

DATENTSUNAMI:

Schulterschluss der Netzbetreiber gefordert

Übernehmen, Überbauen, Überleben

Ausgabe 18 • März 2015

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit dem Gang an die Börse hat Tele Columbus das Übernahmekarussell in der Kabelbranche wieder in Gang gesetzt. Doch nicht nur bei dem Berliner Kabelnetzbetreiber stehen auf der Einkaufsliste ein paar Namen mit lukrativen HFC-Infrastrukturen. Die dürften auch dem einen oder anderen Telekommunikationsriesen einige Millionen Euro wert sein.

Warum ausgerechnet die Kabelnetzbetreiber eine entscheidende Rolle im bundesweiten Breitbandausbau spielen, erklärt Axel Sihm im MediaLABcom-Interview. Der stellvertretende Vorsitzende des ZVEI-Fachverbands Satellit und Kabel kritisiert insbesondere die „Rosinenpickerei“ großer TK-Unternehmen und fordert daher einen Investitionsschutz für diejenigen, die Breitband in unterversorgte Gebiete bringen.

Apropos „unterversorgte Gebiete“: Welche Gehirnregionen dafür verantwortlich waren, dass Thüringens Ministerpräsident Bodo Ramelow seine eigene Bühne im Lokalsender Salve TV bekam, entzieht sich zwar der äußeren Betrachtung. Jedoch dürften die Senderverantwortlichen ihrer Branche mit diesem Schritt einen Bärendienst erwiesen haben. Lesen Sie hierzu auch, was Ramelow auf unsere Anfrage zu einem Medien-Blog bei MediaLABcom geantwortet hat.

Ein Veranstaltungshinweis, Neuigkeiten aus dem FRK und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab.

Wir wünschen eine angenehme Lektüre.

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

Inhalt

[Nichts Neues im Kabelmarkt...oder die nächste, die x-te Fruchtfolge für "Private Equity" im Kabel](#)

["Ein Datentsunami rollt auf die Netzbetreiber zu": Interview mit Axel Sihm](#)

[Ach du dickes Ei! Warum Salve TV der eigenen Branche schadet](#)

[Ein Korb vom Cäsarchen](#)

[Neues vom FRK](#)

[Veranstaltungshinweis](#)

[Kurzmeldungen](#)

[Nichts Neues im Kabelmarkt...oder die nächste, die x-te Fruchtfolge für "Private Equity" im Kabel](#)

Heinz-Peter Labonte

Nachdem Tele Columbus (TC) nunmehr an der Börse ist und knapp 600 Millionen Euro erlöst hat, ist es an der Zeit, die Konsequenzen für den betroffenen Markt zu beleuchten. Die TC-Schulden sind um rund 300 Millionen Euro reduziert und Management wie auch Investoren haben sich zwei- bis dreistellige Millionenbeträge in die eigenen Taschen gesteckt. Geld gezahlt, das Karussell kann sich also weiter drehen. Konsolidierung der Kabelinfrastrukturen nennt man das. Wir nennen es "nächste Fruchtfolge der

Finanzinvestoren unter Zuhilfenahme der Managementsöldner". Dabei kommt es auch nicht darauf an, ob Zusagen gegenüber früheren Mitarbeitern und Führungspersonal gebrochen wurden. Einzig entscheidend ist doch der Vorteil für die eigene Tasche. Muss man da noch auf Einzelschicksale achten?

[Lesen Sie mehr](#)

"Ein Datentsunami rollt auf die Netzbetreiber zu":

Marc Hankmann

Interview mit Axel Sihn

Der ZVEI-Fachverband Satellit und Kabel bricht im Breitbandausbau eine Lanze für die Kabelnetzbetreiber, um der Lobbyarbeit der DSL-Anbieter, die Telekom vorneweg, etwas entgegenzusetzen. Axel Sihn, stellvertretender Vorsitzender des Fachverbandsvorstands, erklärt im MediaLABcom-Interview, wie er mit einem Investitionsschutz für den Breitbandausbau auf dem Land gegen Rosinenpicker vorgehen will und warum er einen Schulterchluss der Anbieter fordert.

[Lesen Sie mehr](#)

Ach du dickes Ei!

Marc Hankmann

Warum Salve TV der eigenen Branche schadet

Eines muss man dem thüringischen Lokalsender Salve TV lassen: Er hat es mit seiner Rubrik "Ramelow & Co" in die Schlagzeilen geschafft. Dass Ministerpräsident Bodo Ramelow (Die Linke) ein eigenes Fernsehformat bekommt, brachte nicht nur die Opposition in Thüringen auf die Palme. Von Staatsfernsehen war die Rede. Salve-TV-Gesellschafter Klaus-Dieter Böhm will beruhigen: Die Sendung sei harmlos, sagte er in einer Stellungnahme, man wolle Nichtwähler wieder für Politik interessieren. Böhm hat Recht: "Ramelow & Co" ist harmlos. Man sieht den Landesvater auf Messen, bei einem Benefizkonzert oder auf einem Empfang. Zwischendurch erklärt Ramelow, was gerade zu sehen war, wie wichtig diese oder jene Region oder das Handwerk für Thüringen ist und erklärt parlamentarische Abläufe. Das ist jedoch so harmlos, dass damit kaum ein Nichtwähler hinterm Ofen hervorgehockt wird. Aber: In Thüringen ist zurzeit auch kein Wahlkampf.

[Lesen Sie mehr](#)

Ein Korb vom Cäsarchen

Heinz-Peter Labonte

Da könnte ja jeder kommen und Ramelow einen politischen Blog anbieten.

Aber auch MediaLABcom sucht stets nach Persönlichkeiten, die in der Politik und Medienbranche provokante Denkanstöße und Impulse geben.

Da im Bundesland Thüringen laut der "Breitbandstrategie Thüringen 2020" derzeit nur 15 Prozent der Haushalte mit 50 Mbit/s oder mehr im Internet surfen, hatten wir doch glatt die Idee, dass das Programm Thüringens zur Erfüllung der Vorgabe der Bundesregierung, bis 2018 mindestens 50 Mbit/s jedem Haushalt flächendeckend anzubieten, als Vorgabe für andere Bundesländer dienen könnte. Dies insbesondere, weil sich doch Thüringen auch als Kindermedienland einen Namen gemacht und damit unterstrichen hat, dass Medienpolitik keine Nebenrolle spielen soll. Da lag die Anfrage an Ramelow auf der Hand.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

FRK will gemeinsam mit VKU gegen Telekom vorgehen

Der Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) will zusammen mit dem Verband Kommunaler Unternehmen (VKU) sowie ortsansässigen mittelständischen Unternehmen den Doppelausbau von Breitbandinfrastrukturen verhindern. FRK-Vorsitzender Heinz-Peter Labonte schlägt in einem Brief an VKU-Hauptgeschäftsführer Hans-Joachim Reck ein gemeinsames Vorgehen gegen die "Marktbeherrschungsstrategie der Telekom" vor, wie es in einer Mitteilung des FRK heißt.

[Lesen Sie mehr](#)

Medienregulierung und Vielfaltssicherung in Europa

Die Auffindbarkeit und der Zugang zu Medienangeboten sind zentrale Themen in der digitalen Medienwelt. Welche Lösungsansätze stehen hierfür in Europa zur Verfügung? Müssen neben den Plattformen auch die Endgeräte reguliert werden, damit der gleichberechtigte Zugang gesichert bleibt?

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Bundesnetzagentur beklagt "Rosinenpickerei" bei Breitbandausbau

Bei der Bundesnetzagentur (BNetzA) sammeln sich Beschwerden über das Verhalten großer Telekommunikationsnetzbetreiber beim Ausbau des Breitbandnetzes.

[Lesen Sie mehr](#)

Nichts Neues im Kabelmarkt...oder die nächste, die x-te Fruchtfolge für "Private Equity" im Kabel

Heinz-Peter Labonte

Nachdem Tele Columbus (TC) nunmehr an der Börse ist und knapp 600 Millionen Euro Erlöst hat, ist es an der Zeit, die Konsequenzen für den betroffenen Markt zu beleuchten. Die TC-Schulden sind um rund 300 Millionen Euro reduziert und Management wie auch Investoren haben sich zwei- bis dreistellige Millionenbeträge in die eigenen Taschen gesteckt. Geld gezahlt, das Karussell kann sich also weiter drehen. Konsolidierung der Kabelinfrastrukturen nennt man das. Wir nennen es „nächste Fruchtfolge der Finanzinvestoren unter Zuhilfenahme der Managementsöldner“. Dabei kommt es auch nicht darauf an, ob Zusagen gegenüber früheren Mitarbeitern und Führungspersonal gebrochen wurden. Einzig entscheidend ist doch der Vorteil für die eigene Tasche. Muss man da noch auf Einzelschicksale achten?

Da hat Tele Columbus ja eine gewisse Tradition, wie man aus der Vergangenheit weiß. Diese teilt sie mit Primacom, dem zweiten noch verbliebenen Kabelunternehmen in Investorenhand. Bleibt noch das dritte, die pepcom, die zurzeit in ihren Kooperationen mit Kommunen zumindest den Anschein der Fairness wahrt. Auch mit ihren Mitarbeitern. Hier scheint auch das Führungspersonal noch die Freiheit zu anderen ethischen Maßstäben zu haben.

Wie geht es weiter?

Tele Columbus hat sich jetzt gerüstet, um den Weg von Kabel Deutschland (KDG) zu gehen. Einerseits kann man den Kabelmarkt konsolidieren. Man war schneller als alle verbliebenen Wettbewerber am Aktienmarkt. Deswegen wird Tele Columbus wohl den nächsten Schritt gehen und Übernahmeangebote für pepcom und Primacom machen. Macht auch Sinn. Die hohe Eigenkapitalfinanzierung von pepcom, die nach wie vor beachtliche Fremdfinanzierung bei Primacom und die auf Normalmaß reduzierte Fremdfinanzierung bei Tele Columbus würden bei einer Übernahme von Primacom und pepcom durch TC den „Finanzierungshebel“ für die Investoren und damit auch zusätzlich für deren Fondsanleger vergrößern. Damit sind die beteiligten Fonds auch gegenüber ihren Geldgebern wieder erfolgreich. Die inzwischen x-te (Die wievielte eigentlich?) Fruchtfolge des wechselseitigen, immer an die gleichen Investoren Verkaufens zeichnet sich also ab.

Der übernächste Schritt

Wenn dieses Werk innerhalb der nächsten zwei bis drei Jahre vollzogen ist, werden sich die „gemergten“ Tele-Columbus-Primacom-pepcom-Konglomerat-Finanziers dann aussuchen können: Gehen sie den eingeschlagenen Weg an der Börse gemeinsam weiter und steigen dann nach und nach (wie bei KDG, Goldman Sachs u.a.) mit einem mehrfachen Ertrag aus der Aktiengesellschaft aus oder lassen sie sich von einem der Telekommunikationsunternehmen übernehmen?

