichtzulassungsbeschwerde ist noch vor dem Bundesgerichtshof anhängig. Allerdings muss man es derzeit als nicht unwahrscheinlich ansehen, dass die eingelegten Rechtsmittel zurückgewiesen werden.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

FRK will Kabelkonzerne vors Kartellamt ziehen

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) wirft Kabel Deutschland und Unitymedia Kabel BW vor, ihre Kunden beim Empfang der Programme von ARD und ZDF zu benachteiligen, und erwägt kartellrechtliche Schritte gegen die beiden größten deutschen Kabelnetzbetreiber.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom BLTV

Lokal-TV kooperiert mit China

Der Bundesverband Lokal TV (BLTV) kooperiert ab sofort mit der chinesischen Lokalfernsehgruppe Jilin. Ein entsprechender Vertrag wurde von den Betreibern des Thüringer Lokalsenders Salve.TV und Jilin unter Beisein der Thüringer Landesmedienanstalt und der Industrie- und Handelskammer geschlossen.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstungshinweis

Neue Netze, neue Programme, neue Dienste?

Die Deutsche Medienakademie veranstaltet am 23. Januar 2014 in Düsseldorf in Zusammenarbeit mit Eutelsat eine Konferenz, die sich mit der Frage befasst, wie sich neue Inhalte und andere Angebote auf neuen Verbreitungswegen wie Glasfaser-, Stadt- und LTE-Netzen ausstrahlen und refinanzieren lassen. Zu den Referenten der Konferenz, die sich an Inhalte-Anbieter und Netzbetreiber richtet, zählen Jürgen

Brautmeier (LfM), Martina Rutenbeck (Eutelsat), Peter Charissé (ANGA), Matthias Kurth (Cable Europe), Jens-Uwe Bornemann (Fremantle Media) und Marc Jan Eumann (Staatssekretär NRW).

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Dietmar Schickel verlässt Tele Columbus

Eine Ära geht zu Ende: Dietmar Schickel, Geschäftsführer von Tele Columbus, verlässt den Kabelnetzbetreiber zum Jahresende 2013.

Der 58-Jährige, der mehr als 27 Jahre in der Geschäftsführung von Tele Columbus arbeitete, will künftig Medien- und Energieunternehmen als selbständiger Experte bei Projekten begleiten. Nach seinem Ausscheiden bleibt er Tele Columbus auch künftig eng verbunden und wird verschiedene Projekte weiterhin begleiten und zum Abschluss bringen.

[Lesen Sie mehr](#)

Medienkongresse: Heiße Luft für teures Geld

Heinz-Peter Labonte

Es ist doch wahr: Die vielen Einladungen machen die Empfänger zunehmend ärgerlich. Und sie münden in Teilnahmeverweigerung. Jeden Tag gibt es mindestens zwei ganz "heiße Einladungen", man sei zum Misserfolg verurteilt, wenn, ja wenn man nicht zu diesem Kongress, zu jener Tagung, zu dieser Messe gehe.

Kongresseritis

Um nur mal einige zu nennen: Die Veranstalter der Münchner Medientage. Gleiches in Nordrhein-Westfalen. Selbstverständlich gibt es Ähnliches auch in und für Norddeutschland. Es ist ja auch wichtig: Jede Landesmedienanstalt, jede Partei auf Bundes- und bei entsprechendem Ehrgeiz handelnder Personen möglichst auch auf Landesebene, mindestens 15 Verbände und dann noch die ganzen Trittbrettfahrer - jeder hat selbstredend das attraktivste Programm, die neuesten Neuigkeiten und die interessantesten Multiplikatoren, Marktkenner, Entscheider. Und natürlich ist in Deutschland nur die Sache etwas wert, die auch (Eintritt) kostet. Inzwischen müssen neben dem jeweiligen jährlichen Messekongress noch viele weitere Einzelveranstaltungen zusätzlich die Wichtigkeit des jeweiligen Veranstalters am Markt unterstreichen.

Weniger ist mehr

Warum lässt sich dies alles nicht auf einige Veranstaltungen konzentrieren, vielleicht in jedem Quartal eine größere und dann vielleicht noch die eine oder andere regional unterschiedlich Tagung für spezielles Fachpublikum? Wenn sich die Medienanstalten zum Beispiel über die DLM, die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten, darauf verständigten, einmal jährlich in jeder Region (Ost, Süd, West und Nord) zu einer größeren Zusammenkunft der Branche zu laden, wäre schon geholfen.

Koordination nötig

Wenn darüber hinaus dies auch noch mit anderen Veranstaltern koordiniert würde, könnten Verbandstagungen und Kongresse und Messen mit Preisverleihungen zusammengelegt werden. Dann wären die Elefanten auch wieder ansehnlicher und ihr Trompeten wäre von Neuigkeitswert. Es käme auch die erste und nicht nur die zweite Garnitur.

Neuigkeitsmangel

Aber heute? Alle sind wichtig, alles ist wichtig. Die Elefantenrunden werden in den Ankündigungen monatelang aufgeblasen. Und dann trompeten selbige Alphatiere lautstarke Plattitüden in die Gegend, die man schon lange in seriösen Medien lesen konnte. Außerdem: Die Originale sterben leider aus, die mit Unterhaltungswert, die auch mal provozieren und ihre Mitelefanten so richtig zum Röhren bringen. So aber wird heiße Luft medial zur Sensation aufgeblasen. Alles Wichtige wurde schon Tage zuvor den geeigneten Medien gesteckt, damit Interesse geweckt und der Teilnehmer animiert wird, für den ganzen Heißluftballonwettbewerb auch noch Messeeintritt zu zahlen, am besten gleich für das Kombiticket zum "Tagungs Sonderpreis".

Überforderung der Ausstelleretats

Und wer kommt tatsächlich? Zugegen sind die Unternehmer nervenden Finanzberater auf der Jagd nach "Projekten", Medienberater auf der Jagd nach Beratungsmandaten und Akquisiteure in der Hoffnung auf ein "Schnäppchen" - und immer wieder Aussteller. Jeder Veranstalter legt Wert darauf. Denn die Aussteller sind es, die jede Veranstaltung "sponsern". Auch hier wäre weniger mehr. Heute werden Werbeetats atomisiert. Der interessierte Unternehmer beziehungsweise Nachfrager geht lieber direkt zur Hausmesse der Anbieter. Die empfindet er meist als produktiver und zeiteffizienter.

Kostspielige Kontaktpflege

Sicher, der Medienabend soll der Kontaktpflege dienen. Aber will man in einer Woche oder einem Monat mehrmals die gleichen Mitglieder des medialen Wanderzirkus' treffen? Nur weil einige zeigen wollen, dass sie schon wieder eine neue Visitenkarte haben? Die **Inflationierung der Veranstaltungen** läuft sich auf diese Art und Weise tot. Die **Konzentration** auf weniger und auf kontroverse Themen von unangepassten, eigenständigen, durch eigene Leistung profilierten Diskutanten und von unabhängigen Moderatoren geleitete Veranstaltungen würden Neugigkeitswert für abgewanderte, frustrierte (Ex-)Teilnehmer sowie Neugier auf die nächste Runde schaffen, von der Medienpolitik und Medienwirtschaft lebt. Das wäre besser als die derzeitige Einheitssauce. Man trifft immer mehr Leute, die verzichten.

Mut zu kontroversen Themen

Wie wäre es denn mit der Diskussion über mehr Medienvielfalt gegenüber der **Medieneinfalt** in Einzeitungskreisen? Wie wäre es mit der Diskussion über die **zunehmende Konzentration** der Medieninfrastruktur? Wie wäre es mit der Diskussion über die Rolle der **Rekartellierung** der Medienlandschaft und der Notwendigkeit einer Gesetzgebung zur **Entflechtung von Marktmacht**? Was ist mit der politischen Rücksichtnahme auf Medienmacht, mit der Kopplung beziehungsweise Wechselwirkung der neutralen **Medienkontrolle** mit Gremien, die ihre Existenz nur der Politik verdanken und deren Mitglieder jederzeit per Gesetzesänderung aus dieser Kontrollfunktion entfernt werden können? Wie wäre es mit der **selbstkritischen Frage an die Medienschaffenden**, ob sie überhaupt noch in der Lage oder willens sind, ihre Mittlerfunktion auszuüben?

