

VECTORING

Die völlig andere Betrachtungsweise

Standpunkte, Standards, Standbeine

Ausgabe 13 • Oktober 2014

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Medienbranche steht ein heißer Herbst bevor. Nicht nur wegen des bevorstehenden Kabelkongresses am 6. und 7. Oktober 2014 in Leipzig, der mit hochkarätigen Referenten, kontroversen Diskussionen und neuen Perspektiven wieder für Aufsehen sorgen wird, sondern auch wegen des umstrittenen Themas Vectoring, bei dem noch viele Fragen offen sind.

In unserem Leitartikel werfen wir einen etwas anderen Blick auf die Hintergründe, Zusammenhänge und Konsequenzen rund um Vectoring. Rechtsanwalt Sören Rößner befasst sich in seiner juristischen Betrachtung mit der Frage, ob der Breitbandausbau mittels Vectoring über Beihilfen förderfähig ist - und kommt zu einem eindeutigen Ergebnis.

In dieser Ausgabe setzen wir zudem unsere Interviewserie mit Entscheidungsträgern aus Politik und Wirtschaft zu aktuellen Entwicklungen, Fragen und Herausforderungen der Medienbranche fort. Wir sprachen mit Martina Rutenbeck, Geschäftsführerin der KabelKiosk-Betreibergesellschaft M7 Deutschland, über die IPTV-Plattform, die das Unternehmen nach dem Vorbild des KabelKiosks für City Carrier, Stadtwerke, Glasfasernetzbetreiber und andere IPTV-Anbieter aufgebaut hat.

Neuigkeiten vom FRK, Veranstaltungshinweise und Kurzmeldungen runden die aktuelle Ausgabe ab.

Herzliche Grüße

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

Inhalt

[Vectoring - einmal völlig anders betrachtet... ..oder erhöht die Junkerkommission die Wahlbeteiligung?](#)

[Breitbandausbau: Ist Vectoring förderfähig?](#)

[KabelKiosk baut IPTV-Standbein auf: Interview mit Martina Rutenbeck](#)

[Neues vom FRK](#)

[Veranstaltungshinweise](#)

[Kurzmeldungen](#)

[Vectoring - einmal völlig anders betrachtet...
...oder erhöht die Junkerkommission die Wahlbeteiligung?](#)

Heinz-Peter Labonte

"Vectoring!" DIE Eierlegendewollmilchsau der Telekommunikationsindustrie? DER Weg der Bundesregierung und ihrer mehr als 30% Beteiligungsgesellschaft Deutsche Telekom AG (DTAG) für das Erreichen ihres Infrastrukturziels: Die flächendeckende Versorgung aller deutschen Haushalte mit 50 Mbit/s bis 2018. Die sachliche und rechtliche Würdigung von Vectoring nimmt in dieser Ausgabe unser Autor Sören Rößner vor. Aber es ist an der Zeit, einmal die übrigen "erkenntnisleitenden Interessen" hinter den Aktivitäten der in diesem Telekommunikationssektor Handelnden zu betrachten.

[Lesen Sie mehr](#)

Breitbandausbau: Ist Vectoring förderfähig?

RA Sören Rößner

Ende Juli dieses Jahres wurde in Deutschland ein Register, die so genannte Vectoring-Liste, eröffnet, in das die Telekommunikationsunternehmen ihre jeweiligen Planungen für den Breitbandausbau mit Hilfe der Vectoring-Technik eintragen lassen. Auf diese Weise können sich die Unternehmen den ungestörten Vectoring-Einsatz und die dafür zu tätigen Investitionen absichern lassen. Hierbei werden die entsprechenden Kabelverzweiger für den jeweiligen Anbieter reserviert; diese müssen innerhalb eines Jahres für Vectoring ausgebaut werden.

[Lesen Sie mehr](#)

KabelKiosk baut IPTV-Standbein auf: Interview mit Martina Rutenbeck

Dr. Jörn Krieger

Der KabelKiosk will in den IPTV-Markt vorstoßen: Das Kölner Unternehmen, das jüngst von der Luxemburger M7 Group übernommen wurde, hat nach dem Vorbild seiner vor elf Jahren gestarteten Programm- und Service-Plattform für Kabelnetzbetreiber eine IPTV-Plattform für City Carrier, Stadtwerke, Glasfasernetzbetreiber und andere IPTV-Anbieter aufgebaut. MediaLABcom erfuhr von Martina Rutenbeck, Geschäftsführerin der Betreibergesellschaft M7 Deutschland, was sich der KabelKiosk vom neuen Standbein verspricht, wie es mit dem klassischen Kabelgeschäft weitergeht und welche Rolle kleine und mittelgroße Kabelnetzbetreiber künftig für den KabelKiosk spielen.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

Innovative Finanzierungsmodelle für den Aufbau von Breitbandnetzen in unterversorgten Gebieten

Beim 17. Kabelkongress stehen die Regionen Deutschlands im Mittelpunkt, die trotz der Breitbandinitiative der Bundesregierung immer noch auf Highspeed-Internet warten. Dort, wo die großen Carrier wegen angeblich mangelnder Rendite ihre Netze nicht ausbauen, liegt die Chance für mittelständische Netzbetreiber. Wie Ausbauprojekte mit Hilfe von privaten und institutionellen Anlegern (zum Beispiel Versicherungen) über Banken finanziert werden können, diskutieren Kabelnetzbetreiber und Wirtschaftsexperten zusammen mit Tim Brauckmüller, Geschäftsführer des Breitbandbüros des Bundes, am 7. Oktober 2014 im Congress Center Leipzig.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweise

Kabelkongress diskutiert über Analogabschaltung, Breitbandfinanzierung und Lokal-TV-Vermarktung

Am 6. und 7. Oktober 2014 kommen die Experten der Kabel- und Medienbranche im Leipziger Congress Center zum 17. Kabelkongress zusammen. Der Kongress wird gemeinsam vom Fachverband für Rundfunk und Breitbandkommunikation (FRK) und dem Bundesverband Lokal TV (BLTV) veranstaltet und findet in Kooperation mit der 9. Fernsehmesse der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) statt.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Tele Columbus wird Aktiengesellschaft

Die Tele Columbus Holding GmbH, operative Konzerngesellschaft des drittgrößten deutschen Kabelnetzbetreibers Tele Columbus, hat ihren Namen und ihre Rechtsform geändert und firmiert künftig als Tele Columbus AG. Die Umfirmierung in eine deutsche Aktiengesellschaft wurde mit der Eintragung in das Handelsregister Berlin am 12. September 2014 rechtswirksam. Die Änderung der Rechtsform hat

keinerlei Auswirkungen auf das operative Geschäft oder den Unternehmenssitz der Tele Columbus Gruppe, der unverändert in Berlin verbleibt.

[Lesen Sie mehr](#)

Vectoring - einmal völlig anders betrachtet...

Heinz-Peter Labonte

...oder erhöht die Junkerkommission die Wahlbeteiligung?

"Vectoring!" DIE Eierlegendewollmilchsau der Telekommunikationsindustrie? DER Weg der Bundesregierung und ihrer mehr als 30% Beteiligungsgesellschaft Deutsche Telekom AG (DTAG) für das Erreichen ihres Infrastrukturzels: Die flächendeckende Versorgung aller deutschen Haushalte mit 50 Mbit/s bis 2018. Die sachliche und rechtliche Würdigung von Vectoring nimmt in dieser Ausgabe unser Autor Sören Rößner vor. Aber es ist an der Zeit, einmal die übrigen "erkenntnisleitenden Interessen" hinter den Aktivitäten der in diesem Telekommunikationssektor Handelnden zu betrachten.

Letzte Ausfahrt EU-Kommission

Unter anderem auch deshalb, weil die Generaldirektion Wettbewerb der Europäischen Kommission am 11. September 2014 die Bundesregierung um Sachverhaltsaufklärung zu der [Beschwerde](#) mittelständischer Wettbewerber der DTAG bei der Ausschreibung zum "Entwicklungskonzept Brandenburg Glasfaser 2020" aufgefordert hat.

Technik bestimmt Politik

Dazu gehört, dass vielen der politisch Handelnden schnell ein "technisches X" als "politisches U" verkauft werden kann. Hundertschaften von Lobbyisten sind dafür extra ausgebildet und "angesetzt". Welcher Parlamentarier, Politiker oder Verwalter ist denn noch Techniker? Schließlich holt man sich die Experten "von außen". Notfalls helfen sie einem doch auch noch bei der Formulierung von Gesetzes- oder Verwaltungsvorschriften. Man bekommt die "Spezialisten" von dort wo sie sind bzw. von wo sie empfohlen werden. Die den Handelnden bekannten bzw. empfohlenen Techniker nämlich. Lange bekannt aus der Lobbyarbeit der Verbände und ihrer Mitgliedsunternehmen. Und so bestimmen dann diese Techniker die Politik. "Haben wir schließlich immer so gemacht!" Und deshalb läuft die politische Expertise des "Expertenparlamentes" jener der Unternehmenstechniker zwei bis drei Jahre hinterher. Kritiker: Fehlanzeige - oder gar unerwünscht? Man betrachte einmal die Zusammensetzung der "Digitalen Netzallianz".

"Transparente" Strukturen

Wäre doch tolerabel. Wenn die Strukturen transparent gemacht würden. Nehmen wir das Beispiel "Vectoring" als pars pro toto. Geht man ins Detail, ist es unter Kapitalmarktaspekten logisch, dass die Bundesregierung bei ihrem Ziel der Haushaltskonsolidierung ein Interesse haben muss, ihre Beteiligungen so werthaltig zu machen, dass bei einem Anteilsverkauf der über 30% Staatsanteile möglichst viel Geld in die Kasse kommt. Wie damals beim Verkauf der "Volksaktie" DTAG. Also macht es doch Sinn, jetzt durch Förderung von Vectoring die Werthaltigkeit der Telekomaktie nicht nur zu sichern, sondern langfristig bis zum Verkauf zu steigern. Wie? Ganz einfach: Man schaut nicht auf die Breitbandleitlinien der EU, sondern geht über Förderbedingungen wie z.B. Entbündelung, Technologieutralität nonchalant weg. Wegen bürokratischer Probleme macht die Bundesnetzagentur (schließlich ist die Leitung "völlig unpolitisch") die DTAG zu ihrer Hilfsagentur. Und das Bundeskartellamt? Wirkt dort etwa die Politik mit? Ach was! Als würden Leitungspositionen jemals von parteipolitischen Interessen beeinflusst (Vorsicht! Auf Ironie muss man in Deutschland schließlich immer extra hinweisen). Ein Schelm, der bei Bundesaufsichtsbehörden unterstellt, sie könnten auf Werthaltigkeitsinteressen von Regierungsbeteiligungen Rücksicht nehmen. Die Regierung sitzt doch nur in den Aufsichts-, Verwaltungs- und Beiräten und lässt notfalls jede diesbezügliche Einflussnahme auf Personal- und Sachpolitik als "böswillige Unterstellungen" zurückweisen. Und geht davon aus, dass der von ihr beschworene "mündige Bürger" das auch glaubt. Insofern alles konsequent, man handelt nach den Grundsätzen der Finanzmärkte und erhöht die "Wettbewerbsfähigkeit" des eigenen Beteiligungsunternehmens, um die eventuelle Verkaufsrendite zu steigern. Kommt auch den beteiligten Finanzinvestoren der DTAG zugute.