Welches TK-Unternehmen übernimmt?

Ganz einfach: Die Telekom als regulierter Ex-Monopolist, der zwischenzeitlich wieder in den unregulierten Kabelmarkt einsteigt, könnte einen Blick darauf werfen, um mit Vodafone/KDG gleichzuziehen. Aber auch die Telefonica könnte nach der Übernahme von E-Plus durch O2 endlich einen großen Schnapp für das Gleichziehen mit Vodafone und Telekom durch Festnetzübernahmen machen. Exakt dieses Argument spricht aber auch für eine Übernahme durch Versatel und seinen Besitzer, damit auch diese sich von

ihren bisherigen Festnetzpartnern ein wenig unabhängiger machen.

Durch die Notierung an der Börse und die Tatsache mehrerer potentieller "Bieter" für die Anteile der Finanzinvestoren wird der Anteilswert der derzeitigen Finanzinvestoren nach der Übernahme durch TC zusätzlich erhöht, was den "Merger" noch wahrscheinlicher macht. Gespräche sollen in London schon intensiv geführt werden.

Bundeskartellamt oder EU-Kommission?

Es bleibt am Ende nur noch die Frage, ob ein solcher Zusammenschluss dann durch die EU-Kommission mit ihrem liberaleren Ansatz des Vergleichs der europäischen Märkte oder durch das Bundeskartellamt mit seinem restriktiveren Ansatz, der nur den deutschen Markt und die jeweiligen Märkte im Speziellen betrachtet, entschieden wird. Läuft es wie bei Vodafone/KDG, wird ein solcher Deal zum Beispiel von Telefonica mit dem an der Börse notierten Kabelkonglomerat wohl durchgewunken. Läuft es über das Kartellamt, hat vielleicht sogar der Mittelstand mit seinen Wettbewerbsbetrachtungen eine Chance, einen in diesem Sektor bedrohten Wettbewerb sichernde Lösung zu erreichen.

Fazit

Im Kabelmarkt mit den traditionellen Kabelfirmen, die einst breitbandiges Kupferkoaxialkabel für Rundfunk verlegten und heute vielfach schon in Glasfaserstrecken investieren, ist also die nächste Runde der Konsolidierung eingeläutet. Es wird wieder drei bis fünf Jahre dauern, bis dann auch diese beendet ist. Zwischenzeitlich können die Wettbewerber in Ruhe ihre Strategien durchsetzen, da die drei genannten Firmen mit sich selbst beschäftigt sein werden: Sie werden selbstverständlich jede Woche mindestens einmal ankündigen, dass sie ausreichend Geld zur Verfügung haben. Dass sie jetzt die Internetgeschwindigkeiten und Bandbreiten erhöhen. Glasfaser bis in die Wohnungen verlegen. Und gleichzeitig werden die internen Kämpfe um Führungspositionen und um Sicherung eigener Interessen bei der Übernahme durch den anderen etc. die internen Entscheidungswege weiter blockieren. Der Schein wird das Sein in der Handlungsfähigkeit überlagern.

Insofern bleibt einem als mittelständischer Betrachter nur übrig, das Folgende festzustellen: Wenn man sein eigenes Geld einsetzt, muss man doch verantwortlicher mit seinen Kunden und sich selbst umgehen als bei einer solchen Konkurrenz. Denn dort zählen offenbar nur die Interessen der internationalen Finanzinvestoren und ihrer Managementsöldner und weit weniger die Interessen der Kunden vor Ort, wie man bei den permanenten Preiserhöhungen von Unitymedia und Kabel Deutschland sieht. Aber dies ist wieder ein anderes Thema.

"Ein Datentsunami rollt auf die Netzbetreiber zu":

Marc Hankmann

Interview mit Axel Sihn

Der ZVEI-Fachverband Satellit und Kabel bricht im Breitbandausbau eine Lanze für die Kabelnetzbetreiber, um der Lobbyarbeit der DSL-Anbieter, die Telekom vorneweg, etwas entgegenzusetzen. Axel Sihn, stellvertretender Vorsitzender des Fachverbandsvorstands, erklärt im MediaLABcom-Interview, wie er mit einem Investitionsschutz für den Breitbandausbau auf dem Land gegen Rosinenpicker vorgehen will und warum er einen Schulterchluss der Anbieter fordert.

MediaLABcom: Herr Sihn, in der [vergangenen Ausgabe](#) berichteten wir über die Sorgenkinder Ihrer Branche, vornehmlich den Markt für Kopfstellen und Set-Top-Boxen. Dennoch wurde im Sat- und Kabelbereich im vergangenen Jahr mehr umgesetzt als 2013. Was hat zu dieser Entwicklung geführt?

Axel Sihn: Die Mitgliedsunternehmen im ZVEI-Fachverband Satellit und Kabel erwarten für das gerade abgeschlossene Jahr 2014 durch positive Impulse im BK-Bereich und bei optischen Systemen insgesamt ein moderates Wachstum im Vergleich zum Vorjahr. Vor allem die Investitionen in die Breitbandinfrastruktur bewegen sich nach wie vor auf hohem Niveau. Ein wichtiger Grund ist sicher der Auf- und Ausbau von Breitbandnetzen im Zuge der steigenden Nachfrage durch Verbraucher und Unternehmen nach schnellem Internet sowie die Nutzung datenintensiver Dienste und Anwendungen. Zudem sehen wir wichtige Impulse beim weiteren, bedarfsgerechten Ausbau der BK-Netze in Richtung 1 GHz.

MediaLABcom: Die Nachfrage nach hohen Bandbreiten ist also ein Wachstumstreiber für Ihre Mitgliedsunternehmen. Demnach müssten Sie das Vorhaben der Regierung, bis 2018 flächendeckend Internetzugänge mit mindestens 50 Mbit/s einzuführen, begrüßen.

Axel Sihn: Grundsätzlich sehen wir das Breitbandziel der Bundesregierung positiv. Wir begrüßen auch die Absicht, dass der Ausbau in einem sinnvollen Technologiemix stattfinden soll. So stehen heute dafür verschiedene, sich sinnvoll ergänzende Technologien bereit, die je nach Region bereits unterschiedlich

ausgebaut sind. Gleichzeitig sollten wir aber nicht die Augen vor der Tatsache verschließen, dass die Ansprüche an die Leistungsfähigkeit der Netze rasch steigen. Das Verhalten der Verbraucher ändert sich und wird derzeit von den jüngeren Generationen getrieben. Die Nutzer setzen beim Empfang von Bewegtbildern zunehmend zeitgleich auf verschiedene Endgeräte wie Smart-TVs, Tablets, Smartphones und Laptops. Allein 2014 gingen fast 50 Millionen dieser internetfähigen festen und mobilen Endgeräte in Deutschland über den Ladentisch. Amazon und Co. beginnen in den Netzen mit der Vermarktung von Ultra HD. Hinzu kommen Entwicklungen wie das Internet der Dinge oder Industrie 4.0, die den Datenverbrauch noch weiter in die Höhe treiben werden. Perspektivisch sollten daher aus unserer Sicht bis 2018 eher Geschwindigkeiten von 100 Mbit/s angestrebt werden.

MediaLABcom: Die Zahl an IP-basierten Anwendungen wird also steigen und demnach auch die Anforderungen an eine zeitgenaue und stabile Datenübertragung. Erreicht man solche Anforderungen nur über mehr Bandbreite?

Axel Sihm: Vor allem durch den Bewegtbildtransport rollt in den nächsten Jahren ein Datentsunami auf die Netzbetreiber zu. Eine signifikante weitere Herausforderung an die Infrastrukturen ist, dass Verbraucher zunehmend über Ort, Zeit und Gerät der Nutzung von Inhalten entscheiden. Entertainmentdienste über OTT wie Netflix stellen extrem hohe Anforderungen an die existierenden Breitbandinfrastrukturen. Diese lassen sich sinnvoll nur bewältigen, wenn wir beim Breitbandausbau und den laufenden Investitionen heute schon klare Vorstellungen darüber haben, welche Technologien den künftigen Ansprüchen an die Breitbandnetze genügen. Es herrscht Konsens unter allen Beteiligten, dass langfristig am Glasfaserausbau bis ins Gebäude (FTTB) und in die Wohnung (FTTH) kein Weg vorbeiführt. Die entscheidende Frage ist nur, wie schnell sich dieser angesichts der sehr hohen Kosten für den Glasfaserausbau umsetzen lässt.

MediaLABcom: Welche Auswirkungen wird die zunehmende Bedeutung von OTT- Diensten auf den Breitbandmarkt haben?

Axel Sihm: Ich sehe in den OTT-Diensten einen ganz wichtigen Treiber des Breitbandmarktes. Dies verstärkt sich weiter. Web-TV goes Smart-TV. Diese Dienste werden sich durch neue Technologien und Standards hinsichtlich Qualität und Bandbreitenbedarf IPTV in gemanagten Netzen immer mehr anpassen und über kurz oder lang auch in guter Qualität auf Smart-TVs dargestellt. Nur ein Beispiel, wovon worüber wir zukünftig sprechen: Für die Übertragung eines Ultra-HD-Kanals in einem gemanagten Netz benötigen Sie je nach Kompression permanent zwischen 20 und 40 Mbit/s. Netflix, Amazon und der angefahrne Zug der Mediatheken der großen öffentlich-rechtlichen Sender ebnen gerade den Weg als Einstieg des Normalverbrauchers in die neue Angebotswelt. Dieser beginnt den Mehrwert schnellerer Anschlüsse für die Nutzung hochauflösender Inhalte zu erfassen. Der Appetit kommt bekanntlich beim Essen. Im Wettbewerb der Infrastrukturen wird derjenige mittel- bis langfristig die Nase vorne haben, der mit seinem Netz die Nachfrage nach hoher Anschlussqualität zu günstigen Konditionen am besten bedienen kann.

MediaLABcom: Der erste Schritt ist der Netzausbau. In dem entsprechenden [Positionspapier](#) Ihres ZVEI-Fachverbands sprechen Sie sich für einen Technologiemix aus, um den Ausbau voranzutreiben. Insbesondere betonen Sie die Rolle der Kabelnetzbetreiber, die eine „erweiterbare und somit zukunftssichere Breitbandtechnologie“ böten. Hat DSL aus Ihrer Sicht keine Zukunft?