Die nicht mehr Teilnehmenden würden ebenso wiederkommen wie auch die Politik Anregungen aus diesen Diskussionen mitnehmen würde, damit neue Impulse die **medienpolitische Stagnation in Deutschland überwinden** helfen.

Mitnahmemeister im Breitbandausbau

Heinz-Peter Labonte

Im Anfang war das Wort. Und das Wort raubte allen die Phantasie: Die Phantasie, eigene Ideen zu entwickeln. Es wurde wahrgenommen, schließlich war es ja Regierungsprogramm. Es verfestigte sich zum regierungsamtlichen Förderphantom, zum **"50-MB-Phantom"**, zur "sich erfüllenden Prophezeiung". Und es wird ständig als Breitbandausbaugarantie der Bundesregierung bis 2018 bekräftigt. Und wenn die Bundesregierung das ständig sagt, wird sie doch gefälligst dafür sorgen, dass die **Wirtschaft** sich **keine eigenen Gedanken** mehr zu machen braucht, wie diese Zusage finanziert werden soll. Die **Banken** haben es doch **vorgemacht**: Man muss nur laut die Zukunftsfähigkeit des Landes, der Bundesrepublik, ja Europas im globalen Markt in Frage stellen und schon geht auf Steuerzahlers Kosten der Staatssäckel auf. Das sind **Mitnahmeeffekte im großen Stil**. Man ist ja schließlich lernfähig. Je größer die Firmen und ihre Verbände sind, desto mehr Lobbyisten beschäftigen sie in den Hauptstädten - mit entsprechendem Einfluss auf die politischen Entscheider. Ganz einfach. Und die fördern. Damit ist das Thema besetzt.

Was hat das mit der Versicherungswirtschaft zu tun?

Dort geht es ähnlich. Wo käme die denn hin, wenn sie einmal überlegte, wie angesichts der - von der Geldschwemme der EZB und FED zugunsten der Bankenverwandtschaft produzierten - Niedrigverzinsung die helfende Hand erst einmal am Ende des eigenen Armes gesucht würde? Dann müsste man ja Verantwortung zeigen, das heißt Phantasie entwickeln. Nein, es ist doch viel einfacher für den Oberlobbyisten zu verlangen, die Politik solle gefälligst dafür sorgen, die **Beteiligung der Kunden an den Versicherungsreserven zu verringern**. Und deshalb solle sie doch bitteschön die Regeln für die Bewertungsreserven ändern. Und die Politik versichert, "dass auch die künftige Bundesregierung auf europäischer Ebene an Rahmenbedingungen mitarbeiten wird, die den Versicherern die Erfüllung ihrer gesamtgesellschaftlichen Aufgaben ermöglicht".

Mittelstand entwickelt Lösungen

Polemisieren allein genügt nicht. Also wurde in einem von Mittelständlern - vergleiche das vom FRK praktizierte Beispiel eines vermeidbaren klassischen Mitnahmeeffektes im Verbandsnachrichtenteil - ein **Modell für die breitbandige Glasfaserversorgung ländlicher Regionen** entwickelt, das beweist, dass mit entsprechender **Kooperation bei Infrastrukturbaumaßnahmen** mittel- und langfristig beim Errichten

von Glasfasernetzen bis zum Kunden in die Wohnung (Fiber to the Home - FTTH) eine **Rendite von mehr als 6,5 Prozent** erwirtschaftet werden kann. Allerdings waren in dieses Projekt keine Berater, sondern ausschließlich Praktiker aus Kommune und Unternehmen involviert. Dieses **Beispiel** zeigt: bei entsprechender Due Diligence (Prüfung der wirtschaftlichen, technischen, rechtlichen etc. Bedingungen) werden **keine staatlichen Mittel** benötigt. Denn bei 0,5 bis 2 Prozent Zinsen für ganz und ziemlich sichere Geldanlagen - das heißt aber immer noch Substanzverlust - kann in diesem Konzept eine drei- bis 13-fache Verzinsung des angelegten Geldes erreicht werden. Und man kommt auch, so man will, nach fünf bis acht Jahren aus diesem Engagement wieder raus.

In diesem Beispiel legt ein Bürger das Eigenkapital an. Eigentlich reicht ihm der Zinssatz. Aber durch die Förderpraxis des Staates nimmt er natürlich den Zuschuss von rund 20 Prozent Fördermittel mit. Immerhin steigt die Rendite damit auf über 7,5 Prozent - purer Mitnahmeeffekt.

Konkreter Vorschlag aus der Praxis

Wie wäre es denn, wenn einmal die angelsächsischen Private-Equity-Fonds-Modelle auf deutsche Verhältnisse angepasst würden? Statt **nicht funktionierende Bürgerfonds** aus der Politik zu initiieren, sollten die **Gewährträger der Sparkassen** (Landkreise und Kommunen, personifiziert in den Aufsichtsgremien durch Landräte und Bürgermeister) ihren **Sparkassenchefs einmal auf die Sprünge helfen**, indem sie zum Beispiel über die **DEKA-Bank** (sie gehört inzwischen zu 100 Prozent dem deutschen Sparkassen- und Giroverband, der wiederum den Sparkassen gehört) **einen oder mehrere Fonds zur Finanzierung des Breitbandausbaus in ländlichen Räumen** auflegen. Die Kunden der Sparkassen würden eine solche Anlage sicher höher schätzen als 12 Prozent Kontokorrent- und weniger als 1 Prozent Festgeldzinsen. Ein solcher Fonds könnte bei einem Gesamtvolumen von über 50 Millionen Euro sicher eine Vielzahl von Projekten in einem oder mehreren ländlich strukturierten Landkreisen verwirklichen.

Übrigens muss dies nicht bei der Sparkassenorganisation konzentriert werden. Dieses **Modell** ist selbstverständlich auch eines für die **Versicherungswirtschaft**. Und es ist vorteilhafter als die Kürzung der durch die Versicherer ursprünglich garantierten Altersversorgung, oder? Sie könnten zum Beispiel über Banken solche **Fonds** initiieren. Schließlich redet man ja über rentierliche Geldanlagen. Natürlich würde auch bei der selbsternannten "Mittelstandsbank mit Bundesbeteiligung", der **Commerzbank**, ein solches Modell funktionieren. Das wäre doch mal was, wenn sich die Allianz für den Befreiung von der Dresdner Bank einmal revanchieren und ein kundennahes Anlageprodukt rentierlich ermöglichen würde!

Eigentum verpflichtet - nicht nur in der sozialen Marktwirtschaft

Der Staat, das heißt der Steuerzahler, könnte sich mit seinen Fördermitteln dann auf die Gegenden Deutschlands konzentrieren, bei denen selbst unter größten Anstrengungen ein solches Vorgehen nicht wirtschaftlich ist. Das bedeutet eine Konzentration der privaten und staatlichen Mittel durch praktiziertes Subsidiaritätsprinzip.