Konsequenzen für die anderen Marktteilnehmer

Die Wettbewerber dürfen derweil Markt spielen. Sie dürfen, um beim Beispiel Vectoring zu bleiben, Windhund bei der Erschließung der lange amortisierten rund 290.000 Kabelverzweiger (KVZ) spielen, die sich die DTAG nicht im Vorfeld mit ihrem Kennnismonopol der Wirtschaftlichkeit gesichert hat. Steigert den Wert der DTAG-Bundesbeteiligung durch nochmalige Amortisation der Kupferzweidrahtleitung. Bekanntlich wickelt die DTAG die dazugehörigen "Hand- und Spanndienste" natürlich nur der Verwaltungsvereinfachung wegen gleich selbst im Auftrag der Aufsichtsbehörde ab. Und die Verbände

klatschen dazu Beifall und lassen ihre Mitglieder als Windhunde zum Wettbewerber rennen. Man verträgt sich lieber als sich zu schlagen. So verzichten z.B. auch Wohnungswirtschaftsunternehmen mit Billigung ihrer Verbände seit Jahren bei der DTAG selbstverständlich auf Gestattungsverträge und -gebühren für die Nutzung alter DTAG-Leitungen für neue Dienste. Während sie diese seit Jahrzehnten von der Wettbewerbern verlangen. Zur Überprüfung dieses faktischen Kartells sieht die Wettbewerbsbehörde trotz diverser Kartellverfahren bei der Fusion von Kabelfirmen offenbar bisher keinen Anlass. Vielleicht wird ja mal einer der Verbände mutig und beschwert sich offiziell. Und wie sehen die "mündigen Bürger" diese Verhaltensstrukturen? Sie erkennen die Absicht und gehen nicht mehr wählen. Denn in den Politikfeldern, mit denen sie nicht so vertraut sind, vermuten sie die gleichen strukturellen Verhaltensmuster.

Konsequenzen für die Förderpraxis

Dies unter anderem auch deshalb, weil in der föderalen Konsequenz bundesrepublikanischen Handelns politisch unabhängige Institutionen wie der Landkreistag oder das bayerische Breitbandzentrum auf die damit verbundenen Förderrisiken in Bezug auf die Brandbandleitlinien der EU hinweisen. Aber weder diese Warnungen noch direkte Gespräche im Vorfeld der Ausschreibung hinderten z.B. Christoffers und die SPD-geführte Landesregierung in Brandenburg daran, allein auf Vectoring zu setzen. Und alle anderen Technologien von ihrem Förderkonzept auszuklammern. Dabei die EU-Fördermittel ungeniert zur Entlastung des Landeshaushalts einsetzend. Das Risiko der Rückzahlung, wie Beck beim Nürburgring, oder des Verlusts, wie beim BER, rechthaberisch missachtend.

Staatsmonopol DTAG durch die Hintertür

Vorwärts Kameraden/-innen, wir müssen zurück! Zum vor 16 Jahren aufgegebenen Monopol. Die ganz große Koalition also, von CDU über SPD bis zur Linken. Alles um nach den bewährten Regeln des Kapitalmarkts der DTAG die Wettbewerber vom Hals zu halten. Dieses Eindruckes kann sich zumindest der Interessierte, der "mündige Bürger" nicht erwehren. Wen wundert also die verminderte Wahlbeteiligung bei Wahlen zum Bundestag oder Landtagen, z.B. rund 48% in Brandenburg? Diese Praxis lässt nach Alternativen suchen. Denn sie wird als pars pro toto für alle Politikbereiche empfunden und betrachtet.

Die ganz große Finanzkoalition führt zur Wahlenthaltung der "Durchblicker"

Daher ist es pure Hilflosigkeit der heute politisch Verantwortlichen, von "Entpolitisierung" oder "Wahlmüdigkeit" zu reden. Oder Wahllokale in Supermärkte verlegen zu wollen. Nein, hier handelt es sich auch nicht um Protest der Wähler. Es handelt sich um eine schleichende Delegitimierung des repräsentativen Systems. So werden z.B. die Versicherten lieber in einer Kumpanei mit den Versicherungskonzernen um ihre Ersparnisse für die Alterssicherung gebracht, als die Versicherungen aufzufordern, die Renditen durch Investitionen in durchaus rentable Breitbandinfrastrukturen zu sichern bzw. zu erhöhen. Insofern ist es gut, dass sich immer wieder neue politische Organisationen mit mehr oder weniger Erfolg etablieren. Die Grünen mit Bündnis 90 verdanken dieser Sehnsucht der "Nichtwähler", der "Transparenzfordernden" oder der "politischen Strukturkritiker" ebenso ihre Existenz wie die Piratenpartei oder nun die AfD. Immer aber kommt es darauf an, ob und wie sie sich in den politischen Prozess der "kreativen Intransparenz" einfangen lassen. Sollte es der AfD im Gegensatz zu den Piraten tatsächlich gelingen, sich nicht einfangen zu lassen und ihren Transparenzforderungen parlamentarische und außerparlamentarische Taten folgen zu lassen, wird die nächste Wahl richtig interessant.

Fazit: Hoffnungsträger Oettinger und Junkers?

Es sei denn, die neue Junkerkommission in Brüssel wird den Erwartungen gerecht, die die neue Kommissionsstruktur und die Ankündigungen des Präsidenten bei Europaoptimisten geweckt haben. Und wird zur Alternative der AfD. Oder, wieder pars pro toto, wenn z.B. der Kommissar Oettinger sich mit seinen Kollegen mehr der Durchsetzung der den Wettbewerb sichernden Breitbandleitlinien der EU widmet. Und zwar ohne Ansehen der offenbar mehr vom Finanzmarkt geleiteten Interessen des DTAG-Anteilsbesitzer und Kommissarnominierers Bundesregierung. Dann könnte "Vectoring" sogar am Beispiel Brandenburg zu einem Exempel für die Handlungsfähigkeit der EU werden, die Sicherung des Wettbewerbs und der Chancen kleiner und mittlerer Unternehmen in der EU beispielgebend für alle Politikbereiche auch gegen die Regierungen durchzusetzen. Gleichzeitig würde dies die Legitimation der EU im Wettbewerb der europäischen mit den nationalen Institutionen nachhaltig stärken. Allerdings nur, wenn diese Handlungsmaximen auch für die anderen Politikbereiche der EU-Kommission - trotz aller nationalen Einzelinteressen - beherzigt werden. Höhere Beteiligung an Wahlen zum EU-Parlament wäre die Konsequenz.

Ende Juli dieses Jahres wurde in Deutschland ein Register, die so genannte Vectoring-Liste, eröffnet, in das die Telekommunikationsunternehmen ihre jeweiligen Planungen für den Breitbandausbau mit Hilfe der Vectoring-Technik eintragen lassen. Auf diese Weise können sich die Unternehmen den ungestörten Vectoring-Einsatz und die dafür zu tätigen Investitionen absichern lassen. Hierbei werden die entsprechenden Kabelverzweiger für den jeweiligen Anbieter reserviert; diese müssen innerhalb eines Jahres für Vectoring ausgebaut werden.

Ob ein Unternehmen den Zuschlag erhält, ist davon abhängig, ob auch Konkurrenten ihr Interesse an diesem Kabelverzweiger angemeldet haben. Soweit dies der Fall ist, erfolgt die Reservierung nach dem Windhundprinzip: Zum Zuge kommt der schnellste Betreiber.

Einige Unternehmen haben ihre Ausbaupläne bereits kundgetan. So will die Deutsche Telekom rund 38.000 Kabelverzweiger für den Ausbau reservieren. Bemerkenswert erscheint in diesem Zusammenhang insbesondere, dass die Vectoring-Liste von der Telekom selbst geführt wird. Ob die hierzu aufgestellten Regeln der Bundesnetzagentur geeignet sind, Missbrauch, insbesondere Blockaden und die Fokussierung auf besonders lukrative Kabelverzweiger mit vielen Interessenten, zu verhindern, erscheint zweifelhaft, zumal die Sanktionen im Falle von Verstößen keine hinreichende Abschreckung darstellen dürften und der Reservierungsprozess nicht transparent ausgestaltet ist.

Dass ein solches Anmeldeverfahren überhaupt erforderlich ist, liegt darin begründet, dass nach dem derzeitigen Stand der Technik ein gemeinsames Vectoring auf einem Kabel durch zwei Netzbetreiber nicht möglich ist, so dass an einem breitbandig erschlossenen Kabelverzweiger nur ein Netzbetreiber Vectoring einsetzen kann.

Zu den beihilferechtlichen Konsequenzen dieses Umstandes hat etwa das Bayerische Breitbandzentrum ausgeführt, dass eine durch eine Beihilfemaßnahme geförderte Infrastruktur - den Vorgaben der Leitlinien der Europäischen Union für die Anwendung der Vorschriften über staatliche Beihilfen im Zusammenhang mit dem schnellen Breitbandausbau, der so genannten Breitbandleitlinien, folgend - eine tatsächliche und vollständige Entbündelung erlauben und alle verschiedenen Arten von Netzzugängen, die Betreiber nachfragen könnten, bieten müsse. Eine solche Entbündelung sei bei einem Vectoring-Ausbauprojekt jedoch gerade nicht mehr möglich. Aus diesem Grund scheidet eine Förderung solcher Projekte aus.

Auch der Beirat der Bundesnetzagentur hat in diesem Zusammenhang auf die Vorgaben der Breitbandleitlinien verwiesen, nach der alle interessierten Unternehmen zu fairen und diskriminierungsfreien Bedingungen Zugang zu dem geförderten Netz erhalten müssen, denen zudem die Möglichkeit einer entsprechenden Entbündelung geboten werden müsse. Letzteres sei jedoch beim Einsatz der Vectoring-Technik derzeit nicht möglich. Daher könnten im Falle öffentlich geförderter Breitbandprojekte, bei denen Vectoring eingesetzt wird, Konflikte zum beihilferechtlichen Gebot der vollständigen Entbündelung auftreten.