Axel Sihm: Bedingt durch hohe Kommunikationsaufwendungen und die Lobbyarbeit der Festnetzanbieter konzentriert sich die öffentliche Wahrnehmung weiterhin in erster Linie auf die Infrastrukturen DSL und VDSL. Mit dem Papier wollen wir daher auf die besonders wichtige strategische Rolle und den schon bis jetzt geleisteten Beitrag der Kabelnetze für eine leistungsfähige Breitbandversorgung hinweisen und auf die deren erhebliche Zukunftspotentiale aufmerksam machen. So richten die Betreiber von BK-Netzen ihre Investitionen bereits seit Jahren an den tatsächlichen Anforderungen an die Netzinfrastrukturen aus. Die dabei entstehenden hybriden Kabelnetze vereinen Koaxial- und Glasfasertechnologie und ermöglichen absehbar Datenraten von bis zu einem Gigabit. Die mit neuen Techniken wie Docsis 3.1 und RFoG erzielbaren Datenraten sind durchaus mit der Glasfasertechnologie vergleichbar. Mit diesen HFC-Netzen steht heute eine besonders leistungsfähige Breitbandtechnologie und Infrastruktur bereit, die sich sowohl für Ballungsräume als auch für ländliche Gebiete eignet. Diese erfüllt die Breitbandziele der Bundesregierung schon jetzt und kann vor allem mit den wachsenden Ansprüchen an die benötigte Übertragungsqualität weiter Schritt halten.

MediaLABcom: Viele sehen im Vectoring ein Allheilmittel. Handelt es sich dabei um eine echte Alternative zu Glasfaser- und Kabelnetzen?

Axel Sihm: Auch wenn wir hier im Widerspruch zu vielen Politikern und den Festnetzbetreibern stehen: Das primäre Ziel von Vectoring ist, die jahrzehntealten Kupferinfrastrukturen weiter am Leben zu halten. Dabei handelt es sich bestenfalls um eine Übergangstechnologie. Diese verzögert den notwendigen, zukunftsorientierten Glasfaserausbau ans und ins Haus und frisst wertvolle wirtschaftliche und finanzielle Ressourcen, die an anderer Stelle sinnvoller einsetzbar sind. Die Telekom wird sicherlich durch den

Vectoring-Ausbau im Wettbewerb mit dem Kabel und der Glasfaser das in den Ballungsräumen und deren Randzonen verlorene Terrain nicht zurückgewinnen. Dies belegen die weiter stark steigenden Kundenzahlen der Kabelbranche und von Citynetzbetreibern, die sich inzwischen im Bereich von sechs Millionen Kunden bewegen dürften. Die Konzentration auf eine technisch deutlich unterlegene Infrastruktur macht so absolut keinen Sinn. Vectoring erhöht im Idealfall die Datenübertragungsgeschwindigkeit in herkömmlichen Kupferdoppeladernetzen auf bis zu 100 Mbit/s bei Leitungslängen unter 500 Metern vom Endkunden bis zum mit Glasfaser angebundenen Kabelverzweiger. Die Kabelnetzbetreiber fahren jedoch heute schon über Docsis 3.0 deutlich höhere Geschwindigkeiten. Zudem können sie beim Ausbau ihre Angebote flexibel an den tatsächlichen Bedarf vor Ort anpassen und bieten signifikant mehr Leistung zu günstigeren Preisen. Dies ist übrigens auch ein Grund dafür, warum VDSL trotz massiver Anstrengungen und Marketingmaßnahmen nicht so richtig vom Fleck kommt.

MediaLABcom: Langfristig gehört also der Glasfaser die Breitbandzukunft, doch für den FTTx-Ausbau gibt es wegen der hohen Kosten, vornehmlich durch Tiefbauarbeiten, kaum brauchbare Finanzierungslösungen. Sollten also die Kabelnetzbetreiber mit ihrer HFC-Technologie die Glasfaser bis zur Wohnung bringen?

Axel Sihh: Die Betreiber von Koaxial- und Glasfasernetzen nähern sich doch heute schon technisch einander an. Die Kabelnetzbetreiber treiben dabei durch immer kleinere Cluster und den schrittweisen Ausbau die Glasfaser in Richtung Gebäude und teilweise in die Wohnungen voran. Das eigentliche Problem sind doch eher die ländlichen Regionen mit besonders geringer Bevölkerungsdichte. Die große Herausforderung lautet, diese letzten zehn Prozent in wirtschaftlich sinnvoller Weise zu versorgen.

MediaLABcom: Was muss denn Ihrer Meinung nach geschehen, damit auch der Ausbau reiner Glasfasernetze ins Rollen kommt oder schaffen das die Kabelnetzbetreiber alleine?

Axel Sihh: Wir plädieren für einen Schulterchluss der Anbieter. Es macht volks- und betriebswirtschaftlich keinen Sinn, wenn in wenig besiedelten Regionen zeitgleich parallel leistungsstarke Netze entstehen, auf die sich dann die Kunden verteilen. Ich denke zudem, dass sich einige Rahmenbedingungen im Bereich der Förderung ändern und gegenüber allen Technologien öffnen müssen, damit nicht immer nur der bekannteste Anbieter mit seinen Kupferinfrastrukturen davon profitiert. Die Kabelnetzbetreiber haben ihre Milliardeninvestitionen bis heute völlig alleine aus dem laufenden Ausbau und Geschäft gestemmt. Um die große Herausforderung der letzten zehn Prozent zu bewältigen, bedarf es nun einer genauen Planung und einer sinnvollen Zuweisung der Mittel zur Förderung der in der jeweiligen Situation am besten geeigneten Anschlusstechnologien.

MediaLABcom: Sie sprechen es gerade an: Für viele Infrastrukturbetreiber ist der ländliche Raum wenig attraktiv. Wem räumen Sie aus technologischer und wirtschaftlicher Sicht die besten Voraussetzungen ein, um auch auf dem Land Netze auszubauen: Glasfaser, HFC, DSL, Mobilfunk oder Satellit?

Axel Sihh: Es gibt nicht die am besten geeignete Technologie. Auch wenn die Mobilfunkbetreiber es verstanden haben, die Politik von LTE als Allheilmittel im ländlichen Bereich zu überzeugen. Lobbyarbeit und Realität sind zwei Paar Schuhe. In einer LTE-800-Zelle stehen maximal 60 Mbit/s für alle Nutzer gemeinsam bereit. Wohlgedenkt in beiden Richtungen zusammen. Hinzu kommen Volumenbegrenzungen und hohe Preise. Eine Lösung zum Erreichen der Breitbandziele der Bundesregierung ist dies gewiss nicht. Man sollte sich daher zunächst und mittelfristig im Technologiemix auf die für den jeweiligen Einsatz vor Ort am besten geeignete und wirtschaftlich effizienteste Infrastruktur fokussieren.

MediaLABcom: Gerade im Osten Deutschlands gibt es noch viele unterversorgte Regionen, in denen kleine und mittelständische Kabelgesellschaften ihre Netze betreiben. Welche Anreize muss man ihnen geben, damit sie ihre Netze ausbauen können? Müsste zum Beispiel der Staat intensiver eingreifen?

Axel Sihh: Hier sind eindeutig Ideen und Fördermittel durch die betroffenen Kommunen, Länder sowie der Bund gefordert, wenn der Betreiber aus Gründen der Wirtschaftlichkeit nicht ausbaut oder es keine geeignete Infrastruktur gibt. Ohne oder nur mit überschaubaren staatlichen Anreizen werden die Ausbauziele in diesen Problemregionen, von denen es übrigens auch viele in Bayern, Baden-Württemberg und anderen westdeutschen Bundesländern gibt, nicht erreicht.

MediaLABcom: Sie fordern einen Investitionsschutz für Unternehmen, um auch auf dem Land den Breitbandausbau zu ermöglichen. Wie sollte dieser Investitionsschutz konkret aussehen?

Axel Sihh: Es kommt leider immer wieder vor, dass die großen Anbieter jahrelang einen Bogen um Ausbaugelände machen und sich erst dann engagieren, wenn örtliche Initiativen oder kleine Betreiber Breitbandnetze ausbauen. Jochen Homann hat als Präsident der Bundesnetzagentur vor einigen Tagen

das Problem der [Rosinenpickerei](#) auf den Punkt gebracht. Er empfiehlt, die Förderprogramme zu ändern, um den Netzausbau zukünftig besser zu organisieren. Rosinenpicken würde erschwert, wenn Unternehmen, die bei der Verteilung von Fördermitteln kein Interesse an einem bestimmten Ausbaugebiet zeigen, für eine gewisse Zeit an diese Aussage gebunden wären. Allerdings hat die Bundesnetzagentur bisher noch kein geeignetes Instrument gegen Rosinenpicken zur Hand. Hier ist die Politik dringend gefragt, Investitionen durch entsprechende Vorgaben zu schützen.

MediaLABcom: Der FRK hat ein [Mittelstandskonzept](#) zur Stärkung des Subsidiaritätsprinzips vorgestellt, durch das die [öffentliche Hand](#) beim Breitbandausbau auf dem Land entlastet werden soll. Was halten Sie von diesem Konzept?

Axel Sihh: Die Idee, den Breitbandausbau mit Hilfe eines Fonds zu stemmen, in den zum Beispiel Banken und Versicherungen investieren können, ist grundsätzlich charmant. Etwas Ähnliches wird ja bereits für die Fernstraßen diskutiert. Die Anleger entkämen so der Zinsfalle und die Finanzierung dieser wichtigen Infrastruktur wäre gesichert. Allerdings sind diese Geldgeber gegenüber ihren Kunden auch zum Schutz der Einlagen verpflichtet. Das setzt voraus, dass die Projekte sich wirtschaftlich rechnen. Die hier im Raum stehenden vier bis acht Prozent Rendite müssen in der Realität erst einmal erwirtschaftet werden. Angesichts der bisherigen Take-up-Raten bei schnellen Internetzugängen klingt dies ambitioniert. Eine nähere Analyse ist dieser Vorschlag jedoch wert.

MediaLABcom: Zum Schluss ein Blick in die Zukunft: Wie wird die Breitbandsituation 2018 Ihrer Meinung nach im Vergleich zu heute aussehen? Wird sich der „Digital Divide“ zwischen Stadt und Land verstärken?

Axel Sihh: Die Kabelnetzbetreiber werden mit Docsis 3.1. ihren großen Trumpf ausspielen und den Festnetzbetreibern in den Ballungsräumen und Randlagen der Großregionen weiterhin signifikant Kunden abnehmen. Zugleich befürchte ich, dass sich die digitale Kluft zwischen den un- und unterversorgten Regionen und den überversorgten Metropolen sogar noch weiter vergrößert, wenn die Politik hier keine klaren Vorgaben macht und die Rahmenbedingungen für den wirtschaftlich attraktiven Breitbandausbau auf dem Lande schafft. Der Wettbewerb und die Marktteilnehmer werden sich ansonsten auf die attraktivsten Ausbaugebiete konzentrieren und ihre Dienste nicht flächendeckend anbieten.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Ach du dickes Ei!

