

IPTV VON UNITED INTERNET

EIN NEUER TELEKOM-HERAUSFORDERER ENTSTEHT

Eckpfeiler der Zukunft

Ausgabe 46 • Juli 2017

Sehr geehrte Damen und Herren,

können Sie sich noch an die Zeit erinnern, als Amazon ein reiner Online-Buchhändler war? Das ist gar nicht so lange her, doch inzwischen kann man alles Mögliche über Amazon ordern, bis hin zu Lebensmitteln. Gelangweilte Politiker lesen im Bundestag nicht mehr die Zeitung – sie wischen über ihr Tablet. Die Online-Welt ist aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Sie wird ein immer wichtigerer Bestandteil unseres Lebens. Doch die Teilhabe am World Wide Web funktioniert nur auf Basis fortschrittlicher und zukunftsorientierter Infrastrukturen. Sind die in einer Region nicht gegeben, droht sie abgehängt zu werden. Jobs wandern ab, mit ihnen die Jugend und damit die Zukunft der Region. Die FDP will diese Entwicklung verhindern. Michael Theurer, Vorsitzender der Freien Demokraten in Baden-Württemberg sowie Mitglied im Bundespräsidium und dem Europäischen Parlament, will lokale Medien stärken und den Breitbandausbau in ländlichen Regionen forcieren.

Während der ländliche Raum darum kämpft, ebenfalls an der Gigabit-Gesellschaft teilhaben zu können, werden andernorts die ersten Pfeiler dieser Gesellschaft in den Boden gerammt. Die Deutsche Telekom sorgt mit StreamOn für etlichen Wirbel. Unser Rechtsexperte Ramón Glaßl hat sich das Angebot näher angeschaut.

Des Weiteren streiten TV-Sender sowie Plattform- und Netzbetreiber mit den Rechteinhabern über die Regularien des Rechteerwerbs. Jeder will den Kunden für sich. Im Fokus steht dabei die lineare und non-lineare Verbreitung von Bewegtbild über IP. Hier will demnächst auch United Internet ein Wörtchen mitreden. Der bisherige Entertain-Reseller plant zum Ende des Jahres ein eigenes IPTV-Angebot. MediaLABcom hat das Firmenreich von Ralph Dommermuth unter die Lupe genommen. Entsteht hier eine ernsthafte Konkurrenz für die Telekom?

Durch die steigende Bedeutung der Online-Welt wird ein breitbandiger Zugang zum Internet immer mehr zum Statussymbol. Mein Haus, mein Boot, mein Internetanschluss! Für besonders Status-Bewusste bietet EWE nun einen Zugang mit 1 Gbit/s im Download an. Superschnelles Internet, allerdings zu einem happigen Preis. Wenn das die Kosten für den Zugang in die Gigabit-Gesellschaft sind, stellt sich die Frage, wer das überhaupt bezahlen kann.

Inhalt

[Privater Lokalrundfunk in gleichsam öffentlich-rechtlicher Aufgabenerfüllung... oder FDP-Präsidiumsmitglied Michael Theurer für Meinungsvielfalt und -freiheit](#)

[Konzeptskizze für eine beschleunigte FTTB/H-Erschließung unterversorgter Regionen durch Nutzung des Subsidiaritätsprinzips](#)

[Vom Partner zum Konkurrenten: United Internet setzt Entertain der Deutschen Telekom mit eigenem IPTV-Angebot unter Druck](#)

[StreamOn: verbrauchsfrei streamen und verbrauchsintensiv diskriminieren](#)

[Superschnelles Internet nur für Reiche – was steckt hinter dem Gigabit-Tarif der EWE?](#)

[Signalintegrität vs. Rechtekollektivierung: Sender und Netzbetreiber kämpfen um den Kunden](#)

[Media Broadcast stellt Kabelservice BIQ ein](#)

[Veranstaltungshinweise](#)

[Kurzmeldungen](#)

Veranstaltungshinweise und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

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

Privater Lokalrundfunk in gleichsam öffentlich-rechtlicher Aufgabenerfüllung... oder FDP-Präsidiumsmitglied Michael Theurer für Meinungsvielfalt und -freiheit

Heinz-Peter Labonte

Michael Theurer MdEP, Vorsitzender der FDP Baden-Württemberg und Mitglied des Präsidiums der Freien Demokraten Deutschlands, präzisierte am 22. Juni 2017 in Berlin seine Vorstellungen zur Medienvielfalt und zum Breitbandausbau während einer Podiumsdiskussion mit Vertretern mittelständischer Medienverbände (Bundesverband Lokal-TV, BLTV/Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation, FRK) und freien Journalisten.

[Lesen Sie mehr](#)

Konzeptskizze für eine beschleunigte FTTB/H-Erschließung unterversorgter Regionen durch Nutzung des Subsidiaritätsprinzips

Heinz-Peter Labonte

Die Konzeptskizze wurde von Michael Theurer MdEP, Vorsitzender der FDP Baden-Württemberg und Mitglied des Präsidiums der Freien Demokraten Deutschlands, anlässlich der Podiumsdiskussion „Qualitätsjournalismus in lokalen Medien sichern“ am 22. Juni 2017 in Berlin vorgelegt.

[Lesen Sie mehr](#)

Vom Partner zum Konkurrenten: United Internet setzt Entertain der Deutschen Telekom mit eigenem IPTV unter Druck

Marc Hankmann

Im Westerwald rührt sich etwas, das insbesondere der Deutschen Telekom wenig gefallen dürfte. Die in Montabaur beheimatete United Internet AG schickt sich an, ein eigenes IPTV-Angebot auf die Beine zu stellen. Bislang vermarktete United Internet lediglich Entertain von der Telekom unter der Bezeichnung 1&1 Digital-TV. Doch CEO Ralph Dommermuth hat die Voraussetzungen geschaffen, um nun den Bonnern Konkurrenz zu machen.