In diesem Sinne hat sich auch der Deutsche Landkreistag geäußert. Mit Blick auf die Beihilferelevanz der Vectoring-Technologie und die Vorgaben der Breitbandleitlinien bestehe das Risiko, dass für die Erschließung von Kabelverzweigern gezahlte Fördermittel, bei denen aufgrund von Vectoring ein entbündelter Zugang nicht mehr angeboten werden kann, zurückzufordern sein werden. Um dieses Risiko zu vermeiden, komme in Betracht, Kabelverzweiger, die unter Einsatz öffentlicher Mittel erschlossen wurden, vom Vectoring auszunehmen.

Diese Erwägung ist deswegen berechtigt, weil nach den Breitbandleitlinien der effektive Zugang Dritter zu der geförderten Breitbandinfrastruktur auf Vorleistungsebene eine unverzichtbare Komponente jeder Maßnahme zur Breitbandförderung darstellt. So sollen durch die Gewährleistung eines solchen Zugangs Drittbetreiber mit dem ausgewählten Bieter in Wettbewerb treten können, wodurch die Wahlmöglichkeiten und der Wettbewerb in den von der Maßnahme abgedeckten Gebieten vergrößert und gleichzeitig regionale Dienstleistungsmonopole vermieden werden. Sofern diese Voraussetzung nicht erfüllt ist, besteht das Risiko, dass die Beihilfe für unvereinbar mit dem Binnenmarkt erklärt wird.

Dies gilt auch in Ansehung der weiteren Vorgaben der Breitbandleitlinien. So ist bei der Förderung des Breitbandausbaus insbesondere das Gebot der Technologieneutralität zu beachten. Dies bedeutet, dass angesichts der unterschiedlichen technischen Lösungen zur Breitbandversorgung bei einer Ausschreibung keine der möglichen Technologien oder Netzplattformen bevorzugt oder ausgeschlossen werden sollte. Die Bieter sollten demnach berechtigt sein, die Versorgung mit den geforderten Breitbanddiensten unter Nutzung von Technologien vorzuschlagen, die sie als am besten geeignet erachten.

Zweifelhaft erscheint freilich, ob es derzeit überhaupt möglich ist, die Breitbandversorgung mit der VDSL-Technologie unter Verzicht auf den Einsatz von Vectoring so wesentlich zu verbessern, wie es die Breitbandleitlinien vorgeben. Denn dies stellt eine weitere unabdingbare Voraussetzung für die Förderfähigkeit eines entsprechenden Ausbauprojekts dar. Es empfiehlt sich daher, überhaupt nur solche

Netze mit öffentlichen Mitteln zu fördern, bei denen die Anbieter nicht auf Vectoring angewiesen sind, um eine wesentliche Verbesserung der Breitbandversorgung in diesem Sinne zu erzielen.

Denn ein Verstoß gegen europäisches Beihilferecht wäre mit erheblichen Folgen verbunden. Ein solcher zöge die Nichtigkeit der in diesem Zusammenhang geschlossenen Verträge und die Rückforderung der gewährten Beihilfen nach sich. Mit Blick auf das beihilferechtliche Durchführungsverbot stünden den nicht zum Zuge gekommenen Wettbewerbern des Beihilfeempfängers nach der höchstrichterlichen Rechtsprechung gegen die beihilfegewährende Stelle überdies grundsätzlich Unterlassungs-, Auskunfts- und Schadensersatzansprüche zu. Alle Beteiligten sind daher gut beraten, bei der Vergabe entsprechender Fördermittel zur Vermeidung von Nachteilen entsprechend vorausschauend zu agieren.

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 Fachverbandes für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK).

KabelKiosk baut IPTV-Standbein auf: Interview mit Martina Rutenbeck

Dr. Jörn Krieger

Der KabelKiosk will in den IPTV-Markt vorstoßen: Das Kölner Unternehmen, das jüngst von der Luxemburger M7 Group übernommen wurde, hat nach dem Vorbild seiner vor elf Jahren gestarteten Programm- und Service-Plattform für Kabelnetzbetreiber eine IPTV-Plattform für City Carrier, Stadtwerke, Glasfasernetzbetreiber und andere IPTV-Anbieter aufgebaut. MediaLABcom erfuhr von Martina Rutenbeck, Geschäftsführerin der Betreibergesellschaft M7 Deutschland, was sich der KabelKiosk vom neuen Standbein verspricht, wie es mit dem klassischen Kabelgeschäft weitergeht und welche Rolle kleine und mittelgroße Kabelnetzbetreiber künftig für den KabelKiosk spielen.

MediaLABcom: Anfang August 2014 hat die M7 Group die Übernahme des KabelKiosks vom Satellitenbetreiber Eutelsat abgeschlossen, nachdem die Wettbewerbsbehörden grünes Licht gegeben haben. Wie lief das Verfahren, gab es Auflagen?

Martina Rutenbeck: Die Prüfung durch die Kartellbehörden war aus unserer Sicht nicht kritisch, sondern ein formaler Akt. Aufgrund der Marktpositionen der beteiligten Unternehmen haben wir da eigentlich auch keine Einwände erwartet, auch keine Auflagen oder vergleichbare Konditionen. Und genauso ist es dann ja letztendlich auch gekommen. Sowohl das Bundeskartellamt als auch die Kartellbehörden in Österreich haben ihre Freigabe erteilt, ohne zum Beispiel erweiterte Prüfungen einzuleiten. Der Durchlauf war dann auch sehr zügig.

MediaLABcom: Der KabelKiosk hat seinen Sitz in Deutschland. Warum waren die Behörden in Österreich am Verfahren beteiligt?

Martina Rutenbeck: Wir hatten eine Marktüberschneidung in Österreich: Dort sind sowohl der KabelKiosk als auch die M7 Group aktiv. Aber letzten Endes sind das getrennte Märkte: Die von M7 betriebenen Angebote Austria Sat und HD Austria sind Satellitenplattformen, wir betreiben dort das übliche KabelKiosk-Kabelgeschäft. Daher war das dann auch unproblematisch.

MediaLABcom: Der KabelKiosk spricht mit seiner IPTV-Plattform meinFernsehen die neue Zielgruppe der City Carrier, Stadtwerke und Glasfasernetzbetreiber an. Wie reagiert die Branche auf das neue Angebot?

Martina Rutenbeck: Das Interesse ist groß. Man merkt schon, dass die Netzbetreiber sehr stark auf Videodienste setzen, insbesondere diejenigen, die viel in ihre IP-Netze investiert haben. Das ist vor allem beim Mittelstand der Fall. Dort ist natürlich das Fernsehprodukt ein Riesenthema und auch die Vervollständigung der Angebotspalette in Richtung Triple Play. An Bord von meinFernsehen sind derzeit 150 TV-Sender, davon 50 in HD-Qualität, ein Video-on-Demand-Angebot mit Spielfilmen und Serien auf Abruf sowie Mediatheken von Sendern wie ARD und ZDF. Über die Multiscreen-Funktion können die Zuschauer das Angebot über ihr WLAN-Heimnetz auch auf Smartphones und Tablets nutzen. Das Interesse der Netzbetreiber bezieht sich sowohl auf lineares Fernsehen, das wir als IPTV per Set-Top-Box anbieten, als auch auf nichtlineare Dienste und die Multiscreen-App, denn der Trend geht in Richtung Second-Screen-Nutzung. Die Multiscreen-App ist natürlich auch für klassische Kabelnetzbetreiber interessant, die lineares Fernsehen sowieso haben, aber jetzt Multiscreen als Zusatzprodukt anbieten wollen.

MediaLABcom: Das klassische KabelKiosk-Geschäft ist die Versorgung von kleinen und mittelgroßen Kabelnetzbetreibern mit Programmpaketen und Dienstleistungen: Welche Bedeutung hat dieser Geschäftsbereich für den KabelKiosk jetzt und in Zukunft, nachdem immer mehr über die neue IPTV-Plattform meinFernsehen geredet wird? Welche Rolle spielen

unabhängige mittelständische Kabelnetzbetreiber für den KabelKiosk?

Martina Rutenbeck: Die Nutzung IP-basierter Infrastrukturen für die Übertragung von Fernsehen, insbesondere nichtlinearen Inhalten, wird sicher weiter zunehmen. Die Kabelnetzbetreiber sind in diesem Bereich sehr gut positioniert, weil sie inzwischen einen Großteil der Internet-Breitbandanschlüsse in den Haushalten stellen, zumindest dort, wo sie ihre Netze ausgebaut haben, dadurch können sie im Prinzip ja auch IP-Zusatzangebote machen. Daher gehen wir mit unserem Produkt der Multiscreen-App ja auch in dieses Marktsegment rein. Das Kabel hat nach wie vor eine sehr starke Position in Deutschland, gerade auch die mittelständischen Kabelnetzbetreiber in Verbindung mit der mittelständischen Wohnungswirtschaft. Daher sehen wir auch weiterhin gute Wachstumsmöglichkeiten und auch eine Stabilität im Markt, trotz aller Konsolidierung, vor der wir die Augen natürlich nicht verschließen. Bei der Digitalisierung ist schließlich noch viel Raum nach oben, sowohl bei Free-TV-Programmen in HD als auch bei Pay-TV-Sendern und im Video-on-Demand-Bereich. Der IPTV-Sektor wird sich über die City Carrier, Stadtwerke und Glasfasernetzbetreiber weiterentwickeln. Bei den Infrastrukturen Kabel und IPTV wird es aus meiner Sicht erst einmal eine parallele Entwicklung geben und irgendwann - aber der Zeitraum ist äußerst schwer schätzbar - sicherlich auch eine stärkere Konvergenz, die Netzbetreiber teilweise auch schon selbst herstellen. Viele Carrier haben heute bereits beide Netze, sowohl Kabel als auch IPTV, da verschwimmen ohnehin die Grenzen.

MediaLABcom: Tele Columbus ist als größter KabelKiosk-Partner das Schwergewicht im Kundenstamm. Immer wieder gibt es Gerüchte über einen Verkauf des Kabelnetzbetreibers. Was passiert, wenn Tele Columbus als Großkunde wegfällt?