Die bisherigen Erfahrungen und Reaktionen auf diese Vorschläge der Mittelständler laden zur Resignation ein? Nein! Die Lobby der Großunternehmen ist dagegen. Verständlich! Sie haben ganze Abteilungen, die ihre Existenz der staatlichen "Förderkulisse" verdanken. Politik und Finanzwirtschaft verweisen auf ihre existierenden "Produkte". Ihr Motto: **Haben wir noch nie gemacht, die anderen machen es auch nicht. Warum sollen wir damit anfangen?** Die Politik? Sie redet vom Subsidiaritätsprinzip - in Sonntagsreden. Auf konkrete Vorschläge antwortet sie mit besserwisserischer Phantasielosigkeit und hängt sich an unpräzisen Formulierungen auf. Angebote zu Gesprächen werden ignoriert. Dass Eigentum verpflichtet und der Mittelstand dies auch so empfindet und deshalb praktiziert, wird mit dem nebulösen Vorschlag der "Einrichtung von Bürgerfonds" gekontert. Wie schrieb ein Ministerialer für seinen Minister auf konkrete Vorschläge: "Ich wünsche Ihnen bei der Weiterentwicklung Ihres Modells viel Erfolg".

Fazit: 50 MB bis 2018 ist möglich

Den Schreiber dieses Beitrags entmutigen diese (ironischen?) Wünsche keineswegs. Nachdem der Breitbandausbau im Bund neu organisiert wird, wird diese Zuständigkeit hoffentlich überprüft - und zwar dahingehend, dass die **Förderbürokratie** mehr Phantasie entwickelt als lediglich **Mitnahmeeffekte für Großunternehmen** zu organisieren und der **Staat** sich wieder auf die **Organisation der Rahmenbedingungen** konzentriert und sich endlich auch wieder in der täglichen Praxis auf das **Subsidiaritätsprinzip** besinnt. Dazu gehört auch, die Finanzwirtschaft daran zu erinnern, dass sie am eigenen Ast sägt, wenn sie die Organisation der Finanzierung von Infrastrukturen allein überregionalen, global tätigen Großunternehmen überlässt. **Denn auch und vor allem hier gilt weit mehr als bei Hartz-4-Empfängern das Prinzip "Fordern statt Fördern"**. Deshalb werden wir uns in der nächsten Ausgabe auch der **Förderpraxis** in **Brandenburg** mit dem Plan "**Glasfaser 2020**" widmen.

Die großen Kabelnetzbetreiber werben gerne damit, dass sie alles aus einer Hand anbieten: Fernsehen, Internet, Festnetz und Mobilfunk. Wie so oft, lohnt sich ein Blick auf das, was verschwiegen wird: Die Beteiligung an TV-Sendern. Wie heikel das Thema ist, zeigt ein Blick in die Vergangenheit: Das Bundeskartellamt hat bei seinen Entscheidungen stets großen Wert darauf gelegt, dass Inhalte und Netze getrennt bleiben. Die Verbindung von Inhalte- und Infrastruktur-Anbietern birgt zu große Missbrauchsgefahr. Mit der Übernahme von Unitymedia und Kabel BW durch Liberty Global ist allerdings genau der Fall eingetreten, den die Wettbewerbshüter vermeiden wollten: Inhalte und Infrastruktur liegen in einer Hand.

Illustrier Senderreigen

Der US-Medienkonzern Liberty Global und sein Vorstandsvorsitzender John Malone verfügen über zahlreiche Beteiligungen an TV-Veranstaltern, die auch im deutschen Medienmarkt vertreten sind:

Discovery Communications: Betreiber von Discovery Channel, Animal Planet, DMAX und - ab April 2014 - TLC

Eurosport: Betreiber von Eurosport und Eurosport 2

QVC: Betreiber von QVC, QVC Plus und QVC Beauty & Style

Missbrauchsgefahr

Das Kartellamt erkannte frühzeitig den großen Einfluss, den Netzbetreiber darauf haben, ob TV-Sender von den Zuschauern wahrgenommen werden. Neben der Frage, ob die Sender überhaupt in die Netze aufgenommen werden, die vor allem Konkurrenten der hauseigenen Sender zittern lässt, spielen günstige Platzierungen in Senderlisten und elektronischen Programmführern eine Schlüsselrolle. Gerade in umkämpften Marktsegmenten wie Sport und Dokumentationen dürfte es großen Einfluss auf die Auffindbarkeit und damit Zuschauerzahl haben, ob ein Sender auf Programmplatz 15, 150 oder noch weiter hinten angesiedelt wird. Hier ist natürlich die Gefahr groß, den hauseigenen Sendern einen Vorteil zu verschaffen. Wenn ein Sender der Konzernfamilie einen weiteren Ableger startet, dürfte dieser zudem kaum Schwierigkeiten haben, von Anfang an in die Netze zu kommen, während sich Dritte erst einmal in der Warteschlange hinten anstellen müssen. Ob es auch eine bevorzugte Behandlung bei den Einspeisekonditionen gibt, spielt da eher eine untergeordnete Rolle: Schließlich wandert das Geld von der einen in die andere Tasche und bleibt damit in der Familie.

Ausweg

Hat das Kartellamt die sonst so akribisch verfolgte Trennung von Netzen und Inhalten bei der Freigabe der Übernahmen von Unitymedia und Kabel BW durch Liberty Global übersehen? Die Aufhebung der Freigabe der Kabel-BW-Übernahme durch das Oberlandesgericht Düsseldorf bietet jedenfalls die Chance, diesen Aspekt bei der erneuten Prüfung des Vorhabens durch das Kartellamt stärker zu beachten, denn dabei müssen Veränderungen mit einbezogen werden, die sich seit der Genehmigung der Übernahme im Dezember 2011 ergeben haben. Und das ist der Fall: Die Malone-Beteiligung Discovery Communications erwarb im Dezember 2012 vom französischen Privatsender TF1 einen 20-Prozent-Anteil an Eurosport - einschließlich der Option, den Anteil auf 100 Prozent aufzustocken. Diese Zunahme der TV-Marktmacht liefert dem Kartellamt gute Gründe, bei der erneuten Prüfung der Übernahme zum Beispiel durch Auflagen sicherzustellen, dass die hauseigenen Sender in den hauseigenen Netzen nicht bevorzugt werden. Dies wäre auch wichtig, um einen funktionierenden Wettbewerb in der Zukunft zu gewährleisten, denn niemand kann ausschließen, dass sich Liberty Global und John Malone noch weitere Sender aneignen.

Unitymedia Kabel BW und der zweite Anlauf: Inhalte und Infrastruktur?

RA Sören Rößner

Noch steht nicht endgültig fest, ob das Bundeskartellamt die Übernahme des Kabelnetzbetreibers Kabel BW durch die Unitymedia-Eignerin Liberty Global erneut prüfen muss, nachdem das Oberlandesgericht Düsseldorf den entsprechenden Freigabebeschluss aufgehoben hat. Die gegen die Entscheidung eingelegte Rechtsbeschwerde und Nichtzulassungsbeschwerde ist noch vor dem Bundesgerichtshof anhängig. Allerdings muss man es derzeit als nicht unwahrscheinlich ansehen, dass die eingelegten Rechtsmittel zurückgewiesen werden.

Kriterien bei erneuter Prüfung

Insofern kann bereits jetzt die Frage gestellt werden, inwiefern sich die Kriterien, die das Bundeskartellamt bei einer erneuten Prüfung anzulegen hätte, von denjenigen im ersten Anlauf unterscheiden könnten. Zunächst liegt es auf der Hand, dass die Maßgaben des Oberlandesgerichts Düsseldorf zu berücksichtigen wären. Dabei würde sich das Bundeskartellamt insbesondere mit den Ausführungen des Senats zur sachlichen und räumlichen Abgrenzung des Signalmarktes sowie zur Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung durch die strukturelle Verhinderung zukünftigen potenziellen Wettbewerbs auseinandersetzen müssen.