[Lesen Sie mehr](#)

StreamOn: verbrauchsfrei streamen und verbrauchsintensiv diskriminieren

RA Ramón Glaß

Die Kritik im Vorfeld war groß – und ist im Nachhinein gar noch größer. Das neue Angebot der Deutschen Telekom, StreamOn, gerät zunehmend unter Beschuss. Bereits kurz nach Einführung im April 2017 haben zahlreiche Netzaktivisten das Angebot kritisiert. Die Bundesnetzagentur (BNetzA) kündigte eine Prüfung des [Angebots](#) an. Im Mai 2017 schaltete sich auch der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) ein und forderte ein Verbot. Was ist dran an StreamOn, das die Wellen dermaßen hoch schlagen?

[Lesen Sie mehr](#)

Superschnelles Internet nur für Reiche – was steckt hinter dem Gigabit-Tarif der EWE?

Marc Hankmann

Na endlich geht's los mit der Gigabit-Gesellschaft! EWE bietet in über 100 Städten einen Internetzugang mit bis zu 1 Gbit/s an. FTTH macht's möglich. „Im Nordwesten ist das einzigartig: Kein anderes Unternehmen hier bietet seinen Kunden höhere Surfgeschwindigkeiten an“, sagt Markt-Vorstand Michael Heidkamp. Das stimmt, doch bevor die Vorfreude komplett überhandnimmt, sollte der Preis nicht ungenannt bleiben: EWE verlangt im Monat 199,95 Euro – Glasfaseranschluss inklusive.

[Lesen Sie mehr](#)

Signalintegrität vs. Rechtekollektivierung: Sender und Netzbetreiber kämpfen um den Kunden

Marc Hankmann

In der vergangenen [Ausgabe](#) berichtete MediaLABcom über das Chaos beim Rechteerwerb, dem sowohl Plattform- und Kabelnetzbetreiber als auch die Sendeunternehmen selbst ausgesetzt sind. Dieses Thema dürfte in den nächsten Monaten an Brisanz gewinnen, denn die Fachmesse ANGA COM 2017 in Köln verdeutlichte, wie wichtig attraktiver Content ist, wenn man die Aufmerksamkeit des Kunden gewinnen will. Allen Marktteilnehmern gemein ist der Wunsch nach eindeutigen Regeln für die Lizenzierung von Bewegtbild-Content. Hier enden dann aber auch schon die Gemeinsamkeiten.

[Lesen Sie mehr](#)

Media Broadcast stellt Kabelservice BIQ ein

Dr. Jörn Krieger

Der Technik-Dienstleister Media Broadcast zieht sich aus dem B2B-Vorleistungsgeschäft für Kabelnetzbetreiber zurück. "Media Broadcast hat die Vermarktung des BIQ-Services bereits vor geraumer Zeit eingestellt, da sich das Unternehmen voll auf digitale Wachstumsfelder und Serviceleistungen rund um DAB+ und DVB-T2 konzentriert", sagte ein Sprecher gegenüber MediaLABcom. Das Auslaufen des Produkts wurde seinerzeit in enger Abstimmung mit den entsprechenden Kunden reibungslos im Rahmen eines Übergangsprozesses gemanagt."

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweise

Dr. Jörn Krieger

Die Trends im lokalen TV und Radio

Programm, Marketing, Technik: Was gibt es Neues im lokalen Rundfunk? Was sind die innovativen Ideen? Und in welche Richtung entwickeln sich die lokalen Radio- und TV-Sender? Das wird am 4. und 5. Juli 2017 auf den Lokalrundfunktagen in Nürnberg diskutiert. Zu Beginn der Veranstaltung, die in diesem Jahr ihr 25-jähriges Jubiläum feiert, werden traditionell die BLM-Hörfunk- und Fernsehpreise verliehen sowie die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern präsentiert. Beim Medienfest am Abend des 4. Juli spielt der Radio-Galaxy-Award-Gewinner Lions Head. Zu den Referenten zählen Georg Dingler (Radio Gong 96,3), Thomas Eckl (Donau TV), Caroline Grazé (Radioplayer.de), Dr. Marcus Hochhaus (Goldmedia), Michael Husarek (Nürnberger Nachrichten), David Kaiser (Amazon), Robert Kratky (Ö3), Ralf Kühnl (RNF), Markus Langemann (Langemann Medien), Heiko Linder (Franken Fernsehen), Sina Peschke (Radio SAW) und Viktor Worms (Worms Mediapartner).

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

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Media Broadcast erwägt Freenet TV SAT

Der Technik-Dienstleister Media Broadcast erwägt den Start einer Satellitenversion seiner DVB-T2-Plattform Freenet TV auf Astra (19,2° Ost), um die Reichweite auf Satellitenhaushalte auszudehnen. Das berichtet der Branchendienst "[Broadband TV News](#)" unter Berufung auf drei mit der Situation vertraute Personen. Der Schritt würde es Media Broadcast ermöglichen, das kostenpflichtige Angebot deutschlandweit zu vermarkten - inklusive Haushalten, die von den terrestrischen Signalen nicht abgedeckt werden - und mit seiner Marke Freenet TV den Satelliten-Direktempfangsmarkt zu erschließen, der 17,6 Millionen Haushalte umfasst. Das entspricht 46 Prozent der TV-Haushalte.

[Lesen Sie mehr](#)

Privater Lokalrundfunk in gleichsam öffentlich-rechtlicher Aufgabenerfüllung... oder FDP-Präsidiumsmitglied Michael Theurer für Meinungsvielfalt und -freiheit

Heinz-Peter Labonte

Michael Theurer MdEP, Vorsitzender der FDP Baden-Württemberg und Mitglied des Präsidiums der Freien Demokraten Deutschlands, präsidierte am 22. Juni 2017 in Berlin seine Vorstellungen zur Medienvielfalt und zum Breitbandausbau während einer Podiumsdiskussion mit Vertretern mittelständischer Medienverbände (Bundesverband Lokal-TV, BLTV/Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation, FRK) und freien Journalisten. Er setzte sich dafür ein,

- Qualitätsjournalismus und Meinungsvielfalt der lokalen und regionalen Rundfunksender endlich dauerhaft wirtschaftlich, finanziell und infrastrukturell durch Mittel aus den Rundfunkgebühren zu sichern,
- die Selbstausbeutung von Medienschaffenden abzuschaffen,
- Medienvielfalt sowie Zuverlässigkeit gut recherchierter Nachrichten nebst Berichterstattung in Deutschland flächendeckend zu gewährleisten und
- seinen während der Diskussion vorgestellten, von MediaLABcom in dieser Ausgabe dokumentierten Vorschlag zur notwendigen flächendeckenden Breitbandversorgung umzusetzen,

„denn mit wenig Geld werde eine große Wirkung in der Fläche erzielt“, erklärte Theurer auf der Veranstaltung.