Martina Rutenbeck: Ein Verkauf von Tele Columbus bedeutet aus meiner Sicht nicht automatisch, dass anschließend nicht mehr mit dem KabelKiosk zusammengearbeitet wird, sondern da ist natürlich eine ganz entscheidende Frage: Wer kauft - und aus welchen strategischen Gründen? Die Netzstruktur von Tele Columbus ist so aufgebaut, dass die Zuführung über Satellit eine zentrale Rolle spielt, die zumindest aus meiner Sicht nicht kurzfristig durch eine andere Technologie ausgetauscht werden kann. Wir haben in der Vergangenheit einige Angebote wie zum Beispiel die Free-TV-Pakete gemeinsam aufgebaut. Tele Columbus hat eine Vorreiterrolle gespielt und war der erste Kabelnetzbetreiber, der die HD-Sender der beiden großen privaten TV-Gruppen eingespeist hat - noch vor den großen Kabelgesellschaften der Netzebene 3! Mit Tele Columbus haben wir eine gute, stabile Partnerschaft, die ich auch nicht in Frage stellen würde, wenn das Unternehmen an die Börse geht. Das dürfte keine Auswirkungen haben.

MediaLABcom: Trotzdem könnte man doch sagen, dass meinFernsehen als zweites Standbein einen gewissen Zuwachs an Sicherheit bringt, weil man nicht mehr so stark von einem Großkunden oder einem strategischen Geschäftsbereich abhängig ist.

Martina Rutenbeck: Jeder Monokulturbetreiber stellt irgendwann fest, dass man eine gewisse Risikostreuung betreiben muss. Daher ist das natürlich ein relevanter Aspekt. Für uns hat das neue Standbein im IPTV-Markt vor allem viel mit Wachstum zu tun, aber auch damit, mehr Sicherheit in die eigene Unternehmensentwicklung zu bringen. Eine langfristige Perspektive ist schließlich das A und O - nicht nur für uns, sondern auch für unsere Marktpartner. Das Thema, dass wir eine Plattform im Bereich IPTV aufbauen, sieht im Moment auch niemand als Wettbewerb zum klassischen KabelKiosk-Geschäft, weil das Verständnis da ist, dass wir dadurch die Firma stärken und diese damit langfristig als Partner für die Branche in ihrer Existenz sichern.

MediaLABcom: Die Signalzuführung der KabelKiosk-Programme für klassische Kabelnetzbetreiber erfolgt via Satellit über die Eutelsat-Position 9° Ost, während die IPTV-Plattform meinFernsehen den Partnern direkt über Glasfaserleitungen zugeführt wird. Gibt es Überlegungen, auch beim klassischen KabelKiosk-Modell eine Glasfaserzuführung anzubieten? Vor allem kleinere Netzbetreiber könnten sich dadurch den kostspieligen Aufbau und Betrieb einer eigenen Satellitenkopfstation sparen.

Martina Rutenbeck: Ja, das ist denkbar. Von den Kabelnetzbetreibern kommt die Anfrage so aber bisher nicht, weil sie die Programme in der Regel ja wieder auf den Kabelstandard DVB-C umsetzen. Wir machen auch mit IPTV-Netzbetreibern die Erfahrung, dass diese durchaus eine Kopfstelle haben, wo sie auf DVB-C umsetzen, einfach weil der Kunde die entsprechenden Endgeräte zuhause hat. Trotzdem ist das natürlich auch ein mögliches Geschäftsmodell. Wir haben zum Beispiel aus der Hotelbranche Nachfragen, bestimmte Programme über Glasfasernetze zuzuführen, zum Beispiel fremdsprachige Sender für ausländische Gäste, die zum Teil auch nur zeitweilig angeboten werden sollen, etwa während der Skisaison.

MediaLABcom: Welche weiteren neuen Angebote sind in Planung, etwa Internet via Satellit für KabelKiosk-Abnehmer?

Martina Rutenbeck: Internet über Satellit halte ich nach wie vor auch für Kabelnetzbetreiber für ein interessantes Zusatzangebot, gerade wenn sie sehr verteilte Netze haben und mit Breitband-

Internetzugängen auch ländliche Regionen erschließen wollen. In diesem Bereich haben auch schon einige Gespräche stattgefunden, doch es gibt momentan noch keine konkreten Projekte. Grundsätzlich ist das aber durchaus eine Option für die Weiterentwicklung des KabelKiosks.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Neues vom FRK

Innovative Finanzierungsmodelle für den Aufbau von Breitbandnetzen in unterversorgten Gebieten

Beim 17. Kabelkongress stehen die Regionen Deutschlands im Mittelpunkt, die trotz der Breitbandinitiative der Bundesregierung immer noch auf Highspeed-Internet warten. Dort, wo die großen Carrier wegen angeblich mangelnder Rendite ihre Netze nicht ausbauen, liegt die Chance für mittelständische Netzbetreiber. Wie Ausbauprojekte mit Hilfe von privaten und institutionellen Anlegern (zum Beispiel Versicherungen) über Banken finanziert werden können, diskutieren Kabelnetzbetreiber und Wirtschaftsexperten zusammen mit Tim Brauckmüller, Geschäftsführer des Breitbandbüros des Bundes, am 7. Oktober 2014 im Congress Center Leipzig.

Bei den Kommunen macht sich Enttäuschung breit, denn trotz der Digitalen Agenda von Infrastrukturminister Alexander Dobrindt können viele ihren Unternehmen und Bürgern noch immer keinen leistungsfähigen Breitbandanschluss bieten. Den benötigten gerade die viel gerühmten "Hidden Champions" aus dem Mittelstand, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dieses brachliegende Marktpotenzial können mittelständische Netzbetreiber für sich nutzen. Jedoch erweist sich die Finanzierung von Breitbandprojekten gerade in ländlichen Regionen und in den Randlagen der Ballungsräume als sehr große Herausforderung. Immer noch wird behauptet, dies sei wirtschaftlich unrentabel. Auf dem Kabelkongress des Fachverbands Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) und des Bundesverbands Lokal TV (BLTV) stellen am 7. Oktober in Leipzig Experten aus der Kabel- und Netzwerkbranche sowie der Finanzwelt anhand funktionierender Beispiele mittelständischer Firmen innovative Finanzierungsmodelle für den Aufbau von Breitbandnetzen in unterversorgten Regionen vor und diskutieren, wie es richtig und wirtschaftlich rentabel für die Investoren gemacht werden kann.

Der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte sieht insbesondere die Politik in der Verantwortung: "Anstatt von der Versicherungswirtschaft zu fordern, ihr Geld in Infrastrukturen über von Banken zu initiiierende Breitbandfonds anzulegen und die entsprechenden Regelungen politisch zu schaffen, hält das Finanzministerium lieber durch Gesetzesänderung zum Nachteil der Versicherten die Lobby bei Laune." Labonte fordert eine Dezentralisierung des Breitbandausbaus durch den Einsatz von und Öffnung für Mittelständler mit innovativen Finanzierungskonzepten.

So könnten Genossenschaftsbanken und Sparkassen Eigenkapitalfonds auflegen und die Einlagen bei privaten und institutionellen Anlegern einwerben. Falls noch nötig, könnte das notwendige Fremdkapital von den Banken bereitgestellt werden. "Die notwendige Aufklärung über die Renditechancen sollte anhand der existierenden Erfolgsbeispiele durch die Schulungsinstitutionen der Finanzwirtschaft oder zum Beispiel durch das Breitbandbüro des Bundes der Finanzwirtschaft erklärt werden", sagte der FRK-Vorsitzende.

Auf diese Weise könnte sich die Digitale Agenda für den angeschlagenen Ruf der Banker als nützlich erweisen. "Reputationsfixiert wie sie nun einmal sind, bietet ihnen die Digitale Agenda eine konstruktive, auf Rendite orientierte Möglichkeit der Resozialisierung eines ganzen Berufsstands durch Investitionen in heimatische Infrastruktur, erklärt Labonte. So wandle sich die vermeintliche Rentabilitätsschwäche der Agenda zur PR-Chance für die Bankenwirtschaft. Labonte erwartet am 7. Oktober eine rege Diskussion mit den Vertretern aus dem Finanzsektor.

Veranstaltungshinweise

Kabelkongress diskutiert über Analogabschaltung, Breitbandfinanzierung und Lokal-TV-Vermarktung

Am 6. und 7. Oktober 2014 kommen die Experten der Kabel- und Medienbranche im Leipziger Congress Center zum 17. Kabelkongress zusammen. Der Kongress wird gemeinsam vom Fachverband für Rundfunk und Breitbandkommunikation (FRK) und dem Bundesverband Lokal TV (BLTV) veranstaltet und findet in Kooperation mit der 9. Fernsehmesse der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) statt.

Die Besucher erwartet ein volles Programm, bei dem es unter anderem um die Analogabschaltung im Kabel, Finanzierungsmodelle für Breitbandnetze in unterversorgten Gebieten sowie die Wirtschaftlichkeit

von Lokal-TV geht. Zum Auftakt laden der FRK sowie die SLM Journalisten am 6. Oktober zur Pressekonferenz um 18.30 Uhr in den [Bayerischen Bahnhof](#) in Leipzig ein. Anschließend beginnt dort um 19.00 Uhr der Kommunikationsabend für Aussteller, Kongressbesucher und geladene Gäste.

Eröffnet wird der Kabel- und Medienkongress am 7. Oktober um 9.30 Uhr mit einem Panel zu den Auswirkungen der Digitalisierung und Analogabschaltung im Kabel. FRK-Vorstand Heinz-Peter Labonte erwartet mit SLM-Geschäftsführer Martin Deitenbeck und Martina Rutenbeck, Geschäftsführerin von M7 Deutschland, hochkarätige Gäste. Dietmar Schickel, der 29 Jahre für Tele Columbus tätig war, wird als ausgewiesener Kabelexperte das Panel moderieren.

Im Anschluss stellen Labonte und Emmanouil Lapidakis von Anixe ein innovatives Modell vor, mit dem HbbTV-fähige Lokalsender und Kabelnetzbetreiber zukünftig an nationalen Werbeeinnahmen und Umsätzen partizipieren können. Die von Anixe und Smart TV Data entwickelte Lösung kombiniert Online-Werbung mit der Reichweite von TV-Sendern. Dieses Modell stellt eine völlig neue Finanzierungsgrundlage für lokale Fernsehveranstalter und Kabelnetzbetreiber dar.

Am Nachmittag geht es dann um innovative Finanzierungsmodelle für den Breitbandausbau in unterversorgten Regionen. Von der Breitbandinitiative der Bundesregierung spüren viele Kommunen nichts, da die großen Netzbetreiber den Ausbau in den Randlagen der Ballungsräume und auf dem Land wegen mangelnder Wirtschaftlichkeit scheuen. Kabel- und Netzexperten diskutieren mit Tim Brauckmüller, Geschäftsführer des Breitbandbüros des Bundes, und Vertretern aus der Finanzbranche die Vor- und Nachteile der vorgestellten Finanzierungsmodelle. Den Abschluss bildet eine Diskussionsrunde zur Zukunft des KabelKiosks nach dem Verkauf an M7 Deutschland. Hierzu hält Martina Rutenbeck, Geschäftsführerin der M7 Deutschland, einen einleitenden Impulsvortrag.