Potenzieller Wettbewerb verhindert

So sei nach dessen Auffassung aufgrund ausreichend konkreter Anhaltspunkte mit einiger Wahrscheinlichkeit zu erwarten, dass ohne den Zusammenschluss in den nächsten Jahren im Netzgebiet von Unitymedia, also in Hessen und Nordrhein-Westfalen, potenzieller Wettbewerb durch Kabel BW entstehen würde. Auch würde das Bundeskartellamt die Erwägung des Oberlandesgerichts Düsseldorf zu beachten haben, dass die Verpflichtungen, mit denen die Freigabe dieses Milliarden-Deals verbunden worden waren, nicht geeignet gewesen seien, die aus der Fusion resultierende Verstärkung der marktbeherrschenden Stellung von Unitymedia auf dem leitungsgebundenen Signalmarkt hinreichend zu kompensieren, so dass zu prüfen wäre, ob der Zusammenschluss unter geänderten Bedingungen und Auflagen freigegeben werden kann.

Inhalte-Aktivitäten von Liberty Global

Daneben böte sich im zweiten Anlauf auch die Gelegenheit, sich verstärkt mit den Inhalte-Aktivitäten des Medienkonzerns Liberty Global und denen seines Chairmans John Malone zu befassen. So verfügen diese über zahlreiche Beteiligungen an TV-Veranstaltern, die auch im deutschen Medienmarkt vertreten sind. Zu nennen sind hier Discovery Communications als Betreiber von Discovery Channel, Animal Planet und DMAX, Eurosport als Betreiber von Eurosport und Eurosport 2 sowie QVC als Betreiber von QVC, QVC Plus und QVC Beauty & Style.

Bisherige Spruchpraxis des Kartellamts

Bereits im Jahr 2002 hatte sich das Bundeskartellamt im Rahmen des Versuchs der Übernahme von Kabel Deutschland (KDG) beziehungsweise der entsprechenden Regionalgesellschaften mit den Inhalte-Aktivitäten von Liberty auseinandersetzen und den Deal nicht zuletzt mit Blick darauf untersagt. Schon damals war Liberty über verschiedene Beteiligungsunternehmen als Inhalte-Anbieter tätig. Dies hatte die zuständige Beschlussabteilung seinerzeit maßgeblich in ihre Erwägungen einbezogen.

Verbesserter Zugang zu Inhalten

So hatte das Bundeskartellamt eine zusammenschlussbedingte Verstärkung der marktbeherrschenden Stellungen der KDG-Regionalgesellschaften auch unter dem Aspekt der Verbesserung des Zugangs zu Inhalten gesehen, nämlich durch verbesserten Zugriff auf Inhalte von mit Liberty verbundenen Unternehmen und durch die Erhöhung der Einkaufsmacht - auch verbunden mit der Möglichkeit, Ausschließlichkeitsvereinbarungen mit den Inhalte-Anbietern zu schließen. Hierdurch hätte sich die Position von Liberty im Wettbewerb um Gestattungsverträge verbessert.

Diese Erwägung betraf insbesondere diejenigen Programmveranstalter, an denen Liberty Mitkontrolle ausübte. Die damit verbundenen Einflussmöglichkeiten hätten in der Weise genutzt werden können, dass der Inhalte-Anbieter veranlasst wird, Liberty bevorzugt mit Programmen zu beliefern. Liberty hätte daher im Ergebnis bei Beteiligungsunternehmen günstiger einkaufen können als andere Netzbetreiber, die mit ihr im potenziellen Wettbewerb stehen.

Bevorzugung eigener Sender

Zudem sei zu erwarten gewesen, dass die Liberty-Kanäle nach dem Zusammenschluss bevorzugt in das Netz der erworbenen Regionalgesellschaften eingespeist werden, womit sich deren Bekanntheit und Bedeutung erhöht hätten. Dies konnte nach Ansicht des Bundeskartellamts auch nicht mit dem Hinweis darauf heruntergespielt werden, dass es sich um bloße Spartenkanäle handelte, da dies die Bedeutung von Spartenkanälen für ein digitales Kabelangebot verkenne. Ebenso hatte die Beschlussabteilung im Rahmen ihrer damaligen Beurteilung nicht gelten lassen, dass es sich bei den Beteiligungen an Inhalte-Anbietern um bloße Minderheitsbeteiligungen handelte, da im Zusammenhang mit der Fusion gerade auch die Erwägung eine Rolle gespielt habe, dass diese Beteiligungen von der erweiterten Reichweite profitieren würden.

Der verbesserte Zugang zu Inhalten hätte auch dazu geführt, dass sich die Zuschauer an die von Liberty verbreiteten Programme gewöhnen - mit der Folge, dass der Wohnungsgeber bei der Neuvergabe des Gestattungsantrages einen starken Anreiz hat, sich erneut für Liberty zu entscheiden. Zu einer Gewöhnung hätte auch beigetragen, dass Liberty eigene Programme zusammen mit etablierten und

bekannten Programmen in Paketen zusammenfasst.

Auch Einspeisemärkte betroffen

Darüber hinaus vertrat das Bundeskartellamt im Jahr 2002 die Auffassung, dass durch die Kombination mit den Inhalte-Aktivitäten von Liberty auch die marktbeherrschende Stellung der KDG-Regionalgesellschaften auf den Einspeisemärkten verstärkt worden wäre. So sei ein Kabelnetzbetreiber weniger auf die Einspeisung fremder Inhalte angewiesen, wenn er über eigene Inhalte verfüge. Im Ergebnis sah die Beschlussabteilung angesichts der Tatsache, dass Liberty durch den Zusammenschluss die meisten Breitbandkabelkunden in Deutschland versorgt und das Netz zum Vertrieb eigener Inhalte genutzt hätte, eine deutliche Verstärkung der schon bestehenden marktbeherrschenden Stellung, da die ansonsten zu erzielende Reichweite für Rundfunksender und andere Programmanbieter nicht ausgereicht hätte, um mit wirtschaftlichem Erfolg Konkurrenzprogramme zu denen von Liberty anzubieten.

Untersagung oder verstärkte Medienaufsicht

All diese Aspekte kamen in der bisherigen Prüfung des Bundeskartellamts zu kurz. In einem möglichen zweiten Anlauf könnte es die Chance nutzen, seine früheren Erwägungen mit Blick auf die Inhalte-Aktivitäten von Liberty Global wieder aufzugreifen. Sollte die Beschlussabteilung den Zusammenschluss am Ende trotzdem nicht untersagen, sondern unter - freilich deutlich verschärften - Bedingungen und Auflagen freigeben, wäre die Medienaufsicht jedenfalls in verstärktem Maße gefordert. So wäre im Rahmen der Plattformregulierung darauf zu achten, dass zur Sicherung der Meinungs- und Angebotsvielfalt sowohl Chancengleichheit als auch Diskriminierungsfreiheit in Bezug auf den Zugang und mit Blick auf die Auffindbarkeit sämtlicher Rundfunkangebote umfassend gewährleistet sind, damit andere Inhalte-Anbieter bei der Verbreitung ihrer Angebote weder unbillig behindert noch gegenüber gleichartigen konzerneigenen Konkurrenten ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden.

Der Autor Sören Rößner, LL.M. ist Rechtsanwalt und Mitgründer der Kanzlei MMR Müller Müller Rößner, Berlin, die unter anderem auf das Telekommunikationsrecht, das Medienrecht und das Urheberrecht spezialisiert ist. Zudem fungiert er als Justiziar des Fachverbands für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK).

Neues vom FRK

FRK will Kabelkonzerne vors Kartellamt ziehen

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) wirft Kabel Deutschland und Unitymedia Kabel BW vor, ihre Kunden beim Empfang der Programme von ARD und ZDF zu benachteiligen, und erwägt kartellrechtliche Schritte gegen die beiden größten deutschen Kabelnetzbetreiber.

Mit den Anfang Dezember 2013 gestarteten HD-Versionen der Dritten Programme von MDR, RBB und HR sowie den Digitalkanälen EinsPlus HD, Einsfestival HD und tagesschau24 HD verfügten die öffentlich-rechtlichen Sender über mindestens 19 freie und unverschlüsselte HD-Programme, erklärte der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte.