Warum Salve TV der eigenen Branche schadet

Marc Hankmann

Eines muss man dem thüringischen Lokalsender Salve TV lassen: Er hat es mit seiner Rubrik „Ramelow & Co“ in die Schlagzeilen geschafft. Dass Ministerpräsident Bodo Ramelow (Die Linke) ein eigenes Fernsehformat bekommt, brachte nicht nur die Opposition in Thüringen auf die Palme. Von Staatsfernsehen war die Rede. Salve-TV-Gesellschafter Klaus-Dieter Böhm will beruhigen: Die Sendung sei harmlos, sagte er in einer Stellungnahme, man wolle Nichtwähler wieder für Politik interessieren. Böhm hat Recht: „Ramelow & Co“ ist harmlos. Man sieht den Landesvater auf Messen, bei einem Benefizkonzert oder auf einem Empfang. Zwischendurch erklärt Ramelow, was gerade zu sehen war, wie wichtig diese oder jene Region oder das Handwerk für Thüringen ist und erklärt parlamentarische Abläufe. Das ist jedoch so harmlos, dass damit kaum ein Nichtwähler hinterm Ofen hervorgehört wird. Aber: In Thüringen ist zurzeit auch kein Wahlkampf.

Daseinsberechtigung des Lokalfernsehens

Die Kritik richtet sich ohnehin gegen die mangelnde journalistische Aufbereitung dieses TV-Formats. Auf kritische Fragen eines Journalisten wartet der Zuschauer vergeblich. Was Salve TV hier präsentiert, kann die PR-Abteilung der Staatskanzlei ebenso gut mit einem Videostream im Internet darstellen. Wozu dann also noch Rundfunk? Salve-TV-Chef Böhm spielt mit der Daseinsberechtigung seines Senders. Natürlich erwartet niemand vom Lokalfernsehen tiefeschürfenden, investigativen Journalismus, aber wenn Salve-TV-Geschäftsführerin Judith Noll Bodo Ramelow im Interview damit begrüßt, dass sie heute Morgen an ihn denken musste, als sie ein enorm großes Ei mit zwei Eidottern aufschlug, fragt man sich schon, was sich die Senderverantwortlichen eigentlich gedacht haben, dem Ministerpräsidenten eine Art Videotagebuch zu schenken.

MediaLABcom wollte die Gelegenheit beim Schopf packen und fragte in der Staatskanzlei nach, ob der Ministerpräsident für ein Tagebuch-Blog in unserem Informationsdienst zur Verfügung stünde. [Die Antwort konnten wir unmöglich unkommentiert lassen.](#)

Mediale Aufmerksamkeit auf Kosten der Glaubwürdigkeit

Der Ministerpräsident muss sich also Vergleiche mit Eiern gefallen lassen, die nicht den Handelsnormen entsprechen. Ein Solches dürfte sich Salve-TV-Chef Böhm mit „Ramelow & Co“ ins eigene Nest gelegt haben, denn auch wenn seinem Sender die mediale Aufmerksamkeit für kurze Zeit gewiss war, hat er damit die Glaubwürdigkeit des privaten Lokal- und Regionalfernsehens angekratzt. Im nackten Überlebenskampf ([MediaLABcom berichtete](#)) wandte sich der Bundesverband Lokal TV (BLTV), dessen Vorstand Böhm ist, mit einem offenen Brief an die Politik. Darin nimmt der BLTV den Vorschlag der Landesmedienanstalten auf, die Lokal- und Regionalsender an den Überschüssen aus der Rundfunkabgabe zu beteiligen. Immerhin würden die TV-Veranstalter einen Beitrag zur regionalen Meinungsvielfalt leisten. Dieser Public Value müsse gewürdigt werden.

Doch nun prüfen eben jene Medienwächter zunächst einmal das Format „Ramelow & Co“. Schlimmer noch: Böhm tritt den immer wieder betonten Public Value mit Füßen, wenn Salve TV seiner journalistischen Sorgfaltspflicht nicht nachkommt und sich der thüringische Ministerpräsident unkommentiert über den Äther äußern darf. Der Rundfunk ist nicht dafür da, die Regierenden zu chauffieren! Geben diese obendrein nur Harmlosigkeiten von sich, stellt sich schnell die Frage, ob bestehende und zukünftige Fördermittel nicht besser in Projekte mit mehr Substanz investiert werden sollten. Wollen die lokalen und regionalen Privatfernsehsender erreichen, dass ihre Arbeit besser gefördert wird, sollten sie nicht ihre Glaubwürdigkeit aufs Spiel setzen, indem einer politischen Person eine Bühne verschafft wird.

Ein Korb vom Cäsarchen

Heinz-Peter Labonte

Da könnte ja jeder kommen und Ramelow einen politischen Blog anbieten.

Aber auch MediaLABcom sucht stets nach Persönlichkeiten, die in der Politik und Medienbranche provokante Denkanstöße und Impulse geben.

Da im Bundesland Thüringen laut der „Breitbandstrategie Thüringen 2020“ derzeit nur 15 Prozent der Haushalte mit 50 Mbit/s oder mehr im Internet surfen, hatten wir doch glatt die Idee, dass das Programm Thüringens zur Erfüllung der Vorgabe der Bundesregierung, bis 2018 mindestens 50 Mbit/s jedem Haushalt flächendeckend anzubieten, als Vorgabe für andere Bundesländer dienen könnte. Dies insbesondere, weil sich doch Thüringen auch als Kindermedienland einen Namen gemacht und damit unterstrichen hat, dass Medienpolitik keine Nebenrolle spielen soll. Da lag die Anfrage an Ramelow auf der Hand.

Medienblog für Cäsarchen?

Wir kamen also zu dem Schluss, dass nach dem erfolgreichen Format von Salve TV in Erfurt dem Thüringer Ministerpräsidenten Ramelow Gelegenheit zu geben ist, jeden diesbezüglichen Schritt seiner Regierung zu kommentieren. Nur so kann er auch bei Entscheidern adäquat gewürdigt werden. Indem durch einen Blog an den Verteiler von MediaLABcom an die politischen Meinungsführer seine tiefeschürfenden geistigen Ergüsse zur Verfügung gestellt werden. Ramelow hätte hier über seinen Freistaat und den begrenzten Verbreitungsbereich von Salve TV hinaus die Gelegenheit gehabt, den größten Teil der Medien und der politischen Meinungsführer zu erreichen.

Deshalb haben wir angefragt, ob „Herr Ministerpräsident Bodo Ramelow für einen Tagebuch-Blog in unserem Informationsdienst zur Verfügung stünde, um unseren Lesern seine alltäglichen Herausforderungen im Zusammenhang mit diesem wichtigen Zukunftsthema für unser Land zu beleuchten und um Denkanstöße zu vermitteln“.

Was machen wir nur mit den doppel-dottrigen Eiern?

In freudiger Erwartung des ausgebrüteten Blog-Eis haben wir natürlich im Vorfeld einer positiven Antwort von Cäsarchen Ramelow einen Vorrat an dicken Eiern, die dem Verdacht ausgesetzt sind, zwei Dotter zu enthalten, aber auch eine Vielzahl von Berlinern/Pfannkuchen/Krapfen/Kreppeln mit unterschiedlichsten reichlichen Füllungen eingekauft, um entsprechend den Fragestellungen mit dem Hochqualitätsanspruch von Salve TV die richtigen Fragen an Herrn Ramelow in diesem Blog stellen zu können. Natürlich haben wir auch die unterschiedlichsten Fragen von wesentlicher landespolitischer Bedeutung vorbereitet, wie zum Beispiel: Wie wird das Wetter in Thüringen, welchen Zusammenhang gibt es zwischen der Breitbandverkabelung und dem Liebesleben der Pflastersteine bei senkrechter Mondbestrahlung um Mitternacht? Aber wir wurden enttäuscht.

Da könnte ja jeder kommen

Wir bekamen die lapidare Antwort, wir hätten „... den Regierungssprecher angeschrieben, Herrn Fischer, und da geht's um einen Blog in Sachen Medienpolitik mit dem MP.“ Immerhin: „Wir haben das geprüft, wir können das gerade jetzt irgendwie nicht leisten. Der MP steht sozusagen für dieses Thema jetzt nicht zur

Verfügung. Das kriegen wir auch nicht hin, dass er jetzt hier so ein Tagebuch zu medienpolitischen Themen mitschreibt. Ich muss Ihnen also leider einen Korb geben. Tut mir leid. Ich bitte um Verständnis. Und wünsche Ihnen für Ihr Projekt natürlich frohes Schaffen. Danke. Tschühüss.“

Vulgo könnte man auch sagen „Lasst mir meine Ruhe“. Wir wären sogar bereit gewesen, eine Zusammenfassung der hoch anspruchsvollen Serie von Salve TV zu übernehmen, wenn wir nur was zum Zusammenfassen gehabt hätten!

Schade eigentlich, wo wir doch hier nach dem guten alten und von Salve TV perfektionierten Brauchspruch handeln wollten: „Jeder blamiert sich so gut er kann“. So bleiben die Eier mit zwei Dottern ungebraten und die Kreppel ungegessen.

Tschühüss!

Neues vom FRK

FRK will gemeinsam mit VKU gegen Telekom vorgehen

Der Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) will zusammen mit dem Verband Kommunaler Unternehmen (VKU) sowie ortsansässigen mittelständischen Unternehmen den Doppelausbau von Breitbandinfrastrukturen verhindern. FRK-Vorsitzender Heinz-Peter Labonte schlägt in einem Brief an VKU-Hauptgeschäftsführer Hans-Joachim Reck ein gemeinsames Vorgehen gegen die "Marktbeherrschungsstrategie der Telekom" vor, wie es in einer Mitteilung des FRK heißt.

"Die Deutsche Telekom AG mit ihrem knapp 33-prozentigen Anteilseigner Bundesrepublik Deutschland ist auf dem besten Weg zum Marktbeherrscher", erklärt Labonte und spricht von den gleichen Erfahrungen, die die VKU- und FRK-Mitglieder machten. Er nennt den Fall in der Brandenburgischen Niederlausitz. Dort werde ein mittelständisches Unternehmen 600 Haushalte einer bislang nicht erschlossenen Gemeinde bis Jahresende mit 100 Mbit/s bis in den Haushalt hinein (FTTH) anschließen. Nachdem zuvor die Telekom kein Interesse gezeigt habe, würden jetzt plötzlich die Kabelverzweiger (KVZ) vom Ex-Monopolisten mit Glasfaser erschlossen. Gleichzeitig versuchten die Vertriebsmitarbeiter der Telekom mit zweifelhaften Methoden die Kunden von einem Wechsel zum neuen Anbieter abzuhalten. VKU-Hauptgeschäftsführer Reck kritisierte ebenfalls gegenüber der Presse die Vorgehensweise des Bonner TK-Riesens.