Parallel zu den Diskussionsforen finden im Congress Center Leipzig praxisnahe Workshops zu Themen wie Glasfaserausbau, Anwendung von IP-Kopfstellen oder neue Entwicklungen im Kabelrecht statt. Eine Übersicht über das gesamte Kongressprogramm steht auf der Webseite des Kabelkongresses zum Abruf bereit.

Infos & Anmeldung: <http://www.kabelkongress.de>

Konferenz: Wie entwickeln sich die Medieninhalte?

Kupfer, Koax, Glasfaser, UMTS, LTE, 5G: Nicht nur die Übertragungswege ändern sich, sondern auch die darüber transportierten Geschäftsmodelle, Angebote und Dienste. Die Frage, wie unsere Inhalte-Welt in zehn Jahren aussieht, steht im Mittelpunkt der Konferenz "Next-Gen-Content: Wird alles kürzer, vielfältiger und zielgruppenorientierter?", die die Deutsche Medienakademie in Zusammenarbeit mit M7 Deutschland am 20. November 2014 in Köln veranstaltet. Zu den Referenten zählen Martina Rutenbeck (M7 Deutschland), Axel Beyer (Hochschule Fresenius), Stephan Albers (BREKO), Peter Kloeppe (RTL), Robert Amlung (ZDF), Hans Demmel (n-tv) und Peter Charissé (ANGA).

Infos & Anmeldung: <http://www.medienakademie-koeln.de/termine/einzelansicht/next-gen-content.html>

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Tele Columbus wird Aktiengesellschaft

Die Tele Columbus Holding GmbH, operative Konzerngesellschaft des drittgrößten deutschen Kabelnetzbetreibers Tele Columbus, hat ihren Namen und ihre Rechtsform geändert und firmiert künftig als Tele Columbus AG. Die Umfirmierung in eine deutsche Aktiengesellschaft wurde mit der Eintragung in das Handelsregister Berlin am 12. September 2014 rechtswirksam. Die Änderung der Rechtsform hat keinerlei Auswirkungen auf das operative Geschäft oder den Unternehmenssitz der Tele Columbus Gruppe, der unverändert in Berlin verbleibt.

"Die Umwandlung in eine Aktiengesellschaft schließt die strukturelle und organisatorische Neuaufstellung ab, die wir in den vergangenen Jahren umgesetzt haben. Die neue Rechtsform gibt uns zudem mehr Flexibilität für das weitere Wachstum und die künftige Entwicklung von Tele Columbus", sagte Ronny Verhelst, Vorstandsvorsitzender der Tele Columbus AG. Er bildet gemeinsam mit Frank Posnanski, Chief Financial Officer, den Vorstand der Tele Columbus AG; der erweiterten Unternehmensführung gehören wie bisher auch Stefan Beberweil (Chief Commercial Officer) und Reinhard Sauer (Chief Technology Officer) an.

Dem neu gebildeten und hochkarätig besetzten Aufsichtsrat der Gesellschaft gehören an: Frank Donck (Mitglied des Aufsichtsrats bei der KBC Bank- und Versicherungsgruppe sowie bei dem Übertragungsnetzbetreiber Elia und zuvor über 11 Jahre Aufsichtsratsvorsitzender beim belgischen Kabelnetzbetreiber Telenet), Carsten Boekhorst (Partner beim britischen Finanzinvestor Pamplona

Capital Management) sowie der ehemalige belgische Premierminister und Vice President der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), Yves Leterme, heute Generalsekretär des International Institute for Democracy and Electoral Assistance (International IDEA). Auf der konstituierenden Sitzung des Aufsichtsrats der Tele Columbus AG am 10. September 2014 wurde Frank Donck zum neuen Vorsitzenden gewählt.

Tele Columbus kauft Big Medienversorgung

Die Kabelgesellschaft Tele Columbus hat den Glasfasernetzbetreiber Big Medienversorgung erworben. Das Mönchengladbacher Unternehmen versorgt derzeit rund 12.700 Haushalte im Kerngebiet Nordrhein-Westfalen sowie in Baden-Württemberg und Berlin mit einem umfangreichen TV-Angebot. Bis Jahresende soll der Bestand auf 16.400 Haushalte ausgebaut werden.

Die Kunden werden über eine Glasfaserinfrastruktur versorgt, die bis in die Gebäude beziehungsweise Wohnungen reicht (FTTB/FTTH). Tele Columbus will ihnen künftig auch einen Telefon- und Internetanschluss mit einer Datenrate von bis zu 150 Mbit/s zur Verfügung stellen.

Startschuss für Netflix in Deutschland

Der weltgrößte Video-on-Demand-Betreiber Netflix hat sein Angebot für Deutschland gestartet. Zum Pauschaltarif ab 7,99 Euro pro Monat bietet das US-Unternehmen über das Internet Spielfilme, Serien, Comedy-Reihen, Dokumentationen und Kindersendungen zum Abruf auf dem Smart-TV-Fernseher, PC, Laptop, Tablet und Smartphone an.

Mit der Deutschen Telekom wurde vereinbart, dass Netflix als App auf der IPTV-Plattform Entertain bereitgestellt wird. Netflix soll auf diesem Weg in den kommenden Wochen auf allen Entertain-Boxen zur Verfügung stehen.

Neben bekannten Serien wie "House of Cards", "Breaking Bad", "Pretty Little Liars" und "Sons of Anarchy" zählen zum Angebot auch Serien, die bislang noch nicht in Deutschland zu sehen waren, darunter "Orange Is the New Black", "BoJack Horseman", "Fargo", "Penny Dreadful" und "From Dusk Till Dawn", die Serienfassung des gleichnamigen Spielfilms.

Das Filmportfolio umfasst Titel wie "21 Jump Street", "Hangover" und "Inception". Auch deutsche Produktionen sind dabei, darunter Serien wie "Stromberg", "Pastewka" und "Der Tatortreiniger" sowie Spielfilme wie "Keinohrhasen" und "Zweiohrküken", im Oktober kommt "Stromberg - der Film" dazu.

[Netflix](#) empfiehlt eine Internet-Datenrate von mindestens 3 Mbit/s für Inhalte in herkömmlicher Bildqualität (SD), 5 Mbit/s für hochauflösende Inhalte (HD) und 25 Mbit/s für Ultra-HD-Angebote.

Der Einstiegstarif von 7,99 Euro pro Monat ermöglicht den Zugang auf jeweils einem Gerät zu SD-Inhalten. Wer Netflix in HD-Qualität und auf bis zu zwei Geräten gleichzeitig nutzen möchte, zahlt 8,99 Euro pro Monat. Kunden, die das größte Paket für 11,99 Euro pro Monat buchen, können Netflix auf vier Geräten gleichzeitig nutzen und erhalten neben HD- auch Zugang zu Ultra-HD-Inhalten. Der erste Monat ist jeweils kostenlos.

Magine TV steckt Privatsender in Bezahlpaket

Die Internet-TV-Plattform Magine TV folgt ihrem Wettbewerber Zattoo und bietet die privaten Free-TV-Sender nicht mehr kostenlos, sondern in einem Bezahlpaket an.

Das "Master"-Paket kostet 6,99 Euro pro Monat und enthält die Livestreams folgender Sender: RTL, Sat.1, ProSieben, VOX, RTL II, kabel eins, Super RTL, sixx, ProSieben Maxx, RTL Nitro, Sat.1 Gold, Sport1, DMAX, N24, n-tv, Nickelodeon, Comedy Central, VIVA, joiz, RiC, TLC, DAF, Eurosport, Das Neue, Family TV, BBC World, Bloomberg, Russia Today und Al Jazeera.

Magine TV bleibt damit unter dem Monatspreis des Privat-TV-Pakets von Zattoo, der bei 9,99 Euro liegt. Kostenlos sind nur noch die Livestreams der öffentlich-rechtlichen Sender, die im "Free"-Paket zusammengefasst sind. Das Gratis-Angebot von Magine TV ist damit deutlich kleiner als das Gegenstück des Wettbewerbers Zattoo, der auch Privatsender kostenfrei verbreitet. Dazu zählen Sender wie Sport1, DMAX, Nickelodeon, Comedy Central, VIVA, TLC, joiz, RiC und DAF, die bei Magine TV Teil des Bezahlpakets sind.

Neu bei Magine TV sind zudem zwei Pay-TV-Pakete: Die Abonnenten von "Magic" erhalten für 16,99 Euro pro Monat Zugang zu TNT Film, Boomerang, Sony Entertainment TV, Cartoon Network, Universal Channel, E! Entertainment Network, Nick Jr., Animal Planet, MTV Live, Animax, AXN, CNN International, Ginx TV und Fuel TV.

Zuschauer, die sich für das Komplettpaket "Max" für 23,99 Euro pro Monat entscheiden, erhalten zusätzlich zu den "Magic"-Kanälen die Sender yourfamily, Docubox, Nautical Channel, Fast & Funbox, C Music, Duck TV, Body in Balance, Filmbox Arthouse, Fightbox und Fashionbox. Bei "Magic" und "Max" ist der Zugriff auf das "Master"-Paket inbegriffen. Das "Kids"-Paket - bislang das einzige Bezahlangebot von Magic TV - wurde im Gegenzug gestrichen, die Sender wurden auf die "Magic"- und "Max"-Pakete verteilt.

"Max" ist für alle Nutzer im ersten Monat kostenlos. Wenn sie sich danach nicht für ein Bezahlpaket entscheiden, werden sie auf das "Free"-Paket zurückgestuft. Alle Bezahlpakete können monatlich gekündigt werden. Im Gegensatz zu "Free" bieten die Bezahlpakete einige Sender in HD-Qualität sowie die Funktionen Startover und Catch-up.

Mit Startover kann laufende TV-Programm pausiert und zeitversetzt angesehen werden, während Catch-up den Zuschauern ermöglicht, verpasste Sendungen der vergangenen sieben Tage nachträglich in voller Länge anzusehen. Die beiden Funktionen stehen allerdings nur bei einem Teil der Sender zur Verfügung.

Die neuen Pay-TV-Pakete von Magine TV beherbergen zwei Neuigkeiten: Die US-Studios Universal, Sony, Viacom und Turner machen ihre Abo-Sender in Deutschland neben Kabel, Satellit und IPTV damit erstmals über das Internet als Over-the-Top-TV-Angebote (OTT) verfügbar. Der internationale Programmveranstalter SPI International ist zudem über Magine TV mit seinen Sendern Docubox, Fast & Funbox, Filmbox Arthouse, Fightbox und Fashionbox erstmals im deutschen Markt vertreten.