Während bei den unabhängigen kleinen und mittelgroßen Kabelnetzbetreibern, die mit rund elf Millionen TV-Haushalten mehr als ein Viertel der bundesdeutschen TV-Haushalte über ihre Kabelanlagen versorgen, alle 19 HD-Sender von ARD und ZDF in den Kabelgebühren frei und unverschlüsselt enthalten seien, verbreiteten Kabel Deutschland und Unitymedia Kabel BW im Rahmen ihrer Gebühren lediglich drei HD-Sender der Öffentlich-Rechtlichen, nämlich Das Erste, ZDF und ARTE, kritisierte Labonte.

Es sei schon merkwürdig, dass die beiden größten Kabelnetzbetreiber in Deutschland, die einst die privatisierten Netze von der Deutschen Telekom gekauft hätten, in dieser Frage die gleiche "Firmenpolitik" verfolgten und ihren Kunden wesentliche Programme vorenthielten. Dies sei mit dem Streit über Einspeiseentgelte alleine nicht zu erklären. Vielmehr dränge sich der Verdacht einer kartellwidrigen Absprache auf. Der FRK prüfe deshalb, eine entsprechende Initiative beim Bundeskartellamt zu ergreifen, sagte Labonte.

FRK fordert Klarheit bei Rundfunkbeitrag

"Volle Klarheit statt Nebelbomben" fordert der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) hinsichtlich der Mehreinnahmen aus dem Rundfunkbeitrag. Die gesamte Diskussion nehme immer mehr die Form eines "Wettbewerbs um die lustigste Milchmädchenrechnung" an, kritisiert der

FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte.

In einem [Brief](#) an den sächsischen Ministerpräsidenten Stanislaw Tillich (CDU) rechnet Labonte dem Landeschef vor, dass Mehreinnahmen von einer Milliarde Euro in vier Jahren, also jährlich 250 Millionen Euro, einem Senkungspotenzial des Monatsbeitrags von 0,52 Euro pro Gebührenzahler entspreche - und nicht einem Euro.

Außerdem erinnert Labonte, auch in seiner Eigenschaft als Initiator und Schatzmeister des Bundesverbands Lokal TV (BLTV), daran, insbesondere in Sachsen, aber auch in den anderen östlichen Bundesländern, sei "die Zeit überreif", dass sich die Politik "endlich klar und unmissverständlich" zur lokalen und regionalen Medienvielfalt bekenne, vor allem in den Einzeitungskreisen.

Labonte bekräftigte seine Forderung, das nationale Duale Rundfunksystem in eine Duale Medienordnung fortzuentwickeln. Neben der "unzulänglichen lokalen und regionalen Berichterstattung" der nationalen und regionalen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten müsse sich die lokale und regionale Meinungsbildung der Bürger aus mehr als einer Quelle speisen, nicht allein aus den jeweiligen Monopolzeitungen. Insofern biete sich die "einmalige Gelegenheit", einen Teil der Mehreinnahmen aus dem Rundfunkbeitrag den Landesmedienanstalten zur Einführung der Dualen Medienordnung auf Länderebene zur Verfügung zu stellen. Damit werde die wirtschaftliche Existenz der lokalen Rundfunksender endlich gesichert.

FRK will Versicherer in Breitbandausbau einbinden

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) schlägt ein privatwirtschaftliches Finanzierungsmodell für die Breitbandversorgung im ländlichen Raum vor: Bevor der Versicherungswirtschaft eine geringere Beteiligung der Kunden an den eingezahlten Reserven erlaubt werde, sollten die Versicherungen die Chance nutzen, über regionale Finanzierungsfonds eine jährliche Verzinsung ihrer Anlagen von über 5 Prozent zu erzielen, schreibt der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte in einem Brief an Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble (CDU).

Es sei nicht einzusehen, warum Versicherungsnehmer eine geringere Verzinsung auf ihre Anlagen bekommen sollten, wenn gleichzeitig die Möglichkeit bestehe, in regionalen Infrastrukturfonds mit klaren Due-Diligence-Vorschriften der Bundesregierung zu helfen, ihre Zusage für eine flächendeckende Breitbandversorgung in Deutschland zu erfüllen, erklärte Labonte anlässlich einer FRK-Sitzung in Berlin. "Immerhin gibt es funktionierende praktische Beispiele, bei denen eine durchschnittliche Mindestverzinsung über 15 Jahre von 6 bis 7 Prozent ohne staatliche Zuschüsse garantiert wird."

Einerseits kämpften die Versicherungen seit längerem für eine geringere Beteiligung der Kunden an den angehäuften Reserven, sagte Labonte. Dies werde begründet mit der aktuellen Niedrigzinsphase, die die deutschen Versicherer daran hinderten, die bisherigen Regeln für die Bewertungsreserven zu erfüllen. Andererseits sei Anfang des Jahres im Vermittlungsausschuss von Bundesrat und Bundestag der Versuch gescheitert, die Beteiligung der Kunden an den Bewertungsreserven per Gesetz zu revidieren. Versicherer müssten diese stillen Reserven zum Teil an Kunden ausschütten, deren Verträge auslaufen oder die vorzeitig kündigen.

In einem konkreten Modell, das in Brandenburg in der Niederlausitz über private Mittel finanziert werde, werde nachgewiesen, dass bei entsprechender Due Diligence und Vertriebsmaßnahmen auch in ländlichen Gebieten eine Durchschnittsverzinsung von 6,5 Prozent über 15 Jahre erzielt werde, erklärte Labonte. Bei den auch hier praktizierten Mitnahmeeffekten werde diese Rendite sogar auf über 8 Prozent erhöht.

"Wir sind gespannt, ob in Deutschland auch in Zeiten großer Koalitionen noch konstruktive Vorschläge seitens der Wirtschaft aufgenommen werden. Durch solche innovativen Finanzierungsmöglichkeiten werden die staatlichen Zuschussmittel für die zugesagte flächendeckende Breitbandversorgung in Deutschland auf das notwendige Minimum gesenkt und gleichzeitig das politische Ziel der Chancengerechtigkeit zwischen Stadt und Land schneller und ohne bürokratische Aufwendungen erfüllt", unterstrich Labonte. Der Staat könne sich dann auf die Gebiete konzentrieren, in denen eine ausreichende Breitbandversorgung ohne öffentliche Mittel nicht möglich sei.

In seinem Brief an Schäuble schlägt Labonte vor, dieses Modell genau zu prüfen und der Versicherungswirtschaft statt der Änderung der Regeln für die Bewertungsreserven zu ermöglichen, durch Investitionen in neu zu schaffende "regionale Fonds" für Breitbandinfrastrukturen ihre bisherigen Erträge sicherzustellen. So eröffne die Politik den Versicherern die Chance, die von Schäuble geforderte Erfüllung ihrer gesamtgesellschaftlichen Aufgaben auf völlig neue Weise zu gewährleisten.

Lokal-TV kooperiert mit China

Der Bundesverband Lokal TV (BLTV) kooperiert ab sofort mit der chinesischen Lokalfernsehgruppe Jilin. Ein entsprechender Vertrag wurde von den Betreibern des Thüringer Lokalsenders Salve.TV und Jilin unter Beisein der Thüringer Landesmedienanstalt und der Industrie- und Handelskammer geschlossen.

Eckpunkte der neuen Partnerschaft sind unter anderem Personalaustausch zur weiteren Professionalisierung der Programme in beiden Ländern sowie der Austausch von Expertise und die Weiterentwicklung von Programmformaten. Darüber hinaus vereinbarten beide Organisationen die Herstellung eines neuen deutsch-chinesischen Magazins. Die Sendereihe "Laikanba - die chinesische Stunde" wird bereits in diesem Monat auf lokalen Sendern in Deutschland starten, darunter Salve.TV in Thüringen und rheinmain.tv in Hessen.