Realitätsbezogene FDP-Begründung

Theurer begründete seine Vorschläge bemerkenswerterweise damit, dass die durch lokale und regionale Rundfunksender hergestellte Meinungsvielfalt bundesweit in Zeiten von Fake News und allgemein nachlassender Zahlungsbereitschaft für Qualitätsjournalismus existentiell bedroht sei. Auch erfüllten die privaten lokalen und regionalen Rundfunksender inzwischen gleichsam öffentlich-rechtliche Aufgaben. Denn immer mehr lokale Medien und Rundfunksender zögen sich aus der Fläche zurück. Zusätzlich werde die Entwicklung von einer massiven Unterversorgung der ländlichen Regionen und der Randlagen der Metropolen mit Breitbandinfrastrukturen verstärkt. Dabei folgten diesem Trend zum Rückzug aus dem Regionalen und Lokalen auch weitgehend die öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalten in ihrer Berichterstattung.

Drohende Landflucht wegen Medien- und Breitbandmangel

Diese Entwicklung gelte nicht nur für die Ausdünnung der traditionellen Angebote in der Fläche, sondern vor allem auch bezüglich der Übertragung von lokalen und regionalen Ereignissen in den täglichen Programmen, ergänzte BLTV-Vorsitzender René Falkner. Erschwerend kommt der Mangel an breitbandiger Infrastruktur hinzu, denn interaktive Endgeräte benötigen Bandbreite, über die aber rund zehn Millionen Haushalte in Deutschland nicht ausreichend verfügen. So unterbleibt die Nutzung von Mediatheken und ergänzenden Informationsdiensten den lokalen Medien über Glasfaser-Breitbandnetze wegen fehlender FTTB/H-Anschlüsse verwehrt. Das heißt: Ihnen wird der Anschluss an die Gigabit-Gesellschaft ebenso verwehrt wie den auf hohe Bandbreiten angewiesenen Unternehmen in diesen abgehängten Regionen.

Vorschlag 1: Wesentliche Beteiligung an den Rundfunkgebühren

Theurer präziserte als erste wesentliche Voraussetzung zur Sicherung von Qualitätsjournalismus in ländlichen Räumen eine signifikante Beteiligung der dortigen privaten Rundfunksender an den Rundfunkgebühren. So sollte bei der nächsten von den Rundfunkanstalten bereits geforderten Novellierung des Rundfunkstaatsvertrages der Anteil der Landesmedienanstalten um weitere 250 Millionen Euro erhöht werden. Seit Einführung des dualen Rundfunksystems in Deutschland 1984 garantierten diese Anstalten die Staatsferne auch der privaten Rundfunksender.

Theurer schlägt vor, dass aus dem Gesamtbetrag von 250 Millionen Euro **für jedes Bundesland vorab zusätzlich ein Grundbetrag von zehn Millionen Euro** an die zuständige Landesmedienanstalt gezahlt werden solle. Die verbleibenden 90 Millionen Euro sollten entsprechend der rund 40 Millionen bundesdeutschen Haushalte mit **zusätzlich etwa 2,25 Euro pro Haushalt** an die Anstalten ausgezahlt werden.

Landesmedienanstalten erarbeiten Verteilungsmodus

Die Landesmedienanstalten werden laut Theurer mit der Verteilung der Mittel beauftragt. In Landesgesetzen werden sie zur Erarbeitung von Qualitäts- und Meinungsfreiheitskriterien verpflichtet, welche die Basis für die Sender zur Förderung bilden sollen. Damit werde der Aufgabenbereich der Anstalten erweitert und zum Beispiel Ausbildungsqualität und Meinungsvielfalt auch in ländlichen Regionen gesichert.

Ein solches Finanzierungsmodell, das den betroffenen Sendern eine maßgebliche Beteiligung über eine erhöhte Beteiligung an der Rundfunkgebühr zubilligt "trägt vorrangig zur Vermeidung von Selbstausbeutung der Medienschaffenden in den lokalen und regionalen privaten Rundfunksendern bei und zwar über eine gerechte Erhöhung des Anteils. Gleichzeitig ermöglicht es ihnen Unabhängigkeit und den Rezipienten Zuverlässigkeit gut recherchierter Nachrichten", erklärte Theurer.

Vorschlag 2: Bessere und einfachere Finanzierung von Glasfaserinfrastrukturen

Als zweite wesentliche Voraussetzung für die Sicherung einer qualitativ guten Medienversorgung in ländlichen Regionen nannte Theurer die Beseitigung der Unterversorgung der ländlichen und stadtnahen Regionen mit gigabitfähigen, breitbandigen Infrastrukturen. Deshalb setze er sich schon lange für eine Mobilisierung privaten Kapitals für den Aufbau einer flächendeckenden schnellen und glasfaserbasierten Breitbandversorgung ein.

Der ständig geforderte Aufbruch in die Gigabit-Gesellschaft müsse endlich umgesetzt werden, forderte Theurer. Dazu brauche Deutschland nicht nur neue technische Ideen. Es seien vor allem endlich auch wieder die Chancen bewährter ordnungspolitischer Prinzipien der sozialen Marktwirtschaft zu nutzen. Hierzu gehörten unter anderem sinnvolle Angebote an vermögende Investoren gemäß Artikel 14, Abs. 2 des Grundgesetzes („Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich zum Wohle der Allgemeinheit dienen“) zur Finanzierung von Glasfasernetzen, begründete Theurer seinen Vorschlag.