[Magine TV](#) war im April in Deutschland gestartet. Die Plattform kann via Internet, WLAN und Mobilfunknetz (3G/LTE) per Computer, Smartphone und Tablet (iOS/Android) sowie über Smart-TV-Fernseher von Samsung und LG genutzt werden. Weitere Plattformen sollen in den nächsten Wochen folgen, darunter Windows 8.

Vodafone baut Kabel und IPTV aus

Der Telekommunikationskonzern Vodafone verdoppelt ab November 2014 die Internet-Höchstgeschwindigkeit bei seiner Tochter Kabel Deutschland auf 200 Mbit/s. Bis Ende März 2015 sollen rund 1,8 Millionen Haushalte den neuen Highspeed-Zugang nutzen können, sechs Monate später sollen es nahezu drei Millionen Haushalte sein. Zu den ersten 200-Mbit/s-Städten zählen Koblenz, Saarbrücken und Wilhelmshaven.

Der 200-Mbit/s-Zugang, der im Upload 12 Mbit/s bietet, wird 20 Euro pro Monat mehr kosten als der 100-Mbit/s-Zugang (derzeit 39,90 Euro/Monat). Im Dezember 2013 hatte Kabel Deutschland ein Pilotprojekt mit 200-Mbit/s-Internet in Mainz gestartet. Die in der rheinland-pfälzischen Landeshauptstadt gesammelten Erfahrungen waren nach Angaben des Kabelnetzbetreibers sehr positiv und bestärkten das Unternehmen darin, 200-Mbit/s-Anschlüsse großflächig im Verbreitungsgebiet einzuführen.

Im Herbst will Vodafone zudem ein Bündelpaket starten, das Festnetz und Mobilfunk verbindet: Je nachdem, welche Infrastruktur verfügbar ist, surfen die Kunden via Kabelnetz oder LTE mit bis zu 100 Mbit/s. Das inbegriffene Mobilfunk-Datenvolumen liegt bei 1,5 GB. Der "all in one"-Tarif, der auch eine Telefon- und SMS-Flatrate umfasst, kostet 59 Euro pro Monat in den ersten zwölf Monaten, danach 79 Euro pro Monat.

Im ersten Halbjahr 2015 will Vodafone zudem Deutschlands erste Set-Top-Box auf den Markt bringen, die sich für Ultra HD eignet. Das zusammen mit den Technologiekonzernen Broadcom, Cisco und Sagemcom entwickelte Gerät für die nächste Generation des hochauflösenden Fernsehens (4K) bildet die Grundlage für alle zukünftig bei Vodafone und Kabel Deutschland angebotenen TV-Receiver.

Die Ultra-HD-Box, die über das Betriebssystem Videoscape MediaHighway und das Verschlüsselungsverfahren Videoscape VideoGuard von Cisco verfügt, soll zunächst für IPTV-Kunden eingeführt werden. Auch für Kunden von Kabel Deutschland soll es künftig Ultra-HD-Inhalte und entsprechende Endgeräte geben.

Kabel Deutschland beschleunigt VoD-Ausbau

Kabel Deutschland beschleunigt den Ausbau des Kabelnetzes für sein Video-on-Demand-Angebot (VoD) Select Video und will bis zum Ende des Geschäftsjahrs 2014/15 nahezu alle Kabelhaushalte mit dem Abrufdienst versorgen.

8 Millionen Haushalte im Verbreitungsgebiet des Kabelnetzbetreibers sollen bis 31. März 2015 die Möglichkeit haben, auf die Videothek mit Spielfilmen und Serien sowie Fernsehsendungen von über 50 TV-Partnern zuzugreifen, darunter RTL, ProSiebenSat.1 und Pay-TV-Sender. Die Reichweite entspricht über 90 Prozent der Kabelkunden.

Anders als bei herkömmlichen Streaming-Angeboten kommen die VoD-Inhalte bei Select Video nicht über das offene Internet, sondern direkt über das Kabelnetz zu den Kunden, größtenteils in HD-Qualität. Die Internetverbindung wird lediglich für die Steuersignale, etwa Starten, Stoppen, Vor- und Zurückspulen, sowie für das Durchstöbern der Inhalte benötigt.

Select Video ist in die aktuellen HD-Receiver und HD-Videorecorder von Kabel Deutschland als Funktion bereits integriert.

Astra startet Ultra-HD-Vorführkanal

Der Satellitenbetreiber Astra Deutschland hat einen neuen Ultra-HD-Vorführkanal gestartet, der über die Orbitalposition 19,2° Ost frei empfangbar ist. Unter der Senderkennung "Astra Ultra HD Demo" sind eine Mischung aus Landschafts- und Naturaufnahmen, Impressionen aus dem Stadtleben und Sportaufnahmen zu sehen. Die Inhalte wurden exklusiv für Astra von den Ultra HD/4K-Spezialisten Katie und Jacob Schwarz aus den USA produziert.

"Die Laborphase liegt hinter uns, die Ultra-HD-Technik ist am Markt angekommen", sagte Wolfgang Elsässer, Geschäftsführer von Astra Deutschland, in München. "Die heute erhältlichen Ultra-HD-Fernseher ermöglichen den Empfang von über Satellit ausgestrahlten Ultra-HD-Inhalten. Deswegen ist unser neuer Demokanal besonders für den Fachhandel gedacht, der mit Hilfe unserer Inhalte die fantastische Bildqualität der neuen TV-Geräte ab sofort adäquat vorführen kann."

Der Vorführkanal befindet sich auf der Frequenz 10,994 GHz H (SR 22.000, FEC 9/10). Das Playout des Programms, das im neuen HEVC-Standard komprimiert ist, übernimmt die Astra-Tochter SES Platform Services.

Jukebox startet bei Sky

Der Abo-Sender Sky nimmt am 1. Oktober 2014 den Musikkanal Jukebox in sein Angebot auf. Das Programm wird im Basispaket "Sky Welt" für Satelliten- und IPTV-Kunden sowie in einzelnen Kabelnetzen zu empfangen sein.

Jukebox zeigt rund um die Uhr eine Mischung aus aktuellen und älteren Musikvideos. Das Spektrum reicht von Madonna bis Robbie Williams, von Herbert Grönemeyer bis Peter Fox und von Lady Gaga bis Rihanna.

Mit der Aufnahme des Senders, der in Deutschland bislang nur im Kabelnetz von Kabel Deutschland zu empfangen war, verstärkt Sky sein Musikangebot, nachdem MTV HD und MTV Live HD zum 1. September weggefallen sind.

Hinter Jukebox steht die High-View-Mediengruppe, die unter anderem die TV-Sender Deluxe Music, Planet und RCK TV betreibt.

HBO bleibt bei Sky in Deutschland

Sky hat seine exklusive Partnerschaft mit HBO vorzeitig um mehrere Jahre verlängert und sichert sich damit die Ausstrahlungsrechte an den Serien und Filmen des US-amerikanischen Pay-TV-Anbieters bis zum Ende des Jahrzehnts.

Alle neuen HBO-Produktionen werden in Deutschland und Österreich weiterhin zuerst bei Sky zu sehen sein. Der neue Vertrag umfasst nicht nur die Ausstrahlung der HBO-Programme bei Sky Atlantic HD, sondern auch über die Online-Videothek Sky Snap und die Zusatzdienste Sky Go und Sky Anytime.

Den Sky-Kunden stehen die Erstaussstrahlungen der HBO-Serien zudem künftig noch früher zur Verfügung: Direkt nach Abschluss der Premiere bei HBO an der Ostküste starten Serien wie "Game of Thrones - Das Lied von Eis und Feuer" oder "True Detective" in der englischsprachigen Originalfassung bei Sky Go.

Telekom startet Basketball-Kanal

Die Deutsche Telekom startet mit Beginn der neuen Saison ihren Basketball-Kanal. Bei Telekom Basketball werden alle bis zu 350 Spiele der Basketball Bundesliga (BBL) live in HD-Qualität zu sehen sein - über die IPTV-Plattform Entertain sowie per PC, Tablet und Smartphone.

Der Sender, der von der BBL betrieben wird, kann von allen Telekom-Kunden mit Laufzeitvertrag und einer Internet-Flatrate ohne Zusatzkosten empfangen werden. Entertain-Kunden können das Angebot direkt über das TV-Menü ansteuern. Alle anderen Sportfans können Telekom Basketball im Rahmen

eines Jahresabos für monatlich 9,95 Euro oder eines Monatsabos für 14,95 Euro beziehen.

Für Smartphones und Tablets (iOS/Android) werden Apps angeboten, über das offene Internet erfolgt der Zugang über die Webseite www.telekombasketball.de. Bei Abruf des Angebots über Mobilfunk erfolgt für alle Nutzer zusätzlich eine Belastung des Datenvolumens beim jeweiligen Mobilfunkanbieter abhängig vom gebuchten Tarif.

Zum 50-köpfigen Redaktionsteam, das die Spiele vor und hinter der Kamera analysieren wird, gehören die Sportkommentatoren Frank Buschmann, Michael Körner, Markus Krawinkel, Arne Malsch und Stefan Koch. Der ehemalige Bundestrainer Dirk Bauermann wird die Partien als Experte analysieren. Der erste Einsatz führt das TV-Team am 27. September 2014 nach Berlin. Dort findet an diesem Tag ab 20.30 Uhr der BBL Champions Cup unter Beteiligung von Pokalsieger Alba Berlin und Meister FC Bayern München statt, der live übertragen wird.

Der Sportkanal Sport1 wird ausgewählte BBL-Spiele im Free-TV übertragen. Eine entsprechende Zusammenarbeit wurde mit der Telekom vereinbart, die im Juni 2014 sämtliche nationalen und internationalen audiovisuellen Verwertungsrechte an der BBL für die kommenden vier Jahre erworben hatte.

DVB-T2-Pilotprojekt startet in Berlin

Der Sendernetzbetreiber Media Broadcast will demnächst in Berlin einen Testlauf zur technischen Erprobung des neuen digitalen terrestrischen Fernsehstandards DVB-T2 in Verbindung mit dem Komprimierungsverfahren HEVC starten, um die gesamte Systemkette zu überprüfen und die geeigneten Parameter festzulegen.

Das von Herbst 2014 bis Sommer 2016 geplante Pilotprojekt, das mit Beteiligung der öffentlich-rechtlichen und privaten Programmveranstalter durchgeführt wird, soll Geräteherstellern für ihre Testzwecke zur Verfügung stehen, berichtet die Deutsche TV-Plattform in der aktuellen Ausgabe ihres Newsletters "[TV Zukunft](#)". Dabei sollen auch Verschlüsselungssysteme eingesetzt werden.