"Das ist ein riesiger Schritt für unsere Sender. Der für drei Jahre geplante Ideenaustausch wird unsere Programme inhaltlich bereichern, aber auch um neue Formatmöglichkeiten erweitern", sagte der BLTV-Vorstandsvorsitzende Klaus-Dieter Böhm in Erfurt. Auch die chinesischen Sender seien sehr daran interessiert, von deutschen Lokalprogrammen zu lernen.

Veranstaltungshinweis

Neue Netze, neue Programme, neue Dienste?

Die Deutsche Medienakademie veranstaltet am 23. Januar 2014 in Düsseldorf in Zusammenarbeit mit Eutelsat eine Konferenz, die sich mit der Frage befasst, wie sich neue Inhalte und andere Angebote auf neuen Verbreitungswegen wie Glasfaser-, Stadt- und LTE-Netzen ausstrahlen und refinanzieren lassen. Zu den Referenten der Konferenz, die sich an Inhalte-Anbieter und Netzbetreiber richtet, zählen Jürgen Brautmeier (LfM), Martina Rutenbeck (Eutelsat), Peter Charissé (ANGA), Matthias Kurth (Cable Europe), Jens-Uwe Bornemann (Fremantle Media) und Marc Jan Eumann (Staatssekretär NRW).

Infos & Anmeldung: <http://www.medienakademie-koeln.de/termine/einzelansicht/neue-netze-neue-programme-neue-dienste.html>

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Dietmar Schickel verlässt Tele Columbus

Eine Ära geht zu Ende: Dietmar Schickel, Geschäftsführer von Tele Columbus, verlässt den Kabelnetzbetreiber zum Jahresende 2013.

Der 58-Jährige, der mehr als 27 Jahre in der Geschäftsführung von Tele Columbus arbeitete, will künftig Medien- und Energieunternehmen als selbständiger Experte bei Projekten begleiten. Nach seinem Ausscheiden bleibt er Tele Columbus auch künftig eng verbunden und wird verschiedene Projekte weiterhin begleiten und zum Abschluss bringen.

"Das Unternehmen Tele Columbus ist heute strategisch wie wirtschaftlich hervorragend aufgestellt", sagte Schickel in Berlin. "Nach fast drei Jahrzehnten und vielen positiven Erfahrungen mit Kunden, Partnern und Kollegen widme ich mich nun gerne neuen Herausforderungen im Medien- und Infrastruktursektor."

Der Nachfolger steht bereits fest: Im neuen Jahr 2014 verstärkt Stefan Beberweil als neuer Chief Commercial Officer (CCO) die Geschäftsleitung des Kabelnetzbetreibers. In dieser Funktion ist der 39-Jährige künftig für das gesamte Groß- und Endkundengeschäft und somit für Produkte, Marketing und Vertrieb sowie die Kundenbeziehungen zu den wohnungswirtschaftlichen Partnern zuständig.

Beberweil ist seit 2012 als Senior Vice President B2B bei Unitymedia Kabel BW für den Aufbau des Geschäftskundenbereichs verantwortlich, wo er auf Basis der Kabel-Infrastruktur Lösungen für Geschäftskunden von kleinen Büros über mittelständische Unternehmen bis zu Großkunden entwickelte und vertrieb.

CE-Branche erwartet 9 Milliarden Euro Weihnachtsumsatz

Rund neun Milliarden Euro Umsatz erwartet die Consumer-Electronics-Branche (CE) in Deutschland im Weihnachtsgeschäft. Dies entspricht einem Zuwachs von 4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, wie der Branchenverband gfu in Frankfurt am Main mitteilte.

Erfahrungsgemäß wird rund ein Drittel des Jahresumsatzes der CE-Branche im letzten Quartal erzielt, vor allem um die Weihnachtszeit und den Jahreswechsel. Besonders nachgefragt sind derzeit Smartphones, Tablet-PCs und Zubehör wie Kopfhörer oder Lautsprecher. Im TV-Segment wird eine Belegung des Markts durch Smart-TV-Geräte erwartet, die Internet-Angebote auf den Bildschirm bringen.

Die gfu erwartet, dass 2014 die großen Sportereignisse Olympische Spiele und Fußball-Weltmeisterschaft dem Markt Impulse verleihen werden. Der Jahresumsatz der CE-Branche soll dadurch um rund ein Prozent steigen.

Discovery erhält Lizenz für Frauenkanal

Der US-Fernsehveranstalter Discovery Communications kann seinen Frauenkanal TLC in Deutschland starten: Der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) erteilte dem Sender auf seiner jüngsten Sitzung in München eine Lizenz für die Dauer von acht Jahren.

[TLC](#) will mit seinem 24-Stunden-Programm vor allem Frauen zwischen 14 und 49 Jahren ansprechen. Inhaltlich sind unterhaltende und informierende Dokumentationen, Reportagen und Magazine geplant, wobei sich der Großteil des Programms aus Reality-Serien zusammensetzen soll.

Der Sender soll als werbefinanziertes Free-TV-Angebot bundesweit über Kabel, Satellit und IPTV verbreitet werden. Der Startschuss ist für April 2014 vorgesehen.

Nach dem Männerkanal DMAX ist TLC der zweite Free-TV-Sender von Discovery Communications in Deutschland. Das Unternehmen betreibt außerdem die Pay-TV-Kanäle Discovery Channel und Animal Planet.

ARD startet neue HD-Sender

Die ARD hat am 5. Dezember 2013 ihre neuen HD-Sender auf Astra (19,2° Ost) aufgeschaltet. Satellitenhaushalte können damit das MDR Fernsehen, RBB Fernsehen und hr fernsehen einschließlich der regionalen Fenster in hoher Bildqualität empfangen. Gleichzeitig starteten die ARD-Digitalkanäle EinsPlus, Einsfestival und tagesschau24 ihre HD-Ableger.

Die HD-Versionen der Dritten Programme von MDR, RBB und hr belegen Transponder 61 (10,891 GHz H, SR 22.000, FEC 2/3). Auf Transponder 39 (11,053 GHz H, SR 22.000, FEC 2/3) sind EinsPlus HD, Einsfestival HD und tagesschau24 HD angesiedelt.

Mit dem Start der neuen HD-Kanäle werden nahezu alle Programme der ARD über Satellit im HD-Format ausgestrahlt. Den Anfang machte ARTE HD Anfang 2009, im Februar 2010 folgte Das Erste HD. Im April 2012 kamen die Dritten Programme von BR, NDR, SWR und WDR dazu, ebenso wie die Partnerprogramme KI.KA, Phoenix und 3sat.

Die neuen HD-Sender sind über Astra unverschlüsselt empfangbar. Über die Kabelverbreitung entscheiden die Kabelgesellschaften. Tele Columbus, PrimaCom und Entertain von der Deutschen Telekom zählen zu den ersten Anbietern, die die Programme einspeisen.

Sky startet offene Online-Videothek

Sky Deutschland öffnet sich für Nichtkunden: Der Pay-TV-Veranstalter hat eine Online-Videothek gestartet, über die tausende Spielfilme, Serien und Kindersendungen ohne Sky-Abonnement abgerufen werden können, unter anderem von Walt Disney und HBO.

Zum Pauschalpreis von 9,90 Euro pro Monat können Internetnutzer in Deutschland und Österreich über verschiedene Endgeräte auf [Snap](#) zugreifen. Sky-Kunden zahlen lediglich 4,90 Euro pro Monat. Bis Jahresende 2013 kann Snap kostenlos getestet werden, Sky-Kunden erhalten bis Ende Januar 2014 gratis Zugang. Der Vertrag kann monatlich gekündigt werden.

Das Angebot umfasst Filme wie "Hangover", "Batman Begins", "Iron Man 2" und "The Dark Knight", Serien wie "Boardwalk Empire", "24", "Sex and the City" und "Die Sopranos" sowie Kinderprogramme wie die "Biene Maja", "Dumbo" und "Hannah Montana". Die Titel stehen auf Wunsch in HD und in der Originalsprache zur Verfügung.