Einfachere Bürokratie verhindert Landflucht

Eine Revision der öffentlichen Förderregeln sei Voraussetzung für die wirtschaftliche Existenzsicherung

der lokalen und regionalen Rundfunksender. Denn die neue Generation stationärer und mobiler Empfangsgeräte benötige sowohl für die Festnetz- als auch für mobile Nutzung von Mediatheken und Informationsdiensten breitbandige Infrastrukturen bis in die Wohnungen. Dies erweitere gleichzeitig die Nutzungsmöglichkeiten für Sender wie auch der auf seriöse, verlässlich recherchierte Informationen angewiesene mündige Bürger.

Ebenso wichtig ist laut Theurer aber auch die Unterbindung der anhaltenden Landflucht junger Menschen und aufstrebender Unternehmen. Wenn ländlichen Regionen nicht bald glaubwürdige praktikable und realistische Perspektiven für den zeitnahen Anschluss ihrer Wohnungen, Arbeitsplätze und Unternehmen angeboten würden, zögen sie eben in Regionen, in denen sie solche Infrastrukturen vorfinden.

Fazit

Theurer resümierte, wenn es nicht gelinge, die Gigabit-Infrastrukturen zu den Menschen aufs Land zu bringen, gehen die Menschen zu ihnen in die Ballungsgebiete. Dies sei die absehbare Konsequenz bürokratischen und ministeriellen Förder- und Zuständigkeitswirrwarrs des Bundesministeriums für Verkehr und digitalen Infrastruktur (BMVI) sowie der Bundes- nebst Länderregierungen.

Er schlug deshalb vor, die zehn Millionen auf breitbandigen Anschluss wartenden Haushalte und Unternehmen entsprechend den Vorschlägen des EU-Kommissionpräsidenten Jean-Claude Juncker durch Einsatz von rund 16 Milliarden Euro ohne zusätzliche öffentliche Steuermittel beschleunigt an die Gigabit-Infrastrukturen anzuschließen. Angesichts der Draghi'schen Zinspolitik halten die mittelständischen Kabelnetzbetreiber den ordnungspolitisch durchdachten Vorschlag von Michael Theurer für eine echte Alternative zu Strafzinsen und Bürokratieausdehnung mit Steuererhöhungen zur Förderung der Infrastrukturen. Lesen Sie hierzu auch die Dokumentation der Konzeptskizze zu den Vorschlägen von Michael Theurer.

Konzeptskizze für eine beschleunigte FTTB/H-Erschließung unterversorgter Regionen durch Nutzung des Subsidiaritätsprinzips

Heinz-Peter Labonte

Die Konzeptskizze wurde von Michael Theurer MdEP, Vorsitzender der FDP Baden-Württemberg und Mitglied des Präsidiums der Freien Demokraten Deutschlands, anlässlich der Podiumsdiskussion „Qualitätsjournalismus in lokalen Medien sichern“ am 22. Juni 2017 in Berlin vorgelegt.

Ankündigungen bleiben unerfüllt

Für 25 Prozent der deutschen Haushalte bleiben die Ankündigungen, bis 2018 jeden deutschen Haushalt mit mindestens 50 Mbit/s zu versorgen, absehbar unerfüllt. Trotz der permanenten politischen Beteuerungen der Großen Koalition, zuletzt beim IT-Gipfel in Ludwigshafen, sie realisiere den Aufbruch in die Gigabit-Gesellschaft, erreicht Deutschland flächendeckend noch nicht einmal eine Bandbreite von 0,05 Gbit/s. Dies liegt einerseits an der anfänglichen Konzeptionslosigkeit und dem Organisationswirrwarr der Großen Koalition. Andererseits bedeuten interministerieller und föderaler Kompetenzstreit gepaart mit perfektionierter, bürokratisch organisierter Verantwortungsabschiebung auf interessengeleitete Berater Verzögerung und Umsetzungsattentismus.

Marktmächtige Unternehmen konterkarieren Förderung

Für die nächste Legislaturperiode müssen daher die Förderkulisse überprüft und die Finanzierungsinstrumente den Erfordernissen der Realität angepasst werden. Denn zurzeit werden die Fördermaßnahmen der öffentlichen Hand von marktmächtigen Unternehmen konterkariert. Während diese in der Vergangenheit erklärten, sie beabsichtigten in nach Betreiber- oder Wirtschaftlichkeitslückenmodell geförderten Gebieten keinen eigenwirtschaftlichen Ausbau ohne öffentliche Fördergelder, unterlaufen sie nun die kommunalen Bemühungen des geförderten Breitbandausbaus mit Glasfaser.

So erklären sie immer öfter nach erteiltem Auftrag an Wettbewerber in den Projekten, die mit Mitteln der öffentlichen Hand ausgebaut werden, sie würden nun entgegen der eigenen Verzichtserklärungen die rentabelsten Teile des Fördergebiets eigenwirtschaftlich ausbauen. Dadurch wird die Wirtschaftlichkeit der Betreiber- beziehungsweise Wirtschaftlichkeitslückenregionen für Kommunen wie Investoren und Betreibergesellschaften nachträglich unrentabel.

Vorgeschlagene Maßnahmen

- Vereinfachung der Förderkulisse durch verlorene Zuschüsse ohne überbordende Bürokratie
- Die rund zehn Millionen Haushalte und Unternehmen, die vor allem in ländlichen Regionen breitbandig unterversorgt sind, können in zwei Gruppen eingeteilt werden:
- vier Millionen auf Gigabit-Versorgung wartende Anschlussnehmer, die allein mit privaten Investitionsmitteln erschlossen werden und
- rund sechs Millionen auf Gigabit-Versorgung wartende Anschlussnehmer, die mit einer Mischfinanzierung von privaten Investoren und Fördergeldern der öffentlichen Hand erschlossen werden.