Außerdem, so der FRK weiter, werde im Land Brandenburg die Telekom durch das Projekt "Glasfaser 2020" einseitig gegenüber allen Wettbewerbern durch eine 75-prozentige Förderung [bevorzugt](#), was gleichzeitig der Telekom Finanzvorteile in anderen Wettbewerbsgebieten verschaffe. Die gleiche Bevorzugung sei auch im IT-Gipfelprozess und bei der Netzallianz zu beobachten. Um der "einseitigen Bevorzugung durch Bundesregierung und Bundesländer" zu begegnen, schlägt Labonte in seinem Brief vor, eine gemeinsame Strategie der kommunalen und der mittelständischen Unternehmen zu entwickeln, die mehr als zehn Millionen Haushalte in Deutschland in vorrangig unterversorgten Gebieten mit breitbandigen Anschlüssen versorgen. Das soll durch einen koordinierten Einsatz vorhandener privater Finanzressourcen (sechs Milliarden Euro für vier der zehn Millionen Haushalte) geschehen.

Veranstaltungshinweis

Medienregulierung und Vielfaltssicherung in Europa

Die Auffindbarkeit und der Zugang zu Medienangeboten sind zentrale Themen in der digitalen Medienwelt. Welche Lösungsansätze stehen hierfür in Europa zur Verfügung? Müssen neben den Plattformen auch die Endgeräte reguliert werden, damit der gleichberechtigte Zugang gesichert bleibt?

Ergeben sich in Europa neue Grenzzäune für Medieninhalte durch die Praxis der Rechteverwertung? Welche Probleme stellen sich dabei und wie könnten Lösungen aussehen? Wie lässt sich Qualität in der regionalen Berichterstattung sicherstellen, etwa über innovative Ausbildungsansätze und Fördermodelle?

Diese und weitere Fragen stehen im Mittelpunkt der Konferenz "Rettungsschirm für die Vielfalt? Europäische Regulierungsansätze 3.0", die die Medienaufsichtsbehörden von Deutschland (ALM), Österreich (RTR) und der Schweiz (BAKOM) am 16. Juni in Stuttgart veranstalten.

Die neue Konferenzreihe "Trimediale" ist die Nachfolgeveranstaltung der EuroReg.

Infos: <http://www.die-medienanstalten.de/service/veranstaltungen.html>

Bundesnetzagentur beklagt "Rosinenpickerei" bei Breitbandausbau

Bei der Bundesnetzagentur (BNetzA) sammeln sich Beschwerden über das Verhalten großer Telekommunikationsnetzbetreiber beim Ausbau des Breitbandnetzes.

"Es ist verwunderlich, wenn Unternehmen einerseits die hohen Kosten des Breitbandausbaus im ländlichen Raum beklagen, andererseits aber offenbar genug Geld dafür vorhanden ist, punktuell gerade dort einen parallelen Breitbandausbau zu finanzieren", sagte BNetzA-Präsident Jochen Homann dem ["Handelsblatt"](#).

Nach Angaben der Bundesnetzagentur gibt es Beschwerden über alle großen Netzbetreiber. Bundestagsabgeordnete und Landräte beklagen etwa, dass Anbieter wie die Deutsche Telekom auf Nachfrage in ländlichen Regionen kein Interesse am Ausbau des Breitbandnetzes bekunden. Investierten daraufhin regionale Initiativen, würden die Etablierten plötzlich doch den Aufbau eines Netzes ankündigen.

"Dieses Rosinenpicken würde erschwert, wenn Unternehmen, die bei der Verteilung von Fördermitteln kein Interesse an einem bestimmten Ausbaubereich zeigen, für eine gewisse Zeit an diese Aussage gebunden wären", sagte Homann. "Hier sind aber in erster Linie die Beihilfe gewährenden Stellen und Fördermittelgeber gefragt."

VATM kritisiert Breitband-Nachbaupolitik der Telekom

Der Breitbandausbau in ländlichen Regionen ist in den vergangenen Monaten auch dank des vielfachen Engagements von Bürgermeistern, Landräten und regionaler Telekommunikationsunternehmen ins Laufen gekommen. Diese Erfolge drohen allerdings aktuell an der Nachbaupolitik der Deutschen Telekom zu scheitern, warnt der Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM).

"Was die Wettbewerber schon seit längerem erleben, widerfährt zurzeit auch Kommunen und Stadtwerken", sagte VATM-Geschäftsführer Jürgen Grützner in Köln. "Die Deutsche Telekom hat vielerorts und jahrelang den Ausbau verweigert. Aber just in dem Moment, wenn Wettbewerber oder kommunale Unternehmen auf den Plan treten, wird die Telekom aktiv."

Überflüssige Planungskosten oder gar Fehlplanungen bei Kommunen und Anbietern seien das Ergebnis dieses Vorgehens. Letztlich bedeuteten verspätete Angebote der Telekom sogar das Aus für die meisten Geschäftsmodelle von Unternehmen oder Kommunen, die in den Ausbau investieren wollten. Schließlich seien die Kunden vor Ort in der Regel bereits Telekom-Kunden, während für einen neuen Anbieter das Gewinnen von Kunden zu einer der schwierigsten Phase des Ausbauprozesses gehöre.

"Die Telekom muss sich bei der Abfrage einer Kommune zu eventuell bestehenden, örtlichen Ausbauplanungen für die nächsten Jahre fairerweise beteiligen", fordert Grützner. "Dass die Telekom wartet und sich dann erst meldet, wenn Wettbewerb droht, oder gar mit Steuergeldern geförderte Netze überbaut, muss in der Zukunft verhindert werden." Melde die Telekom einen Ausbau nicht an, müsse für den von der Kommune abgefragten Planungszeitraum Planungs- und Investitionssicherheit für Wettbewerber bestehen.

"Innovativen, kreativen und schnellen Unternehmen, die im Wettbewerb zur Telekom stehen, werden ansonsten ihr Engagement in solchen ländlichen Regionen letztlich sogar zurückfahren müssen. Viele Bürger werden so auf den veralteten, leistungsschwachen Netzen des ehemaligen Staatskonzerns sitzen bleiben. Oder die neugebauten, hochwertigen Netze bleiben unausgelastet und können nicht wirtschaftlich betrieben werden", warnt Grützner.

Letztlich werde der Glasfaserausbau bis ins Haus so immer weiter erschwert und der Investitionswettbewerb ausgehebelt, befürchtet Grützner. An dieser Stelle sei die Bundesregierung in der Pflicht: "Es ist jetzt die zentrale politische Aufgabe, bei der Festlegung von Ausschreibung und Fördermöglichkeiten einen solchen Parallel- oder sogar Überbau zu verhindern." Niemand wolle dabei die Telekom von der Ausschreibung ausschließen. Es müsse allerdings sichergestellt werden, dass bei Auftragsvergabe für den in der Ausschreibung vorgesehenen Planungszeitraum mit offenen Karten gespielt und schneller strategischer Überbau verhindert werde, damit die knappen Steuergelder der Bürger auch wirklich effizient eingesetzt werden könnten.

Breitbandversorgung Pfalz beklagt unfairen Wettbewerb der Telekom

Die Breitbandversorgung Pfalz (BBV Pfalz) wirft der Deutschen Telekom vor, mit Drückerkolonnen in der Südpfalz Unwahrheiten über das Unternehmen zu verbreiten, um ihr eigenes Breitbandangebot zu bewerben. Hierzu behält sich die BBV Pfalz rechtliche Schritte vor.

Das Vorgehen widerspreche klar dem Geist der Netzallianz Digitales Deutschland, die im März 2014 durch das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur gegründet wurde, erklärte die BBV Pfalz in einer Mitteilung. Sowohl die Telekom als auch die BBV Pfalz (über den Branchenverband Buglas)

haben sich in dieser Allianz zu einem partnerschaftlichen Breitbandausbau in Deutschland zusammengeschlossen.

[Die BBV Pfalz](#) betreibt in der Region Römerberg seit November 2014 ein Glasfasernetz, das neben Breitbanddiensten mit bis zu 400 Mbit/s auch Telefonie und künftig TV-Angebote bereitstellt. Nach dem Vermarktungsstart des Netzes begann die Telekom vor Ort den VDSL-Ausbau mit technologisch begründeten geringeren Datenraten.

Die Drückerkolonnen greifen nach Angaben der BBV Pfalz zu unlauteren Methoden, um das Telekom-Produkt zu vermarkten, etwa der Behauptung, die BBV Pfalz sei insolvent, die BBV Pfalz erreiche die beworbenen Geschwindigkeiten nicht oder die Telekom habe die BBV Pfalz übernommen. All dies sei falsch.

"Es ist erstaunlich, dass die Deutsche Telekom die 'Ausbauwürdigkeit' der Region Römerberg erst erkannt hat, nachdem wir als regionaler Player die Gemeinde erfolgreich mit Glasfaser erschlossen haben", sagte Hardy Heine, Leiter Marketing und Vertrieb der BBV Pfalz. "Wir sagen 'Ja' zum Wettbewerb, aber 'Nein' zur Diskriminierung alternativer Glasfaser-Carrier, die mit innovativen Glasfaserprodukten den Breitbandausbau in Deutschland nachweislich und zukunftsicher vorantreiben und im Vergleich David gegen Goliath technisch gesehen auch einmal die Nase vorn haben können. Echte Größe zeigt, wer dann zu seriösen Vermarktungsmethoden statt zu Falschaussagen greift."

Glasfasernetzbetreiber in Europa verbünden sich

Der Bundesverband Breitbandkommunikation (Breko) und der Bundesverband Glasfaseranschluss (Buglas) haben gemeinsam mit acht weiteren europäischen Telekommunikationsverbänden die European Local Fibre Alliance (ELFA) gegründet.

Die in der Interessengemeinschaft zusammengeschlossenen Verbände alternativer Glasfasernetzbetreiber aus Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Schweden und Spanien vertreten in ihren Heimatländern lokale und regionale Netzbetreiber, die sämtlich auf Glasfasernetze als zukunftsichere Technologie setzen. Alle ELFA-Mitglieder haben sich das Ziel gesetzt, den flächendeckenden Ausbau von Glasfasernetzen zugunsten von Menschen und Unternehmen weiter zu beschleunigen.

"Mit der Gründung der ELFA verleihen wir den alternativen Glasfasernetzbetreibern eine starke, gemeinsame Stimme in Brüssel und ganz Europa", sagte Breko-Vizepräsident Johannes Pruchnow. "Neben unserer wichtigen Mitgliedschaft im europäischen Wettbewerbsverband ECTA (European Competitive Telecommunications Association) werden wir mit der ELFA noch einmal einen besonderen Schwerpunkt auf den schnellen Ausbau mit zukunftsicherer Glasfaser in ganz Europa und die hierfür notwendigen politischen und regulatorischen Rahmenbedingungen legen."