Der Zugang ist möglich über PC- und Mac-Computer, Laptops, das iPad, Apple TV (via Airplay) und Smart-TV-Fernseher von Samsung. Das iPhone und iPod touch sollen in Kürze dazu kommen. Snap kann auf bis zu zwei Geräten zeitgleich genutzt werden, vier Geräte lassen sich insgesamt registrieren. Auf dem iPad können die Inhalte auch heruntergeladen und zu einem späteren Zeitpunkt angesehen werden, auch im Ausland.

multithek startet auf Astra

Der Technik-Dienstleister Media Broadcast macht seine multithek Satellitenhaushalten zugänglich: Der interaktive Multimedia-Dienst, der Internet-Angebote auf den TV-Bildschirm bringt, ist ab sofort via Astra (19,2° Ost) verfügbar.

Die multithek, die über die Media-Broadcast-Plattform auf Transponder 113 (12,633 GHz H, SR 22.000, FEC 5/6) verbreitet wird, macht Satellitenzuschauern beispielsweise die Mediatheken von ARD und ZDF und der ProSiebenSat.1-Gruppe oder das Musikfernsehen Muzu.TV via Internet auf dem Fernseher zugänglich.

Jüngster Neuzugang ist die Online-Videothek Kymba, die werbefreie Spielfilme und Serien für Kinder in verschiedenen europäischen Sprachen bietet. Der Zugang zu Kymba kostet 5 Euro pro Monat. Die Sendungen lassen sich auch gegen Einzelbezahlung abrufen. Damit sind erstmals kostenpflichtige Inhalte in der multithek verfügbar. Ebenfalls neu sind Spiele, die direkt mit der Fernbedienung ausgewählt und gespielt werden können.

Voraussetzung für die Nutzung der [multithek](#) ist ein Fernseher mit eingebautem Satellitentuner oder ein Digitalreceiver, der sich für den Multimedia-Standard HbbTV eignet und ans Internet angeschlossen wird. Die Datenrate sollte mindestens 2 Mbit/s betragen.

Die multithek war im Februar 2013 für DVB-T-Haushalte gestartet. Media Broadcast kündigte bereits damals an, dass weitere Verbreitungswege dazu kommen sollen, darunter Kabel und Satellit.

ProSieben Maxx startet via DVB-T in Berlin

Der Sendernetzbetreiber Media Broadcast hat das DVB-T-Angebot im Großraum Berlin um ProSieben Maxx erweitert: Der Free-TV-Sender wird von den Standorten Alexanderplatz und Schäferberg auf Kanal 56 verbreitet.

ProSieben Maxx erreicht auf diese Weise 4,9 Millionen Einwohner. Insgesamt verbreitet die TV-Gruppe ProSiebenSat.1 damit fünf Sender via DVB-T in Berlin.

ProSieben Maxx war bislang nur in München und Südbayern auf digitalen terrestrischen Frequenzen empfangbar.

13th Street HD & Syfy HD im KabelKiosk

Der KabelKiosk von Eutelsat hat sein Pay-TV-Angebot in hoher Bildauflösung ausgebaut: 13th Street HD und Syfy HD wurden ins Abo-Paket "Family HD" aufgenommen.

Die beiden von Universal Networks International Germany betriebenen Sender erreichen über den KabelKiosk über 270 Partnernetze in Deutschland, Österreich, Luxemburg, Liechtenstein und der Schweiz.

13th Street zeigt Thriller und Krimis, während sich Syfy an die Fans der Genres Science-Fiction, Mystery, Fantasy und Abenteuer richtet.

joiz startet HD-Kanal

Der interaktive TV-Jugendkanal joiz verbreitet sein Programm ab sofort auch in hoher Bildauflösung: joiz HD startete auf der IPTV-Plattform Entertain der Deutschen Telekom, weitere Verbreitungswege sollen folgen.

"Wir haben joiz im August 2013 im deutschen Markt lanciert. Nach nur vier Monaten gehen wir nun den Schritt in Richtung HD", sagte joiz-Deutschland-Geschäftsführer Carsten Kollmus in Berlin. "Gleichzeitig bauen wir unsere Reichweite weiter aus. Mit weiteren Plattformen stehen wir bereits in Verhandlungen."

Deutsches Musik Fernsehen in HD

Das Deutsche Musik Fernsehen verbreitet sein Programm ab sofort auch in hoher Bildauflösung.

Der HD-Kanal ist zunächst auf der IPTV-Plattform Entertain der Deutschen Telekom zu empfangen, weitere Verbreitungswege sollen folgen.

Das Deutsche Musikfernsehen richtet sich an die Fans von deutschem Schlager, Deutsch-Pop und Volksmusik. Auf dem Programm des Free-TV-Senders stehen Musikvideos von Interpreten wie Andrea Berg, Helene Fischer oder Beatrice Egli.

Kabel Deutschland verbreitet RTL-Abrufdienste

Die TV-Abrufdienste RTL Now und VOX Now sind ab sofort im Kabelnetz von Kabel Deutschland verfügbar. Die Kabelkunden können damit verpasste Sendungen bis zu sieben Tage nach ihrer Ausstrahlung in voller Länge in TV-Qualität auf dem Fernseher ansehen.

Einige Programme werden auch vor der TV-Ausstrahlung oder länger als sieben Tage lang im Archiv angeboten. Im nächsten Jahr sollen die Abrufdienste der anderen RTL-Sender dazu kommen. Insgesamt umfasst das Video-on-Demand-Portal Select Video von Kabel Deutschland damit Inhalte von 47 Free-TV- und Pay-TV-Sendern. Select Video, das auch eine Online-Videothek mit Spielfilmen bietet, steht 2,75 Millionen Haushalten zur Verfügung.

Mit der Verbreitung von RTL Now und VOX Now bei Kabel Deutschland werden die RTL-Abrufdienste erstmals direkt in ein Kabelnetz eingebunden. Das Angebot ist - wie beim Zugriff auf die Dienste über das Internet - kostenfrei und werbefinanziert. Via Satellit sind die RTL-Abrufdienste auf der Astra-Plattform HD+ in TV-Qualität verfügbar, der Zugang ist allerdings kostenpflichtig.

Die Kabelverbreitung von RTL Nox und VOX Now ist Bestandteil eines umfangreichen Einspeisungsvertrags, den die Mediengruppe RTL Deutschland im Juni 2012 mit Kabel Deutschland abgeschlossen hat.

Telekom holt ZDFmediathek zu Entertain

Die Deutsche Telekom hat das Abrufangebot ihrer IPTV-Plattform Entertain ausgeweitet: Die Kunden können ab sofort die Sendungen der ZDFmediathek über ihren Fernseher abrufen.

Dabei stehen alle Funktionen wie Pause-Taste, Suche und Merkliste zur Verfügung. Das Angebot, das die Entertain-Kunden kostenfrei nutzen können, umfasst Programme von ZDF, ZDFneo, ZDFinfo, ZDFkultur und 3sat.

Die ZDFmediathek kann, während der jeweilige ZDF-Sender läuft, über die rote Farbtaste der Fernbedienung oder den Menüpunkt "TV-Mediatheken" aufgerufen werden. Eine spezielle ZDF-Suche hilft zudem beim Auffinden bestimmter Sendungen.

Mit der [ZDFmediathek](#) enthalten die Online-Videothek und TV-Mediatheken von Entertain insgesamt rund 35.000 Filme, Serien, Nachrichtensendungen und Dokumentationen. Neben dem ZDF werden von mehr als 30 weiteren TV-Sendern Inhalte zur Verfügung gestellt, darunter DMAX, Sport1, Syfy, TNT Serie und Disney Junior.