In Bayern hat sich neben dem geplanten DVBT2-Testlauf in München zugleich eine Projektgruppe zur Verschmelzung von Mobilfunk und Rundfunk (IMB5) gebildet. Das Konsortium will unter Leitung des Instituts für Rundfunktechnik (IRT) in den nächsten zwei Jahren erforschen und testen, wie sich ein entsprechender Standard (LTE 5G) realisieren lässt. Das Projekt wirkt sich laut IRT nicht auf die geplante Einführung von DVB-T2 in Deutschland aus.

Die ersten regulären DVB-T2-Ausstrahlungen sollen in Ballungsgebieten Mitte 2016 beginnen. Der flächendeckende Umstieg vom aktuellen DVB-T-Standard auf das Nachfolgesystem, das mehr Sender, eine bessere Bildqualität und HDTV-Programme per Antenne ermöglicht, soll Mitte 2019 abgeschlossen sein. ARD und ZDF wollen ihre Programme via DVB-T2 weiterhin frei empfangbar verbreiten, während die Privatsender ein vorwiegend verschlüsseltes, kostenpflichtiges Angebot planen.

RTL-Sender bleiben auf DVB-T im Norden

Die TV-Sender der Mediengruppe RTL Deutschland werden in Norddeutschland weiterhin auf digitalen terrestrischen Frequenzen zu empfangen sein. Der Medienrat der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH) verlängerte auf seiner jüngsten Sitzung die DVB-T-Zuweisungen für die Programme RTL, RTL II, Super RTL und VOX in Hamburg und Schleswig-Holstein um jeweils zehn Jahre bis 7. November 2024.

Die RTL-Gruppe hatte im Sommer 2014 entschieden, an der Verbreitung ihrer Programme via Antenne festzuhalten und dabei auf den neuen Übertragungsstandard DVB-T2 zu setzen, der ab Mitte 2016 eingeführt werden soll.

"Dies ist aus zwei Gründen eine gute Nachricht", sagte MA-HSH-Direktor Thomas Fuchs. "Die Zuschauer in Schleswig-Holstein und Hamburg können auch in den nächsten Jahren über Antenne die Programme der RTL-Gruppe empfangen. Diese Verlängerung ist zudem der Einstieg in den Umstieg auf DVB-T2. Nur mit HD-fähiger, moderner Technik ist das terrestrische Fernsehen zukunftsfähig."

CNN verlässt DVB-T in NRW

Der Nachrichtenkanal CNN International verzichtet auf die weitere Verbreitung seines Programms auf digitalen terrestrischen Frequenzen (DVB-T) in Nordrhein-Westfalen. Die Landesanstalt für Medien (LfM) entscheidet darüber, welcher Interessent die freigewordene Übertragungskapazität bekommt.

Beworben haben sich die beiden privaten TV-Gruppen RTL und ProSiebenSat.1, wie die LfM-Medienkommission nach ihrer jüngsten Sitzung in Düsseldorf mitteilte. RTL will den Sender RTL

Nitro verbreiten, ProSiebenSat.1 den Sender ProSieben Maxx.

Die Entscheidung, welcher der beiden Antragsteller den DVB-T-Platz erhält, will die Kommission im Herbst treffen.

LPR schreibt DVB-T-Sendeplatz aus

Die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR) hat einen Sendepplatz zur Verbreitung eines digitalen terrestrischen Fernsehprogramms im Rhein-Main-Gebiet ausgeschrieben. Es handelt sich dabei um Kapazität auf dem DVB-T-Kanal K52, die bislang von dem Privatsender Anixe genutzt wurde.

Der ausgeschriebene Sendepplatz erreicht über die Standorte Großer Feldberg/Taunus, Frankfurt/Fernmeldeturm und Wiesbaden/Hohe Wurzel das Rhein-Main-Gebiet in Hessen und Rheinland-Pfalz. Etwa 2,3 bis 3 Millionen Zuschauer können das Programm mit einer kleinen Zimmer-Stubantenne empfangen. Die Reichweite kann sich auf über 6 Millionen Einwohner erhöhen, wenn der Empfang über eine auf den Senderstandort ausgerichtete Dachantenne erfolgt.

Bewerben können sich Veranstalter bundesweiter Fernsehprogramme sowie Anbieter vergleichbarer Telemedien. Die LPR will bei der Vergabe diejenigen Programmveranstalter vorrangig berücksichtigen, die das bereits bestehende DVB-T-Programmangebot im Rhein-Main-Gebiet unter Vielfaltsgesichtspunkten am wirksamsten ergänzen.

Interessierte Bewerber können ihre Anträge bis 8. Oktober 2014, 12 Uhr, bei der LPR einreichen. Die LPR beabsichtigt, das Vergabeverfahren noch vor Weihnachten abzuschließen.

Anixe HD bietet Ultra HD in Mediathek

Der Privatsender Anixe HD bietet in seiner Mediathek ab sofort auch Inhalte im neuen Bildformat Ultra HD an. Den Anfang machen Dokumentationen, als nächster Schritt sollen Spielfilme dazu kommen. Bis Jahresende sollen 100 Stunden im Genre Spielfilm auf Abruf zur Verfügung stehen. Das gesamte Angebot ist kostenfrei.

Für den Zugang zu den Ultra-HD-Inhalten in der Mediathek benötigen die Zuschauer einen Ultra-HD-fähigen Smart-TV-Fernseher, der sich für den interaktiven Multimedia-Standard HbbTV eignet und ans Internet angeschlossen ist; die Datenrate sollte mindestens 25 Mbit/s betragen.

"Einmal HD-Pionier, immer HD-Pionier: Ultra HD ist als neuester TV-Zukunftstrend in aller Munde und bereits heute schon in unserer Mediathek verfügbar", sagte Anixe-HD-Geschäftsführerin Jennifer Lapidakis in München.

HD+ holt neue Mediatheken

HD+, die HDTV-Plattform für Satellitenhaushalte auf Astra (19,2° Ost), hat die Mediatheken von Sat.1 Gold, ProSieben Maxx, sixx und TLC in ihr Abrufangebot HD+ RePlay aufgenommen. An Bord sind damit die Mediatheken von insgesamt zwölf Privatsendern, über die die Zuschauer verpasste TV-Sendungen nachträglich in voller Länge ansehen können.

Im Gegensatz zur Nutzung über das offene Internet sind die Mediatheken bei HD+ RePlay nicht kostenlos, stehen dafür aber in TV-Sendequalität zur Verfügung. HD+ RePlay funktioniert auf HD+ Smart-TV-Receivern sowie auf ausgewählten LG-Smart-TV-Geräten, die HD+ RePlay als App integriert haben. Voraussetzung ist, dass der Satellitenreceiver oder Fernseher mit dem Internet verbunden sind, empfohlen wird eine Datenrate von mindestens 6 Mbit/s.

Neukunden können HD+ RePlay einen Monat kostenlos testen, danach kostet der Service 15 Euro für weitere drei Monate. Neu ist ein Abomodell für 5 Euro pro Monat, das sich automatisch um jeweils einen Monat verlängert, wenn es nicht gekündigt wird. HD+ RePlay kann auch separat ohne Buchung des TV-Angebots von HD+ bezogen werden.

ARD macht Mediathek leichter bedienbar

Die ARD bietet Zuschauern mit Smart-TV-Fernsehen ab sofort die Möglichkeit, ihr Smartphone oder Tablet als Fernbedienung für die Nutzung der Mediathek auf dem TV-Bildschirm zu verwenden.

Die neue Anwendung "ARD.connect", die auf dem interaktiven Multimedia-Standard HbbTV beruht, soll den Zugriff auf die abrufbaren Sendungen vereinfachen: Statt umständlich mit der Fernbedienung navigieren zu müssen, lässt sich die Mediathek dadurch über Tippen und Wischen auf dem Smartphone oder Tablet bedienen.

Im Gegensatz zur Bedienung über den Fernseher wird dabei das TV-Bild nicht verkleinert oder ausgeblendet, sondern bleibt in voller Darstellung erhalten. Die Nutzer können parallel dazu ergänzende Informationen und weiterführende Links auf ihrem mobilen Endgerät abrufen. Andere Zuschauer, die nur das TV-Programm verfolgen wollen, werden dabei nicht gestört.

Die Anwendung, die auf einer Entwicklung des Instituts für Rundfunktechnik (IRT) basiert, funktioniert neben der ARD Mediathek auch für die Mediatheken von MDR, Radio Bremen, WDR und Einsfestival. Gestartet wird "ARD.connect" mit dem Aufruf der HbbTV-Ausgabe der ARD Mediathek und dem Abscannen eines QR-Codes. Auf diese Weise werden TV-Gerät und Smartphone beziehungsweise Tablet technisch miteinander verbunden.

TV-Abrufdienste im Trend

Fast jeder dritte TV-Zuschauer (31 Prozent) nutzt Fernsehen auf Abruf, beispielsweise über die Mediatheken der TV-Sender. Immer mehr Nutzer greifen dabei auf mehrere Mediatheken zu. Waren es 2013 erst 11 Prozent der Befragten, die vier oder mehr Mediatheken nutzten, sind es in diesem Jahr bereits 18 Prozent.

Die Zahlen stammen aus dem TNS Convergence Monitor 2014, für den die Marktforscher von TNS 1.500 Personen zwischen 14 und 64 Jahren befragt haben.

Auch das hochauflösende Fernsehen wird immer beliebter: Innerhalb der vergangenen zwölf Monate stieg die Nutzung der privaten HD-Sender in den Kabelnetzen von 18 auf 24 Prozent, obwohl die Zuschauer für den Empfang einen Aufpreis zahlen müssen. Kabel Deutschland, einer der Auftraggeber der Studie, verbreitet inzwischen insgesamt 67 HD-Sender im Kabelnetz.

Der TV-Konsum wird außerdem unabhängiger vom klassischen Fernseher: So gaben 44 Prozent der Befragten an, mit TV-Gerät, Smartphones und Tablets mehr als vier Geräte zu besitzen, über die sie TV-Inhalte sehen können.

Kabel Deutschland will nach eigenen Angaben auf den Trend zum mobilen Fernsehen mit dem Start einer TV-App reagieren, die zu Hause Fernsehen auch per Tablet und Smartphone ermöglicht. Unitymedia Kabel BW bietet seinen Kabelkunden mit Horizon Go bereits eine entsprechende Lösung.