Das heißt im Einzelnen, dass bis zu vier Millionen Haushalte/Anschlüsse zu einem Preis von bis zu 1.500 Euro pro Haushalt/Anschluss privatwirtschaftlich finanziert werden können. Hierzu bietet sich für Eigenkapital (EK) eine Verzinsung von drei bis fünf und für Fremdkapital (FK) in der Größenordnung von sechs bis acht Prozent an. Pilotprojekte, zum Beispiel der Ort Grünewalde in der Niederlausitz, wurden bereits beim IT-Gipfel 2014 in die Diskussion eingebracht.

Dies würde ein Investitionsvolumen von sechs Milliarden Euro aus der Privatwirtschaft aktivieren und - den Vorschlägen des EU-Kommissionpräsidenten Jean-Claude Juncker entsprechend - mit dem Einsatz von Investitionsmitteln privater Anleger, ohne Steuergelder einzusetzen, den Bau von Gigabit-Infrastrukturen in bisher breitbandig unterversorgten Regionen beschleunigen.

Begrenzung staatlicher Fördermittel

Die restlichen bis zu sechs Millionen Haushalte/Anschlüsse werden in Mischfinanzierung aus Mitteln privater Investoren und verlorener Zuschüsse der öffentlichen Hand finanziert: Zunächst investieren die privaten Anleger 1.500 Euro pro Anschluss (EK/FK). Hierdurch würden weitere neun Milliarden private Investitionsmittel aktiviert. Bei im Durchschnitt 2.500 Euro pro Anschluss wird ein verlorener Zuschuss in Höhe von 1.000 Euro pro Haushalt/Anschluss von der öffentlichen Hand gezahlt. Damit könnten die gesamtstaatlichen Fördermittel auf sechs Milliarden Euro begrenzt werden.

Die über den durchschnittlichen Investitionsbetrag hinausgehenden weniger als 100.000 unterversorgten Anschlussnehmer (wie etwa abgelegene Gehöfte etc.) können durch gesonderte Finanzierungsregeln erschlossen werden, zum Beispiel durch steuerbegünstigte Zuschüsse der Anschlussnehmer oder gesonderte Förderprogramme. Bei dem benötigten investiven Kapitalbedarf i. H. v. 21 Milliarden Euro sind also lediglich sechs Milliarden Euro oder knapp 29 Prozent vom Steuerzahler über staatliche Förderung aufzubringen. Über 70 Prozent investieren private Anleger.

Sonderprogramme der Länder nicht notwendig

Die Abwicklung der entschlackten Förderung kann weiterhin über das Breitbandbüro des Bundes in Verbindung mit der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) und den Banken erfolgen. Auf Sonderförderprogramme der Länder kann weitgehend verzichtet werden. Als Voraussetzung sollte jedoch vor Beginn eine Planung für das zu versorgende Gebiet existieren beziehungsweise vom Betreiber/Investor vorgelegt werden. Die Überprüfung erfolgt durch die inzwischen etablierten Prüfinstitutionen und sachkundigen Unternehmen.

Vom Partner zum Konkurrenten: United Internet setzt Entertain der Deutschen Telekom mit eigenem IPTV unter Druck

Marc Hankmann

Im Westerwald rührt sich etwas, das insbesondere der Deutschen Telekom wenig gefallen dürfte. Die in Montabaur beheimatete United Internet AG schickt sich an, ein eigenes IPTV-Angebot auf die Beine zu stellen. Bislang vermarktete United Internet lediglich Entertain von der Telekom unter der Bezeichnung 1&1 Digital-TV. Doch CEO Ralph Dommermuth hat die Voraussetzungen geschaffen, um nun den Bonnern Konkurrenz zu machen.

Wie Dommermuth gegenüber dem "[Handelsblatt](#)" verriet, will er bis Ende des Jahres eine eigene IPTV-Plattform unter der Marke 1&1 starten. Was in der Vergangenheit aus technischer Sicht nicht ging, soll nun insbesondere durch das Glasfasernetz der 1&1 Versatel ermöglicht werden. Damit wären die Tage für United Internet als Entertain-Reseller gezählt. Doch auch andere IPTV-Anbieter wie Vodafone oder waipu.tv müssen sich warm anziehen, denn ein Schwergewicht der TK-Branche rüstet auf.

Zweitgrößtes Glasfasernetz

Die Abkehr von Entertain passt in die Strategie Dommermuths, die Abhängigkeit von Infrastrukturanbietern wie der Telekom und Vodafone zu verringern. Das gilt nicht nur fürs Festnetz. Mit dem Kauf der Drillisch AG setzen die Montabaurer diese Strategie auch im mobilen Geschäft konsequent fort und schaffen sich auf diese Weise Schritt für Schritt die technische Basis für die Verbreitung von IPTV.

Mit der Übernahme von Versatel zum 1. Oktober 2014 kam United Internet in den Besitz eines 42.000 Kilometer langen Glasfasernetzes. Laut 1&1 Versatel, wie das Unternehmen nun heißt, ist es das zweitgrößte in Deutschland. Damit erreicht United Internet 250 Städte. Im Vergleich dazu muss die Exaring AG, Betreiber von waipu.tv, noch ein paar Kilometer an Glasfaser verlegen, um mit United Internet auf Augenhöhe zu agieren. Ihr Netz ist „nur“ 12.000 Kilometer lang.

Die idealen Partner

Doch ganz ohne die Telekom geht es (noch) nicht. Mit dem Anschluss an knapp 900 sogenannter Broadband Network Gates (BNG) der Bonner gelangt United Internet auf die „letzte Meile“, an die das Versatel-Netz nur heranreicht. Aber auch hier will Dommermuth nicht mehr auf die Vorleistungen der Telekom zurückgreifen. Dafür setzt er auf eine Aggregator-Plattform. Sie dient der Integration von Glasfasernetzen, um deren Auslastung zu erhöhen – zum Beispiel mit einem IPTV-Angebot.

Die Plattform baut auf dem Open-Access-Modell auf und nutzt für den technischen Zusammenschluss von Netzen die Standardschnittstelle S/PRI 4.0. Durch den Anschluss an die Aggregator-Plattform entsteht aus vielen einzelnen deutschlandweit verteilten Netzen eine zusammenhängende Infrastruktur.