Buglas-Präsident Jens Prautzsch erklärte die Motivation für die Gründung des neuen europäischen Zusammenschlusses: "Dienste mögen dabei global sein, der Ausbau der dafür unverzichtbaren Glasfaseranschlüsse hingegen findet fast ausschließlich lokal statt. Das ist nicht nur in Deutschland so, sondern auch bei unseren Partnerverbänden aus den anderen Mitgliedsstaaten. Mit der ELFA wollen wir unsere Interessen wirkungsvoll in den in Brüssel anstehenden TK-Review einbringen."

Regionale TV-Werbung schon wieder vor dem Aus

Bundesweiten Privatsendern soll die jüngst durch ein Gerichtsurteil erlaubte Ausstrahlung regionaler TV-Werbung wieder untersagt werden. Einen entsprechenden Beschluss wolle die Rundfunkkommission der Länder auf ihrer nächsten Sitzung fassen, berichtet das ["Handelsblatt"](#).

Die TV-Gruppe ProSiebenSat.1 hatte dagegen geklagt, dass ihre Sender keine regionale Werbung ausstrahlen dürfen. Im Dezember 2014 hat das Bundesverwaltungsgericht dem Konzern in letzter Instanz Recht gegeben. Der Konkurrent RTL macht sich das Urteil bereits zunutze und ermöglicht Werbepartnern im Rahmen eines Pilotprojekts, Spots für regionale Zielgebiete auszustrahlen, während die Zuschauer in anderen Gegenden Programmtrailer sehen.

Die Rundfunkpolitiker in den Staats- und Senatskanzleien der Länder haben sich dem Bericht zufolge im Grundsatz darauf verständigt, in den 17. Rundfunkänderungsstaatsvertrag ein Verbot für regionale Werbung im bundesweiten Privatfernsehen aufzunehmen, das gerichtsfest ist. Damit sollen lokale und regionale TV-Sender, Zeitungen und Radiostationen geschützt werden, die befürchten, dass Werbekunden abwandern.

Die Länderparlamente werden voraussichtlich in der zweiten Jahreshälfte den neuen Rundfunkstaatsvertrag verabschieden, der Anfang 2016 in Kraft treten soll.

Liberty Global kauft Kabel-BW-Übernahme frei

Die Übernahme des Kabelnetzbetreibers Kabel BW durch den US-Medienkonzern Liberty Global, die

Muttergesellschaft von Unitymedia, ist jetzt rechtskräftig.

Die beiden Wettbewerber Deutsche Telekom und NetCologne, die im Januar 2012 Beschwerde gegen die Genehmigung der Transaktion durch das Bundeskartellamt eingelegt haben, haben ihre Beschwerden zurückgezogen. Das Kartellamt hat der Rücknahme zugestimmt, wie Unitymedia Kabel BW in Köln mitteilte.

Grundlage ist eine Einigung, die im vierten Quartal 2014 erzielt wurde, wonach Liberty Global den beiden Beschwerdeführern einen Geldbetrag in Höhe von insgesamt 183,5 Millionen Euro zahlt.

Die Deutsche Telekom und NetCologne gingen gegen die kartellrechtliche Freigabe vor, weil sie negative Auswirkungen auf den Wettbewerb im Kabel- und Breitbandmarkt befürchteten. Das Oberlandesgericht Düsseldorf schloss sich der Einschätzung an und hob die kartellrechtliche Genehmigung der Übernahme von Kabel BW durch Liberty Global im August 2013 auf. Liberty Global legte daraufhin Beschwerde gegen das Urteil beim Bundesgerichtshof ein.

Sobald der Bundesgerichtshof das Verfahren einstellt, was für das erste Quartal dieses Jahres erwartet wird, wird die Genehmigung der Übernahme durch das Kartellamt endgültig rechtskräftig - ohne weitere Prüfung oder Auflagen.

1&1 startet IPTV-Plattform

Der DSL-Anbieter 1&1 bietet seinen Kunden neben Telefon, Internet und Mobilfunk ab sofort auch Fernsehen an.

["1&1 Digital TV - provided by Telekom"](#) können VDSL-Kunden mit einer Telefon & Internet-Flatrate mit 50 Mbit/s für fünf Euro pro Monat dazu buchen. Die Mindestvertragslaufzeit beträgt 24 Monate. Beim Wechsel zu "1&1 Digital TV" wird abhängig von der verbleibenden Laufzeit des bestehenden Vertrags eine einmalige Gebühr fällig.

Das Basispaket umfasst mehr als [100 TV-Sender](#), davon mehr als 20 in HD-Qualität. Mit dabei sind alle großen privaten und öffentlich-rechtlichen Programme sowie Spartenkanäle und ausländische Sender. Die Kunden erhalten außerdem Zugang zur Online-Videothek Videoload mit über 19.000 Spielfilmen und Serien, davon rund 4.000 in HD-Qualität, die einzeln gemietet oder gekauft werden können.

Technische Voraussetzung für die Buchung des TV-Angebots ist, dass der Internetanschluss auf einer Leitung der Deutschen Telekom geschaltet ist. Grund: "1&1 Digital TV" basiert auf der IPTV-Plattform Entertain der Telekom. Die Kunden können zum Basispaket weitere Bouquets mit Abo-Sendern dazu buchen, für die zwischen 4,95 und 19,95 Euro pro Monat anfallen. Die HD-Option kostet 4,95 Euro pro Monat. Alle zusätzlichen Pakete lassen sich monatlich kündigen.

Das für den Zugang zum TV-Angebot notwendige 1&1 IPTV MediaCenter kostet einmalig 49,99 Euro. Dabei handelt es sich um ein spezielles Einführungsangebot. Der Preis wird nach 1&1-Angaben nach der Einführungsphase in den kommenden Tagen auf 99,99 Euro angehoben. Die Kunden können auch den 1&1 IPTV Receiver, eine optionale Hardware für weitere Fernsehgeräte, für einmalig 89,99 Euro bestellen.

"1&1 Digital TV" soll in Kürze für weitere Bestandskunden und mittelfristig auch für Neukunden von 1&1 verfügbar werden.

Unitymedia Kabel BW gewinnt Nassauische Heimstätte/Wohnstadt

Unitymedia Kabel BW versorgt ab Februar 2015 die Wohnungen der Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte/Wohnstadt mit TV, Internet- und Telefonanschlüssen. Ein entsprechender langfristiger Vertrag wurde mit der Dienstleistungstochter MET abgeschlossen.

Den mehr als 60.000 Haushalten der Unternehmensgruppe in 140 Städten und Gemeinden sowie weiteren von MET versorgten Wohnungsunternehmen stehen dadurch neben analogen TV- und Radiosendern auch rund 85 digitale TV- und 70 digitale Radiosender sowie 25 Fernsehsender in HD-Qualität zur Verfügung.

Ohne monatliche Zusatzkosten können Mieter zudem je ein TV-Fremdsprachenpaket nach Wahl sowie einen Internetzugang mit einer Datenrate von bis zu 1 Mbit/s nutzen, der für einen monatlichen Aufpreis auf bis zu 200 Mbit/s erweitert werden kann. Die Mieter können auch einen Telefonanschluss sowie weitere Pay-TV-Pakete inklusive Sky dazu buchen.

Die Wohnungen wurden bislang vom Wettbewerber Tele Columbus versorgt, der damit einen seiner wichtigsten Kunden verliert.

Telekom versorgt Frankfurter Wohnungs-Genossenschaft

Die Deutsche Telekom hat fast 650 Wohneinheiten der Frankfurter Wohnungs-Genossenschaft (FWG) mit ihrem Kabel-TV-Angebot "TeleVision" ausgestattet. Im Zuge der Umstellung hat der Telekommunikationskonzern die Gebäude auch an sein Glasfasernetz angebunden und damit unter anderem die Grundlage für einen schnellen Internetzugang gelegt.

"[TeleVision](#)" bietet den rund 1.100 Mietern der FWG 35 analoge, über 100 digitale und 23 HD-Sender sowie Fremdsprachenprogramme. Da das gesamte Angebot unverschlüsselt ist, benötigen die Zuschauer neben einem Fernseher mit Digital-TV-Kabeltuner (DVB-C) keine weiteren Endgeräte für den Empfang.

Die Mieter können Pay-TV-Pakete dazu buchen, etwa das Bundesliga-Angebot von Sky. Auch ein Telefon- und Internetanschluss ist auf Wunsch verfügbar.

DVB-T2-Plattform: Media Broadcast einziger Bewerber

Der Sendernetzbetreiber Media Broadcast ist der einzige Bewerber für den Betrieb der digitalen terrestrischen Plattform im Verbreitungsverfahren DVB-T2/HEVC. Die entsprechende Ausschreibung der Landesmedienanstalten endete am 30. Januar 2015.

Die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) der Medienanstalten will jetzt prüfen, ob die in der Ausschreibung benannten Rahmenbedingungen eingehalten wurden und die Zuweisung der Kapazitäten an Media Broadcast ausgesprochen werden kann. Die Entscheidung darüber ist für die ZAK-Sitzung am 17. März 2015 vorgesehen.

Der Umstieg vom bisherigen DVB-T-Standard auf das Nachfolgesystem DVB-T2 soll in der ersten Jahreshälfte 2016 in den ersten Ballungsräumen beginnen. Die deutschlandweite Umstellung soll im Jahr 2019 abgeschlossen sein.

Mit DVB-T2 werden in Deutschland erstmals HD-Programme via Antenne ausgestrahlt. Während die beiden großen TV-Gruppen RTL und ProSiebenSat.1 ihre Sender über die DVB-T2-Plattform verschlüsselt und kostenpflichtig ausstrahlen wollen, werden die öffentlich-rechtlichen Programme frei empfangbar sein.

Bundesnetzagentur versteigert 700-MHz-Frequenzen

Die Bundesnetzagentur hat die Versteigerung des 700-MHz-Frequenzbereichs in die Wege geleitet.

Die Frequenzen, die durch die Umstellung des digitalen terrestrischen Fernsehens (DVB-T) auf das effizientere Verfahren DVB-T2 frei werden, sollen ab 2017 schrittweise für die Versorgung ländlicher Regionen mit schnellen mobilen Internetzugängen verwendet werden. Die Haushalte sollen eine Datenrate von jeweils mindestens 10 Mbit/s nutzen können.

Deutschland ist das erste Land in Europa, das diesen Frequenzbereich dafür freigibt. Die 700-MHz-Frequenzen im Umfang von 2x30 Megahertz werden gemeinsam mit den Frequenzen in den Bereichen 900 MHz und 1.800 MHz versteigert, deren Nutzungsrechte Ende 2016 auslaufen.

Unternehmen die an der Versteigerung teilnehmen wollen, können bis 6. März 2015 Zulassungsanträge stellen. Die Auktion soll im Mai oder Juni 2015 in Mainz durchgeführt werden.