Smartphones & Tablets auf Rekordkurs

Smartphones und Tablets brechen alle Verkaufsrekorde: 2014 werden in Deutschland voraussichtlich 24 Millionen Smartphones und 9,2 Millionen Tablets abgesetzt, wie der Branchenverband BITKOM auf Basis aktueller Zahlen der Marktforschungsunternehmen GfK und EITO mitteilte. Das entspricht einem Zuwachs von 6 Prozent bei Smartphones und 15 Prozent bei Tablets im Vergleich mit 2013.

Der Umsatz mit Smartphones beträgt 2014 voraussichtlich 8,7 Milliarden Euro und mit Tablets voraussichtlich 2,5 Milliarden Euro - ein Plus um 6 Prozent beziehungsweise 5 Prozent.

Der Umsatz mit klassischer Unterhaltungselektronik, etwa Fernsehern, Digitalkameras, Spielkonsolen und Blu-ray-Playern, geht hingegen in diesem Jahr voraussichtlich um 1,5 Prozent auf 10,6 Milliarden Euro zurück.

Entertain startet Cloud Recorder

Die Deutsche Telekom erweitert ihre IPTV-Plattform Entertain um einen virtuellen Videorekorder. Mit dem Cloud Recorder können die Kunden künftig ihre aufgezeichneten TV-Sendungen unterwegs via Laptop, Tablet und Smartphone anschauen.

Mit der neuen Funktion, die in den mobilen Zusatzdienst Entertain to go eingebunden wird, ist die Telekom nach eigenen Angaben der einzige Anbieter in Deutschland, der Live-Fernsehen, Video-on-Demand und den Zugriff auf eigene Aufnahmen innerhalb einer mobilen TV-Plattform bereitstellt.

Entertain to go umfasst rund 40 Sender, darunter Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1, ProSieben und VOX, sowie eine Online-Videothek mit Spielfilmen und Serien. Der Dienst ist auf bis zu vier Geräten parallel nutzbar und steht für monatlich 6,95 Euro inklusive zehn Stunden Cloud-Speicher für die eigenen Aufnahmen zur Verfügung. Die Vertragslaufzeit beträgt einen Monat, der erste Monat ist kostenlos. Für je 4,95 Euro pro Monat kann der Speicherplatz bis zu dreimal um je 20 Stunden erweitert werden. Zum Start des Cloud Recorders können für die Sender der ProSiebenSat.1-Gruppe keine Aufnahmen angeboten werden.

maxdome ab sofort auf Xbox One

Die Online-Videothek maxdome ist ab sofort auch auf der Xbox One nutzbar. Die Besitzer der Spielkonsole von Microsoft können damit auf die mehr als 50.000 Inhalte der ProSiebenSat.1-Tochter auf ihrem Fernseher zugreifen, darunter Spielfilme, Serien, Kindersendungen, Dokumentationen und Live-Events.

Die maxdome-App ist über den Xbox Store abrufbar und kann dann direkt auf dem Dashboard integriert werden. Durch den Start auf der Xbox One baut [maxdome](#) die Reichweite der App auf über 35 Millionen Geräte aus.

Amazon bringt Fire TV nach Deutschland

Das Online-Warenhaus Amazon führt seine Multimedia-Box Fire TV in Deutschland ein. Das Gerät, das das Internet mit dem Fernseher verbindet, bringt TV- und Video-Inhalte aus dem Web auf den TV-Bildschirm.

Neben dem eigenen Video- und Musik-Angebot von Amazon hat Fire TV auch Apps von Drittanbietern an Bord, etwa die Mediatheken von ARD und ZDF sowie YouTube, Spotify, Zattoo, Sport1 und Servus TV.

[Fire TV](#) kann ab sofort zum Preis von 99 Euro bei Amazon vorbestellt werden.

Mit der Box, die im April 2014 in den USA eingeführt wurde, tritt Amazon in Konkurrenz zu anderen Boxen und Sticks, die Internet-Inhalte auf den Fernseher bringen, etwa Apple TV, Google Chromecast und VideoWeb sowie Spielkonsolen.

Privatradios gründen radioplayer.de

Die deutschen Radiosender wollen eine gemeinsame, zentrale Anlaufstelle im Internet aufbauen, über die die Hörer die Livestreams ihrer Programme abrufen können.

Rund 140 Privatsender aus ganz Deutschland sind an radioplayer.de beteiligt, wie Initiator Hans-Dieter Hillmoth, Geschäftsführer und Programmdirektor von Hit Radio FFH, dem Branchendienst "kressreport" sagte. Neben Radio/Tele FFH sind unter anderem Antenne Bayern, RTL Radio, Regiocast, Radio NRJ und bigFM an Bord des sendereigenen Angebots, das mit Drittplattformen wie radio.de, phonostar.de und tunein.com konkurriert.

Konzeptionell und technisch baut der deutsche Radioplayer auf dem britischen Vorbild radioplayer.co.uk auf. Am 1. September 2014 unterzeichneten deutsche und britische Branchenvertreter entsprechende Verträge: Sie erlauben der im August gegründeten Radioplayer Deutschland GmbH die Nutzung bestimmter Markenrechte. Auch auf Software-Entwicklungen und die Apps der Briten für Smartphones und Tablets soll das Nonprofit-Projekt zugreifen können.

Neben den Livestreams soll es ein Podcast-Angebot zum Abruf einzelner Beiträge geben. Im Gegensatz zum britischen Radioplayer, bei dem sowohl die öffentlich-rechtlichen als auch die privaten Sender an Bord sind, fehlt bei der deutschen Variante bislang die Zusage der ARD. Die Verhandlungen sind laut Hillmoth noch im Gange.

Österreich läutet DVB-T2-Umstieg ein

Österreich will mit dem geplanten vollständigen Umstieg vom digitalen terrestrischen Fernsehstandard DVB-T auf den Nachfolger DVB-T2 im Herbst 2016 beginnen. Die Medienbehörde KommAustria startete dazu eine Ausschreibung der ältesten DVB-T-Betriebszulassung aus dem Jahr 2006, die am 1. August 2016 ausläuft.

Die Umstellung, die spätestens im Herbst 2019 abgeschlossen sein soll, ermöglicht mehr Sender, höhere Bildqualität, HDTV-Programme und verbesserten mobilen Empfang. Allerdings müssen sich die Zuschauer neue Endgeräte zulegen, weil die bisherigen DVB-T-Empfänger nicht für DVB-T2 geeignet sind.

Die Ausschreibung betrifft den Betrieb der bundesweiten Multiplex-Plattformen A und B, auf der folgende Sender verbreitet werden: ORF eins, ORF 2, ORF III, ORF Sport+, ATV, Puls 4 und Servus TV sowie in Wien zusätzlich SchauTV.

Die im April 2013 gestartete kommerzielle terrestrische Digitalplattform simpliTV verwendet bereits den DVB-T2-Standard für die Verbreitung ihrer rund 30 TV-Sender.

Die Ausschreibung läuft bis 26. November 2014.

DMAX startet Österreich-Fenster

Der Männerkanal DMAX startet am 1. Oktober 2014 via Kabel und Satellit eine Version seines Programms für Zuschauer in Österreich. Ab 25. Oktober können Unternehmen dort eigene Werbespots für das heimische Publikum ausstrahlen. Die Vermarktung der Werbezeiten übernimmt Goldbach Media Austria.

DMAX Austria wird via Satellit über Astra (19,2° Ost) auf der Frequenz 12,148 GHz H (SR 27.500, FEC 3/4) zu empfangen sein. DMAX erreicht derzeit 65 Prozent der österreichischen Haushalte und erzielt einen Zuschauermarktanteil von 2,3 Prozent bei Männern zwischen zwölf und 49 Jahren.

Österreich soll auch im Programm häufiger vorkommen. Der Free-TV-Sender drehte in der Alpenrepublik bereits Episoden seiner Sendereihen "Asphalt-Cowboys" und "Der Hobbyist". DMAX will außerdem in naher Zukunft eine komplette Serie für Zuschauer in Österreich produzieren.

UPC Cablecom greift Netflix mit MyPrime an

Der größte Schweizer Kabelnetzbetreiber UPC Cablecom setzt dem vor kurzem in der Schweiz gestarteten US-Streaming-Anbieter Netflix einen eigenen Video-on-Demand-Dienst (VoD) entgegen. Für den monatlichen Pauschaltarif von 9,95 Franken (8,25 Euro) können die Nutzer bei MyPrime beliebig viele Spielfilme, Serien, Dokumentationen und Kinderprogramme abrufen.

Die Sendungen stammen von nationalen und internationalen Filmstudios und Produktionsfirmen wie der BBC und CBS/Paramount. Auch Schweizer Produktionen und Sendungen des Schweizer Fernsehens SRF sind enthalten. Zum Portfolio zählen Filme wie "The Aviator", "The King's Speech", "Pulp Fiction", "Good Will Hunting" und "There will be blood" sowie komplette Staffeln von Serien wie "The Walking Dead", "Californication", "Star Trek" und "Twin Peaks". Die Kinder- und Doku-Angebot umfasst Serien wie "Heidi", "Biene Maja", "Paddington Bär" und "Teletubbies" sowie "Planet Earth" und "Michael Palin".

Das Angebot, das insgesamt mehrere tausend Titel umfasst, steht ab sofort allen Fernsehkunden von UPC Cablecom zur Verfügung. Bei den aktuellen Horizon- und DigiCard-Kombiangeboten "Plus", "Super", "Cool" und "Joy" ist MyPrime inklusive. Dies betrifft rund 50.000 Kunden, bei denen diese Abonnements seit Februar 2013 laufen. Der Zugang zu [MyPrime](#) erfolgt mit der Mediabox von UPC Cablecom über den Fernseher oder über den Zusatzdienst Horizon Go via PC, Tablet oder Smartphone. MyPrime ergänzt den bestehenden VoD-Dienst von UPC Cablecom, der aktuellere Spielfilme und Serien bietet.

Ebenfalls nach Netflix-Vorbild lässt UPC Cablecom für MyPrime eine eigene Fernsehserie produzieren. Die Schweizer Drehbuchautorin Katja Früh ("Der Bestatter", "Lüthi und Blanc") schreibt zusammen mit dem Schauspieler und Autor Patrick Frey die zwölf Episoden umfassende Serie "Fässler-Kunz". Die Hauptrollen spielten Frey und die Schauspielerin Esther Gensch. Die Sitcom handelt vom Alltag eines älteren Ehepaars und die damit einhergehenden täglichen Herausforderungen. Die Dreharbeiten starten im Oktober. Die Serie soll den MyPrime-Kunden ab Anfang Dezember zum Abruf zur Verfügung stehen.

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](#)