United Internet spricht damit insbesondere City Carrier an. Erster Partner ist wilhelm.tel aus Norderstedt. Durch die Kooperation kann United Internet Kunden in der Region Hamburg Glasfaseranschlüsse anbieten. Für wilhelm.tel verringern sich im Gegenzug die Ausbaukosten. Seit neuestem nutzt auch der Münchener Telekommunikationsdienstleister M-net die Aggregator-Plattform. Im westfälischen Münster kooperiert der Stadtrat mit der 1&1 Versatel, um den Glasfaserausbau voranzutreiben. Die Münsteraner arbeiten bereits seit 2003 mit Versatel zusammen. Allen City Carriern gemein ist, dass sie wenig Erfahrung mit Telekommunikationsdiensten haben, schon gar nicht mit der Verbreitung von Fernsehen über IP-Netze. Für Dommermuths Pläne sind sie also die idealen Partner.

Die Rolle von Tele Columbus

United Internet kann dabei nicht nur auf die Erfahrung als Entertain-Reseller verweisen. Die Westerwälder sind mit knapp 29 Prozent an der Tele Columbus AG beteiligt. Dank dieser Sperrminorität kann der TK-Konzern auf die strategischen Entscheidungen des Berliner Kabelnetzbetreibers Einfluss nehmen. Nicht nur, dass das Kabelnetz der Tele Columbus einen Zugriff auf die „letzte Meile“ bietet, die TV-Produkte der Berliner könnte United Internet in das eigene IPTV-Angebot integrieren und über das Versatel-Netz verbreiten.

Es dürfte zudem von Vorteil sein, dass man sich bei Tele Columbus und 1&1 Versatel nicht gänzlich unbekannt ist. Der Kabelnetzbetreiber nutzt zum einen Vernetzungslösungen, sogenannte „leased lines“ von Versatel. Zum anderen befindet sich der ehemalige Kabelnetzbestand der Versatel Kabel GmbH in den Händen der Berliner. Nachdem die Versatel AG das Kabelgeschäft an Chequers Capital veräußerte, verkaufte es der Investor unter dem Namen DTK Deutsche Telekabel wiederum an die Primacom, die heute zur Tele Columbus Gruppe gehört.

Alte Bekannte wieder vereint

Ohnehin stößt United Internet im Bereich IPTV auf alte Bekannte: Als Großaktionär der Hamburger Freenet AG versuchten die Montabaure zusammen mit Drillisch, Freenet gegen den Willen des damaligen Managements aufzuspalten. Letztendlich ergatterte United Internet die DSL-Sparte von Freenet. Die Hamburger betreiben heute das DVB-T2-Angebot freenet TV und sind mit 25 Prozent an der Münchener Exaring AG beteiligt, die das IPTV-Angebot waipu.tv betreibt.

Mit der Übernahme von Drillisch sichert sich United Internet einen langfristigen Zugriff auf LTE-Bandbreiten im Mobilfunk. Drillisch kann über 20 Prozent der Netzkapazität von Telefónica Deutschland frei verfügen. Mit diesem Asset ließe sich ein IPTV-Angebot auch mobil verbreiten.

Investition in Inhalte

Durch die Zukäufe hat sich United Internet die technische Basis geschaffen, um die Ankündigung Dommermuths umzusetzen, bis Ende 2017 ein eigenes IPTV-Angebot an den Markt zu bringen. Doch die technische Verbreitung ist das eine, die Inhalte das andere. Durch die enorme Zunahme an TV-Angeboten steigt der Wettbewerbsdruck auf Kabelnetzbetreiber, IPTV- und OTT-Anbieter (Over the top). Es wird immer wichtiger, sich von der Konkurrenz abzuheben. Daher streben die Anbieter nach Exklusivität. Die Champions League verschwindet aus dem Free-TV, die Telekom kauft exklusive Sportrechte für Entertain ein und kündigte auf der Fachmesse ANGA COM 2017 sogar an, in Zukunft die Produktion eigener Inhalte in Auftrag geben zu wollen.

Immerhin: Das Angebot des Pay-TV-Senders Sky kann bereits heute über 1&1 bezogen werden. Doch für mehr Exklusivität muss Dommermuth noch einmal in die Tasche greifen. Den Geschäftsbereich „Applications“, der Internetanwendungen für Geschäftskunden wie etwa Web Hosting oder Cloud Services umfasst, will der United-Internet-CEO für weitere Zukäufe an die Börse bringen. Unterstützt wird er dabei vom Investor Warburg Pincus, zu dessen Gesellschaftern niemand Geringeres als Ex-Telekom-Chef René Obermann zählt (lesen Sie hierzu auch unser [Interview](#) mit René Obermann). Sicherlich werden wir daher noch des Öfteren in Sachen IPTV aus dem Westerwald hören.

StreamOn: verbrauchsfrei streamen und verbrauchsintensiv diskriminieren

RA Ramón Glaßl

Die Kritik im Vorfeld war groß – und ist im Nachhinein gar noch größer. Das neue Angebot der Deutschen Telekom, StreamOn, gerät zunehmend unter Beschuss. Bereits kurz nach Einführung im April 2017 haben zahlreiche Netzaktivisten das Angebot kritisiert. Die Bundesnetzagentur (BNetzA) kündigte eine Prüfung des [Angebots](#) an. Im Mai 2017 schaltete sich auch der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) ein und forderte ein Verbot. Was ist dran an StreamOn, das die Wellen dermaßen hoch schlagen?

Was ist StreamOn?