700 MHz: Bund erwartet Milliarden-Einnahmen

Der Bundesminister für digitale Infrastruktur, Alexander Dobrindt (CSU), rechnet bei der Versteigerung der bislang für DVB-T genutzten 700-MHz-Frequenzen mit Milliarden-Einnahmen.

"Das Interesse an den Frequenzen ist größer als manche glauben", sagte Dobrindt dem Nachrichtenmagazin "[Focus](#)". Der Bund erwarte einen Milliardenbetrag. "Aber 50 Milliarden Euro wie bei der Versteigerung der UMTS-Frequenzen sind längst nicht mehr möglich, weil das die Finanzkraft der Unternehmen auch überstrapazieren würde", räumte der Minister ein.

Dobrindt konstatierte zudem Fortschritte beim Netzausbau. Inzwischen habe Deutschland in Europa eine der höchsten Dynamiken im Breitbandausbau mit Glasfaserkabel, Vectoring, LTE oder VDSL, sagte Dobrindt. "Der Mobilfunkstandard LTE erreicht in Deutschland inzwischen mehr als 80 Prozent der Haushalte. Trotzdem müssen wir noch besser werden."

Media Broadcast öffnet multithek für Radiosender

Der Sendernetzbetreiber Media Broadcast bietet auf seinem DVB-T-Zusatzdienst multithek ab sofort auch Radiostationen an. Zum Start sind Radio B2, BB Radio, Radio Teddy, 89.0 RTL, Radio Brocken, Deluxe Radio und Deluxe Lounge dabei.

Die Sender lassen sich mit der Fernbedienung wie ein DVB-T-Programm auf dem Fernseher anwählen. Wie bei den zusätzlichen TV-Sendern, die die multithek in DVB-T-Haushalte bringt, erfolgt die

Übertragung nicht via Antenne, sondern als Livestream per Internet.

Die kostenfreie [multithek](#) lässt sich mit DVB-T-Empfängern nutzen, die sich für den interaktiven Multimedia-Standard HbbTV eignen und ans Internet angeschlossen sind. Die Datenrate sollte mindestens 2 Mbit/s betragen.

Die multithek ist per DVB-T verfügbar in Berlin, Hamburg, Saarbrücken, im Rhein-Main-Gebiet, in Hannover, Braunschweig, Stuttgart, München, Nürnberg, Bremen, Lübeck, Kiel und Nordrhein-Westfalen - sowie deutschlandweit via Satellit über Astra (19,2° Ost).

Sky erreicht über vier Millionen Abonnenten

Sky hat in den letzten drei Monaten des vergangenen Jahres 214.000 neue Abonnenten gewonnen - das bislang stärkste Kundenwachstum in der Unternehmensgeschichte. Allerdings rutschte der Pay-TV-Veranstalter wieder in die roten Zahlen.

Insgesamt hat Sky nun 4,12 Millionen Abonnenten und überschreitet damit erstmals die 4-Millionen-Marke. Der Umsatz stieg im zweiten Quartal 2014/15 im Vorjahresvergleich um neun Prozent auf 451 Millionen Euro. Das operative Ergebnis (EBITDA) betrug 3,5 Millionen Euro, nachdem vor einem Jahr noch ein negatives Ergebnis von 37 Millionen Euro in den Büchern stand.

Der Verlust verringerte sich von 80,4 Millionen auf 37,1 Millionen Euro. Im vorherigen Quartal hatte Sky unterm Strich einen Gewinn von zwölf Millionen Euro erzielt.

Sky verschwindet von Börse

Die britische Muttergesellschaft Sky UK will sich ihre Tochter Sky Deutschland komplett einverleiben.

Der Londoner Konzern, der bereits 95,8 Prozent der Anteile hält, will die Aktien der restlichen Aktionäre im so genannten Squeeze-Out-Verfahren gegen eine Barabfindung übernehmen, wie Sky in München mitteilte. Das Unternehmen wäre dann nicht mehr an der Börse notiert.

Der Übertragungsbeschluss soll auf einer Hauptversammlung von Sky Deutschland gefasst werden, die demnächst stattfinden soll.

Sky UK hatte im November 2014 im Zuge der Zusammenlegung der Sky-Aktivitäten in Europa die Mehrheit an Sky Deutschland genommen.

Mehrheit der Sat-Haushalte hat HD-Empfang

17,6 Millionen TV-Haushalte in Deutschland schauten Ende 2014 ihre Programme in hoher Bildauflösung (HD) - 24 Prozent mehr als im Vorjahr (2013: 14,2 Millionen). Der Anteil der HD-Haushalte liegt damit bei 45 Prozent.

Von den HD-Haushalten entfällt der größte Anteil auf den Satelliten-Direktempfang (zehn Millionen), gefolgt von Kabel (6,6 Millionen) und IPTV (eine Million). Die Zahl der Satellitenhaushalte stieg von 18,1 auf 18,2 Millionen. Das entspricht einem Marktanteil von 47 Prozent. Erstmals sieht damit die Mehrheit der Satellitenhaushalte ihre Programme in HD-Qualität.

Das Kabelfernsehen legte von 16,85 auf 16,9 Millionen Haushalte zu (Marktanteil 44 Prozent). DVB-T kommt auf 2,2 Millionen Haushalte (Marktanteil sechs Prozent), für IPTV haben sich 1,5 Millionen Haushalte (Marktanteil vier Prozent) entschieden.

Die Zahlen stammen aus dem aktuellen TV-Monitor 2014, für den das Marktforschungsinstitut TNS Infratest 6.000 Haushalte im Auftrag des Satellitenbetreibers Astra befragt hat. Bei der Auswertung wurde jeweils der TV-Erstempfangsweg berücksichtigt, also in der Regel der große Fernseher im Wohnzimmer.

Für das neue Bildformat Ultra HD, das eine viermal höhere Bildauflösung als HDTV bietet, wird ein rasches Wachstum erwartet. Rund 220.000 Ultra-HD-Fernseher wurden laut GfK Retail and Technology bis Ende 2014 in Deutschland verkauft. Die Marktforscher rechnen bis Ende des Jahres mit weiteren rund 750.000 verkauften Ultra-HD-Geräten.

HD+ legt schneller zu

HD+, die kostenpflichtige Satellitenplattform mit den HD-Versionen privater Free-TV-Sender auf Astra (19,2° Ost), hat ihr Wachstumstempo gesteigert. Im vierten Quartal 2014 wurden 60.309 zahlende Kunden gewonnen - mehr als in den beiden vorherigen Quartalen. Im dritten Quartal waren 51.062 Kunden dazugekommen, im zweiten Quartal 47.089 Kunden.

Insgesamt verfügte HD+ damit zum Jahresende 2014 über 1,65 Millionen zahlende Kunden - ein Anstieg um 17 Prozent innerhalb eines Jahres (Ende 2013: 1,41 Millionen Kunden). Von den zehn Millionen HD-Satellitenhaushalten in Deutschland haben sich somit 16,5 Prozent für den kostenpflichtigen Bezug

von HD+ entschieden.

Weitere 1,4 Millionen Haushalte befinden sich in der kostenlosen Testphase. Damit erreicht HD+ insgesamt erstmals über drei Millionen Haushalte.

Die verschlüsselte Plattform enthält derzeit 20 private HD-Sender. Zuletzt war am 1. Januar 2015 Sat.1 Gold HD dazu gekommen.

Kabel Deutschland: Starke Nachfrage nach Highspeed-Internet

Kabel Deutschland verzeichnete in den letzten drei Monaten des vergangenen Jahres 262.000 neue Verträge für Internet- und Telefonanschlüsse (136.000 Internet- und 126.000 Telefonverträge).

Der überwiegende Teil der Breitbandkunden bucht Internet/Telefon-Bündelpakete und bevorzugt Internetanschlüsse mit bis zu 100 Mbit/s Download-Geschwindigkeit, wie der Kabelnetzbetreiber in München mitteilte. In den ersten Regionen bietet die Vodafone-Tochter bereits eine Datenrate von 200 Mbit/s an.

Der Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 6,5 Prozent auf 513 Millionen Euro, das operative Ergebnis (EBITDA) legt um 2,4 Prozent auf 236 Millionen Euro zu. Unterm Strich blieb ein Gewinn von 73 Millionen Euro - eine Steigerung um 40 Millionen Euro im Vergleich zum letzten Quartal des Jahres 2013.

Aus Kabel Deutschland wird Vodafone

Der britische Mobilfunkkonzern Vodafone wird seine deutsche Kabeltochter Kabel Deutschland in Vodafone umbenennen. Die Marke Kabel Deutschland werde noch in diesem Jahr verschwinden, kündigte Jens Schulte-Bockum, Deutschland-Chef von Vodafone, im Interview mit dem "Handelsblatt" an.

"Wir sind hierfür aktuell in der detaillierten Planung. Der Name Vodafone wird künftig auch für die Kompetenz im Kabelnetz stehen", sagte Schulte-Bockum.

Vodafone hatte Kabel Deutschland im Herbst 2013 für knapp elf Milliarden Euro übernommen. Im Juli 2014 bestätigte das Unternehmen, dass der Name Kabel Deutschland zugunsten von Vodafone mittelfristig aufgegeben werden soll, nannte aber keine Details.

Unitymedia Kabel BW: 71.000 neue Horizon-Kunden

Unitymedia Kabel BW hat im vierten Quartal 2014 rund 71.000 neue Kunden für seine Multimedia-Plattform Horizon gewonnen - ein neuer Rekord. Grund war die weiterhin hohe Nachfrage bei Unitymedia sowie die Einführung von Horizon bei Kabel BW im November 2014, wie die Tochter des US-Medienkonzerns Liberty Global in Köln mitteilte.

Im Gesamtjahr 2014 stieg die Zahl der Horizon-Kunden um 187.000 auf 245.000. Mehr als 170.000 Kunden haben sich für den mobilen TV-Dienst Horizon Go registriert.

Für TV, Internet und Telefonie verzeichnete Unitymedia Kabel BW im vierten Quartal 139.000 neue Verträge - ein Anstieg von zwei Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Insgesamt hat das Unternehmen damit 2,9 Millionen Internet- und 2,7 Millionen Telefonkunden. 65 Prozent aller Neukunden buchten im vierten Quartal Pakete mit Internet-Geschwindigkeiten von 100 Mbit/s oder mehr. Seit November 2014 bietet Unitymedia Kabel BW Datenraten von bis zu 200 Mbit/s an.

Regional-TV-Sender DRF1 startet im Kabel

Mit DRF1 - Deutsches Regional Fernsehen ist ein neuer Privatsender gestartet, der lokale und regionale Nachrichten und Informationen aus allen 16 Bundesländern ausstrahlt.