Mit Entertain ist die ZDFmediathek neben dem eigenen Internet- und HbbTV-Portal erstmals auf einer Drittplattform zugänglich. Die Telekom will weitere Mediatheken in ihren Abrufdienst aufnehmen, darunter auch die ARD-Mediathek.

Spiegel.TV zeigt Kinofilme gratis

Spiegel.TV, das Web-TV-Portal der Spiegel-Gruppe, nimmt Kinofilme in sein Angebot auf. An jedem Wochenende lassen sich im Menüpunkt "Thema" unter "Kino@Spiegel.tv" ab sofort deutsche Spielfilme in voller Länge kostenlos abrufen.

Ergänzend gibt es Dokumentationen und Reportagen von Spiegel TV und den Kooperationspartnern BBC, Vice und NDR, die sich mit den Themen der Kinoproduktionen auseinandersetzen. Die Filme sind jeweils zwischen Freitag, 16 Uhr, und Montag, 10 Uhr, freigeschaltet.

Geliefert werden die Filme von alleskino.de, der Online-Videothek für deutsche Spielfilme, mit der [Spiegel.TV](#) eine Zusammenarbeit vereinbart hat. Zum Angebot zählen Titel wie "Berlin Calling", "Fraktus", "Zur Sache Schätzchen", "Der Unhold", "Marlene" und "Schuld sind immer die anderen".

Make Music TV startet Musikabrufdienst

Der Musikrechtehändler Make Music TV hat einen Video-on-Demand-Dienst für Musikfans gestartet: Zum Pauschalpreis von 9,90 Euro pro Monat können Internetnutzer hunderte Konzerte und Dokumentationen in voller Länge auf Endgeräten ihrer Wahl abrufen.

Das Angebot, das in ganz Europa zur Verfügung steht, umfasst Musiker aller Stilrichtungen von Lady Gaga, Eminem und Foo Fighters bis zu Slayer und Cap Calloway. Auch bislang unveröffentlichtes Material vom Rockwell Festival, Olly Murs oder Lou Reed steht bereit.

[Make Music TV](#) ist auf allen gängigen Smartphones und Tablet-PCs sowie auf PCs, Notebooks und Macs zugänglich. Das Angebot, das laufend ausgebaut wird, lässt sich zunächst 30 Tage lang in vollem Umfang kostenlos testen.

Disney Channel startet mit HD-Kanal

Im nächsten Jahr werden die Karten auf dem deutschen Kinder-TV-Markt neu gemischt: Am 17. Januar 2014 startet der Disney Channel im Free-TV und tritt damit in Konkurrenz zu den etablierten Kinder- und Familienkanälen Super RTL, KI.KA und Nickelodeon.

Als "Leuchtturm-Projekt" soll der neue Sender die Bekanntheit der Marke Disney stärken, sagte Disney-Manager Ralf Gerhardt der Zeitschrift "Infosat". Mit einer Mischung aus Klassikern, neuen Serien und Eigenproduktionen will das Programm sein Publikum gewinnen. Direkt zum Sendestart wird der Disney Channel parallel auch in hoher Bildauflösung (HD) zu sehen sein - wo genau, ist bislang aber noch offen.

Der Sender übernimmt die Programmplätze des Unterhaltungskanals Das Vierte via Kabel, Satellit, IPTV und DVB-T und erzielt auf diese Weise eine Reichweite von 93 Prozent der Haushalte. Die Verbreitung über DVB-T soll langfristig beibehalten werden: "Bislang gibt es keine anderslautenden Pläne", sagte Gerhardt. Zusätzlich wird der Disney Channel als Livestream im Internet zu sehen sein, ausgewählte Sendungen stehen auch online in einem Sieben-Tage-Abrufangebot zur Verfügung.

Kabel Deutschland bietet 200 Mbit/s-Internet

Kabel Deutschland verdoppelt die Geschwindigkeit seines schnellsten Internetzugangs: Kabelkunden in Mainz können im Rahmen eines Pilotprojekts ab sofort mit einer Datenrate von 200 Mbit/s surfen.

"Einmal mehr zeigen wir bei Kabel Deutschland, wie leistungsfähig unsere Infrastruktur aus Glasfaser und Koaxialkabel ist. Und mit 200 Mbit/s haben wir das Limit noch keineswegs erreicht", sagte Vorstandschef Adrian von Hammerstein in Mainz. Bislang lag die höchste Datenrate bei 100 Mbit/s.

Der Hochgeschwindigkeitszugang läuft über das vorhandene Kabelnetz, Straßen müssen nicht aufgerissen werden. Technische Grundlage ist der DOCSIS-3.0-Standard, der bereits in 90 Prozent der von Kabel Deutschland versorgten Haushalte verfügbar ist. Bis zu 400 Mbit/s wären damit möglich. Die Weiterentwicklung DOCSIS 3.1 schafft noch höhere Datenraten.

Das Paket "Internet & Telefon 200", das Kabelkunden in Mainz ab sofort buchen können, bietet neben 200 Mbit/s im Download eine Upload-Datenrate von 12 Mbit/s. Der Monatspreis beträgt 39,90 Euro im ersten Jahr, danach 59,90 Euro. Die Mindestvertragslaufzeit sind 24 Monate. Im Paket ist neben einer Internet-Flatrate auch ein Telefonanschluss mit einer Flatrate für Gespräche ins deutsche Festnetz enthalten.

Eusanet kombiniert Sat-Internet mit IPTV

Der Internet-via-Satellit-Anbieter Eusanet hat in der Eifelgemeinde Gellenberg ein Pilotprojekt gestartet, bei dem erstmals in Europa ein schneller Internetzugang via Satellit mit TV-Programmen im IP-Verfahren über vorhandene örtliche kupferbasierte Telefonnetze mittels DSL-/VDSL-Technologie angeboten werden.

Die angeschlossenen Haushalte erhalten dadurch neben Breitband-Internet mit bis zu 30 Mbit/s eine Versorgung mit digitalen TV-Programmen in herkömmlicher Bildauflösung. Hierzu werden die am Einspeisepunkt via Satellit empfangenen TV-Sender direkt ins IP-Format gewandelt und in die Haushalte gestreamt. Die Nutzer können mit einer entsprechenden App das IPTV-Angebot auch auf mobilen Endgeräten wie Smartphones, Tablets oder Laptops im Haushalt empfangen. Da der TV-Dienst nicht über das Internet herangeführt, sondern auf der letzten Meile eingespeist wird, zählen die TV-Streams auch nicht zum monatlich Datenvolumen des gewählten Internet-Tarifs.

Für die Weitergabe der TV-Streams an den Flachbildschirm benötigen Haushalte einen Receiver mit Linux-basiertem Mediacenter. Daran anschließbar sind eine externe Festplatte mit PVR-Funktion für Aufzeichnungen von Sendungen sowie ein USB-WLAN-Stick. Das Gerät lässt sich über eine Fernbedienung oder alternativ über eine kostenlose Handy-App (iOS/Android) steuern.

"Wir wollen mit diesem Piloten unsere Internet-Anbindung entlasten, da vor allem die junge Generation zunehmend zuhause TV auf mobilen Endgeräten anschaut. Die jetzt realisierte Lösung ist datenvolumenneutral und bietet allen Haushaltsmitgliedern die Möglichkeit, digitales Fernsehen auf jedem gewünschten Endgerät zu schauen, ob auf dem Flachbildfernseher oder einem mobilen Endgerät", sagte Eusanet-Geschäftsführer Stephan Schott. "Für die teilnehmenden Haushalte ist der IPTV-Dienst kostenfrei. Bei entsprechender Akzeptanz denken wir über ein neues IPTV-Servicepaket und sogar über einen Ausbau der Lösung in Richtung HD nach."

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

Fax: +49 (0) 6136-85708

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

Partner:

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

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

Redaktionsleitung: Dr. Jörn Krieger

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)