Am 19. April 2017 startete der neue Dienst der Deutschen Telekom mit diesem Werbeversprechen: „Unterwegs Musik und Videos streamen ohne Verbrauch Ihres Datenvolumens“. Dahinter verbirgt sich ein

recht einfaches Konzept: Bucht sich der Kunde die StreamOn-Option zu seinem Mobilfunktarif hinzu, werden die Daten, die von einem Partner des Angebots verbraucht werden, nicht vom Datenvolumen des Mobilfunktarifs abgezogen. Der Kunde kann also Musik und Videos von teilnehmenden Partner streamen, ohne sich Gedanken über den Verbrauch seines Datenvolumens zu machen. Dies wird auch als Zero Rating bezeichnet. Bei Musikdiensten können Telekom-Kunden derzeit auf 13 und bei Videodiensten auf 22 teilnehmende Partner zurückgreifen.

Was unter Netzneutralität zu verstehen ist

Nach der Ansicht zahlreicher Netzaktivisten, Verbraucherverbänden und Tech-Portalen verstößt StreamOn jedoch gegen Grundprinzipien des Internets, vor allem aber gegen die EU-Richtlinien zur Netzneutralität. Hinter dem Begriff verbirgt sich das Prinzip, dass im Internet alle Daten bei der Übertragung gleich behandelt werden und ein diskriminierungsfreier Zugang sichergestellt ist. Auf europäischer Ebene hat das Europäische Parlament im Jahr 2015 die Verordnung (EU) 2015/2120 erlassen, in der in Artikel 3 Abs. 3 vorgesehen ist, dass Anbieter von Internetzugangsdiensten den gesamten Verkehr bei der Erbringung ihrer Dienste gleich, ohne Diskriminierung, Beschränkung oder Störung, sowie unabhängig von Sender, Empfänger und insbesondere den genutzten Anwendungen bereitstellen.

Zur Auslegung dieser Verordnung hat das Gremium Europäischer Regulierungsstellen für elektronische Kommunikation (kurz GEREK) im Jahr 2016 Leitlinien zur Umsetzung der europäischen Netzneutralitätsregeln durch die nationalen Regulierungsbehörden herausgegeben. Die einzelnen Regulierungsbehörden, darunter auch die BNetzA, können sich hieran bei der Umsetzung und Auslegung der EU Verordnung orientieren. In diesen Leitlinien heißt es in Randziffer 42: „Ein Zero-Rating-Angebot, bei dem nach Ausschöpfung des Inklusiv-Datenvolumens alle Anwendungen außer denen mit Zero-Rating blockiert (oder verlangsamt) werden, würde gegen Artikel 3 Abs. 3 Unterabs. 1 (und 3) verstoßen (siehe Absatz 55).“

Einschränkung der Wahlfreiheit, des Wettbewerbs und von Innovationen

Ein Verstoß gegen die Netzneutralität führt, da sind sich die zahlreichen Kritiker einig, langfristig zu einer Einschränkung der Wahlfreiheit des Endnutzers und zu einer Beeinträchtigung des Wettbewerbs der Diensteanbieter untereinander. Denn, wenn ein Wettbewerber keinen Zugang zum Zero-Rating-Angebot hat, werden zahlreiche Kunden abwandern. Ist die Abwanderung groß genug, muss der Wettbewerber notgedrungen seinen Dienst einstellen, was wiederum zu weniger Wettbewerb und – langfristig – zu steigenden Preisen führt.

Auch negative Auswirkungen auf innovative Dienste werden befürchtet. Um als Partner bei StreamOn teilnehmen zu können, sind bestimmte technische Vorgaben zu erfüllen. Hierdurch werden andere technische Lösungen benachteiligt und, so die Befürchtung, Innovation verhindert.

Verstoß gegen die Netzneutralität?

In Ansehung dessen ist die geübte Kritik nachvollziehbar und wohl auch zutreffend: So lange die Telekom nicht sämtliche Musik- und/oder Video-Streaming-Anbieter vom Verbrauch des Datenvolumens ausnimmt, wird sie wohl gegen die Leitlinien der GEREK und damit gegen Artikel 3 Abs. 3 der EU Verordnung verstoßen.

Genau das sei jedoch gerade nicht der Fall, meint die Telekom. Jeder Anbieter könne durch eine einfache E-Mail und ohne Anmeldegebühr an der Aktion teilnehmen und so Partner werden. Niemand werde vom Angebot ausgeschlossen.

Die Verbraucherschützer jedoch sehen bereits hierin einen Verstoß: Nicht nur für ausländische Anbieter würden sprachliche, administrative und finanzielle Hürden bestehen. Auch kleinere Diensteanbieter würden diesen Problemen gegenüberstehen. Letztlich sei bereits aufgrund der technischen Vorgaben seitens der Deutschen Telekom eine Diskriminierung gegeben.

Die BNetzA jedenfalls hat die Prüfung des Angebots bereits in die Wege geleitet. Die Untersuchung, so die Agentur, wird jedoch eine gewisse Zeit in Anspruch nehmen. Bis dahin kann weiter teilweise verbrauchsfrei gestreamt und verbrauchsintensiv diskriminiert werden.

Ramón Glaß ist Rechtsanwalt bei der Kanzlei Schalast & Partner. Gegründet im Jahr 1998 als Boutique für M&A und TMT berät die Kanzlei auch heute noch schwerpunktmäßig in diesen Bereichen. Darüber hinaus hat sich das Beratungsportfolio zwischenzeitlich erweitert, sodass nunmehr das gesamte Wirtschaftsrecht abgedeckt wird. Der FRK wurde bereits in früheren Verfahren vor dem Bundeskartellamt, der Bundesnetzagentur und den ordentlichen Gerichten von der Kanzlei Schalast & Partner beraten. Professor Dr. Christoph Schalast besetzt seit Juni 2015 zudem die Stelle als Justiziar des FRK.

Superschnelles Internet nur für Reiche – was steckt hinter dem Gigabit-Tarif der EWE?

Marc Hankmann

Na endlich geht's los mit der Gigabit-Gesellschaft! EWE bietet in über 100 Städten einen Internetzugang mit bis zu 1 Gbit/s an. FTTH macht's möglich. „Im Nordwesten ist das einzigartig: Kein anderes

Unternehmen hier bietet seinen Kunden höhere Surfgeschwindigkeiten an“, sagt Markt-Vorstand Michael Heidkamp. Das stimmt, doch bevor die Vorfreude komplett überhandnimmt, sollte der Preis nicht ungenannt bleiben: EWE verlangt im Monat 199,95 Euro – Glasfaseranschluss inklusive.