Unter dem Motto "16 Länder - ein Sender" laufen im Viertelstundentakt aktuelle Berichte aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Gesellschaft. Die Beiträge stammen von anderen Regionalsendern, mit denen DRF1 kooperiert, sowie von freien Mitarbeitern.

Das 24-Stunden-Programm, das sich über Werbung finanzieren soll, ist digital im Kabelnetz von Kabel Deutschland zu empfangen - unverschlüsselt und ohne Zusatzkosten für die Zuschauer. Auf der [Webseite](#) wird zudem ein Livestream angeboten.

Betreiber des Senders sind die TV-Macher Christian Opitz und Normann Schneider, die bereits die Regionalsender TV-Mittelrhein und wwtv in Rheinland-Pfalz veranstalten.

RiC TV startet bei Unitymedia Kabel BW

Der Kinderkanal RiC TV ist ab sofort im Kabelnetz von Unitymedia Kabel BW in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg zu empfangen.

Der werbefinanzierte Free-TV-Sender, der sich an drei bis 13-jährige Kinder und am Abend an die ganze Familie richtet, wird unverschlüsselt in herkömmlicher Bildauflösung (SD) auf Kanal 251 verbreitet. Das Programm ist auch mobil über den Dienst Horizon Go zugänglich.

RIC TV ist außerdem per Satellit über Astra (19,2° Ost), in weiteren Kabelnetzen, auf IPTV-Plattformen, via Mobile TV, auf der Internet-TV-Plattform Zattoo und als Livestream auf der [Webseite](#) des Senders zu empfangen. In Chemnitz und Dresden soll das Programm künftig auch per DVB-T ausgestrahlt werden.

TRT Türk kehrt ins Kabel zurück

Unitymedia Kabel BW speist das türkische Auslandsfernsehen TRT Türk ab sofort wieder in sein Kabelnetz in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg ein. Das Programm ist unverschlüsselt in herkömmlicher Bildauflösung (SD) auf Kanal 403 zu empfangen.

Seit Januar 2014 war der vom türkischen Staatsfernsehen TRT betriebene Sender aufgrund einer fehlenden vertragsrechtlichen Grundlage nicht mehr im Angebot enthalten.

"Ich freue mich sehr, dass wir unsere Partnerschaft mit TRT Türk wieder aufleben lassen und unser Angebot an fremdsprachigen Sendern erweitern können. Unsere Kunden mit Interesse an der türkischen Kultur erhalten auf TRT Türk Zugang zu aktuellen Informationen und Geschehnissen aus der Türkei und zu abwechslungsreicher Unterhaltung", sagte Christian Hindennach, Senior Vice President Marketing & Produkt-Management bei Unitymedia Kabel BW.

Neun weitere türkischsprachige Sender verbreitet der Kabelnetzbetreiber im Abo-Paket "Digital-TV Türkisch". Insgesamt bietet Unitymedia Kabel BW über 50 fremdsprachige Programme an.

Moviemax Turk startet bei Kabel Deutschland

Der türkische Spielfilmkanal Moviemax Turk ist ab sofort bei Kabel Deutschland zu empfangen. Der Sender ist für alle Kunden, die das Paket "Kabel Türkisch" abonniert haben, automatisch freigeschaltet.

Moviemax Turk zeigt aktuelle türkische Spielfilme sowie Klassiker der türkischen Filmgeschichte.

Das Bouquet "Kabel Türkisch", das insgesamt acht türkische Sender enthält, kostet 9,90 Euro pro Monat. Mit dabei sind ATV Avrupa, Euro D Euro Star, Kanal 7 Avrupa, NTV Avrupa, Show Turk und Turkmax Gurme.

ZDF-App erhält Mitmach-Funktionen

Die Mediathek-App des ZDF wird moderner ausgerichtet. Mit der neuesten Version - jetzt nur noch ZDF-App genannt - können die Zuschauer an vielen ZDF-Programmen teilhaben.

Durch Second-Screen-Funktionen werden Hintergrundinformationen der Redaktion passend zum Livebild angeboten. Zudem gibt es die Möglichkeit, über Live-Abstimmungen und Diskussionen auf Online-Plattformen wie Facebook oder Twitter näher am Programm zu sein. Die ersten Sendungen mit den neuen Funktionen sind die Late-Night-Show "Neo Magazin Royale" mit Jan Böhmermann und die sechsteilige TV-Serie "Schuld nach Ferdinand von Schirach".

Künftig können die Zuschauer in der App zu "WISO" die Netzdiskussion verfolgen oder an Abstimmungen über Verbraucherthemen teilnehmen. Während der Champions-League-Übertragungen im ZDF bietet die App Live-Sportdaten zu den Partien.

Per Push-Mitteilung kann man sich an den Start einer Second-Screen-Sendung erinnern lassen. Neu ist auch die Abonnement-Funktion: Unter "Sendungen A-Z" können Nutzer ihre Lieblingssendungen abonnieren. So erhalten sie automatisch eine Nachricht, wenn die neueste Ausgabe der abonnierten Sendung in der Mediathek verfügbar ist.

[Die neue App](#) kann für Smartphones und Tablets mit den Betriebssystemen iOS und Android ab sofort kostenlos in den App-Stores von Apple und Google Play heruntergeladen werden.

Werbung bei Videostreaming legt zu

Der Umsatz mit Werbung im direkten Umfeld von Videostreaming ist in Deutschland im Jahr 2014 um 17 Prozent auf 240,6 Millionen Euro gestiegen. Das berichtet der Branchenverband Bitkom auf Basis von aktuellen Daten des Marktforschungsunternehmens IHS Technology.

Den Prognosen zufolge wird der Werbeumsatz in diesem Jahr um 16 Prozent auf 278 Millionen Euro steigen. Fast drei Viertel (73 Prozent) der Internetnutzer in Deutschland nutzen inzwischen Videostreaming.

Die wichtigsten Anbieter von werbefinanziertem Videostreaming sind Videoportale wie YouTube, Online-Plattformen wie Web.de, T-Online und Yahoo sowie die Webseiten der privaten Fernsehsender.

Maxdome-Chef Andreas Heyden wechselt zur DFL

Andreas Heyden wird zum 15. Juni 2015 neuer Geschäftsführer von DFL Digital Sports. Die Tochtergesellschaft der Deutschen Fußball Liga (DFL) ist auf die Produktion und Bereitstellung von nationalen und internationalen Medieninhalten spezialisiert.

Heyden war nach beruflichen Stationen bei Microsoft und der RTL-Gruppe seit 2011 in führenden Positionen innerhalb der TV-Gruppe ProSiebenSat.1 tätig, zuletzt als Geschäftsführer des Video-on-Demand-Dienstes (VoD) Maxdome. Der 41-Jährige folgt auf Josef Nehl, der die Aufgabe nach dem Ausscheiden von Tom Bender kommissarisch übernommen hatte.

Heydens Nachfolgerin als Maxdome-Chefin wird Lesley MacKenzie, die seit Frühjahr 2014 den Pay-VoD-Bereich von ProSiebenSat.1 verantwortet.

HSE24 will in Türkei expandieren

Der Teleshopping-Anbieter HSE24 will seine internationale Expansion vorantreiben. "Im Idealfall" werde HSE24 "noch in diesem Jahr" in der Türkei starten, sagte Geschäftsführer Richard Reitzner dem "[Handelsblatt](#)". Dort gebe es viele Fernsehhaushalte, eine hohe TV-Nutzung sowie eine boomende Mittelschicht.

Frankreich sei ebenfalls "eher spannend", wegen der "dortigen Mediengesetzgebung" aber auch "schwierig". Außer im deutschsprachigen Raum ist der Sender bisher in Italien und Russland vertreten.

Seinen Umsatz steigerte HSE24 im vergangenen Jahr um sieben Prozent auf 587 Millionen Euro. Das Wachstum war besonders stark bei Artikeln aus den Bereichen Mode, Kosmetik und Beauty. 2015 will der Sender laut Reitzner in einer ähnlichen Größenordnung wie im Vorjahr wachsen.

HSE24 startete 1995 als erster deutscher Teleshopping-Kanal unter dem Namen H.O.T. Hauptgesellschafter ist mit 85 Prozent der Anteile der amerikanische Finanzinvestor Providence Equity Partners. 15 Prozent hält die französische Beteiligungsgesellschaft Axa Private Equity.

Telebasel geht ins deutsche Kabelnetz

Der Schweizer Regionalsender Telebasel ist ab sofort in 26 deutschen Gemeinden im Grenzgebiet zu empfangen.

Der Kabelnetzbetreiber Kabel BW speist das Programm digital und unverschlüsselt in herkömmlicher Bildauflösung (SD) auf Kanal 168 ein. Telebasel erreicht dadurch zusätzliche 62.000 Haushalte von Weil am Rhein und Lörrach über Rheinfelden und Bad Säckingen bis nach Waldshut-Tiengen, Auggen, Neuenburg und Müllheim.

"Wir sind sehr froh, dass unsere Region nun auch medial nicht mehr an den Landesgrenzen endet. Jetzt können auch die Bewohnerinnen und Bewohner in Südbaden das Geschehen in und um Basel verfolgen, schließlich sind wir eine Region", sagte Dominik Prétôt, Geschäftsführer von Telebasel.

UPC Cablecom legt mit Internet zu

Der Internetzugang war auch 2014 Wachstumstreiber des größten Schweizer Kabelnetzbetreibers UPC Cablecom: Zwei von drei neuen Internetkunden entscheiden sich für UPC Cablecom als Anbieter.

Das Unternehmen, das flächendeckend eine Datenrate von 250 Mbit/s anbietet, verzeichnete zum Jahresende 729.400 Internetanschlüsse. 2014 kamen 65.600 neue Internetkunden hinzu. 468.700 Kunden telefonierten Ende 2014 übers Kabelnetz von UPC Cablecom - ein Anstieg um 10.200 gegenüber dem Vorjahr.

8.800 Kunden entschieden sich für das Mobilfunkangebot, das das Unternehmen im vergangenen Jahr einführte. Die Multimedia-Plattform Horizon nutzen inzwischen mehr als 220.000 Schweizer Haushalte.

Swisscom steigert IPTV-Kundenzahl

Der Schweizer Telekommunikationskonzern Swisscom hat im vergangenen Jahr 165.000 neue Kunden für seine IPTV-Plattform Swisscom TV gewonnen. Die Kundenzahl stieg damit im Vorjahresvergleich um 16,5 Prozent auf 1,17 Millionen.

Das Anfang 2014 gestartete Angebot [Swisscom TV 2.0](#), das erweiterte Funktionen bietet, verzeichnete zum Jahresende 306.000 Kunden. Die meisten dieser Kunden wechselten von einem bisherigen Swisscom-Angebot und bezogen ein höherwertigeres Bündelangebot.

Die Zahl der Breitband-Internetkunden stieg 2014 um 79.000 auf 1,89 Millionen.

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: Marc Hankmann

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)