Businessstarif für Privathaushalte

Da schluckt der Privathaushalt, denn nach Angaben des Statistischen Bundesamts gab er 2015 durchschnittlich 61 Euro pro Monat für Post und Telekommunikation aus. Mit dem Preis befindet sich EWE eher im Bereich der Businesskunden wieder. So bietet 1&1 einen Glasfaseranschluss mit 1 Gbit/s für 199 Euro an, der allerdings nach Ablauf eines Jahres 499 Euro im Monat kostet – zuzüglich Mehrwertsteuer. Die Deutsche Telekom bietet einen 1-Gbit/s-Anschluss ebenfalls nur für Businesskunden an. Die Preise werden nur auf Anfrage mitgeteilt.

Die Nynex Satellite OHG aus Darmstadt hingegen offeriert zum Beispiel auch Privatkunden Highspeed mit 1 Gbit/s. Je nach Vertragslaufzeit liegen die monatlichen Kosten zwischen 30 und 40 Euro. Das EWE-Angebot ist nicht nur technisch einzigartig im Nordwesten Deutschlands, sondern gleichfalls preislich im gesamten Bundesgebiet.

Fragwürdiges Kundenpotenzial

Auf wen hat es die EWE mit diesem Angebot abgesehen? Die derzeitigen Tempomacher sind die Kabelnetzbetreiber, die sich damit rühmen, dass einerseits immer mehr Kunden Kabelinternet statt DSL wählen und andererseits von diesen Kunden ein ebenfalls steigender Anteil Geschwindigkeiten von 100 Mbit/s aufwärts nutzen. In diesen Sphären treten Download-Probleme nur auf, wenn die Hardware oder der Browser lahm. Anlass genug, um auf ein Gigabit zu wechseln, gibt das jedenfalls nicht.

Das Gros der frustrierten Internetnutzer lahm mit Anschlüssen zwischen 6 und 16 Mbit/s durchs World Wide Web. Hier ist die Wechselwilligkeit und damit auch die Zahlungsbereitschaft hoch. Aber für 16 Mbit/s zahlt man rund 20 Euro im Monat. Wer ist da schon bereit, das Zehnfache für eine Surf-Geschwindigkeit hinzublättern, deren enormes Tempo weit jenseits der Vorstellungskraft desjenigen liegt, der das Internet nur mit maximal 16 Mbit/s kennt? Derartige Kunden sind mit 100 Mbit/s zunächst bestens bedient.

Beim Ausbau mit Glasfaser wird insbesondere gegenüber den Vertretern anderer Übertragungstechnologien gerne argumentiert, dass nur die Glasfaser hohe Bandbreiten bereitstellen kann, die wir in Zukunft brauchen werden und daher FTTH/H die einzig zukunftsfähige Technologie sei. So könnte auch EWE gegenüber potenziellen Kunden argumentieren: Setzen Sie jetzt auf die Technik, die Sie auch in Zukunft weiterbringt! Wie sehr die Deutschen allerdings an ihre Zukunft denken, sieht man am unglaublichen Boom von Elektrofahrzeugen. Die Situation der E-Mobilität ist übrigens dem Gigabit-Produkt von EWE recht ähnlich, wenn man Kosten und Nutzen betrachtet.

Preisempfindlicher Endverbraucher

In den kommenden Jahren will EWE 1,2 Milliarden Euro in den Netzausbau investieren. Soll das Invest in 20 Jahren wieder hereingespielt werden, benötigt EWE bei einem Nettopreis von 168,03 Euro knapp 30.000 Kunden beziehungsweise knapp 60.000 Kunden, wenn sich die Ausbauskosten in zehn Jahren amortisieren sollen. Bei 100 Städten, in denen der Gigabit-Internetzugang erhältlich ist, wären das je nach Zeitraum 300 beziehungsweise 600 Kunden pro Stadt. Das klingt zunächst nicht nach viel, jedoch sind das die Größenordnungen, mit denen Netzbetreiber in den Vorverkauf gehen, um ihren Netzausbau finanzieren zu können – und nicht selten scheitern.

So liegt der Verdacht nahe, dass EWE mit dem 1-Gbit/s-Angebot zuallererst die Werbetrommel rühren will. Marketingtechnisch wirkungsvoll lässt sich dann der Preis immer noch um 40, 50 oder mehr Prozent senken, wenn man doch mal den einen oder anderen Kunden benötigt. Der FTTH-Ausbau der EWE ist aller Ehren wert und stellt einen wichtigen Beitrag auf den Weg in die Gigabit-Gesellschaft dar. Man muss jedoch den Endverbraucher auf diesen Weg mitnehmen. Und der ist – leider Gottes – extrem empfindlich, was Preise angeht.

Signalintegrität vs. Rechtekollektivierung: Sender und Netzbetreiber kämpfen um den Kunden

Marc Hankmann

In der vergangenen [Ausgabe](#) berichtete MediaLABcom über das Chaos beim Rechteerwerb, dem sowohl Plattform- und Kabelnetzbetreiber als auch die Sendeunternehmen selbst ausgesetzt sind. Dieses Thema dürfte in den nächsten Monaten an Brisanz gewinnen, denn die Fachmesse ANGA COM 2017 in Köln verdeutlichte, wie wichtig attraktiver Content ist, wenn man die Aufmerksamkeit des Kunden gewinnen will. Allen Marktteilnehmern gemein ist der Wunsch nach eindeutigen Regeln für die Lizenzierung von Bewegtbild-Content. Hier enden dann aber auch schon die Gemeinsamkeiten.

Große Tapeten

Der Pay-TV-Sender Sky beteiligt sich an der Produktion der Serie „Babylon Berlin“ und die Deutsche Telekom kündigte auf der Fachmesse an, nicht mehr nur Inhalte einzukaufen, sondern in Zukunft auch selbst welche produzieren lassen zu wollen. Wer das nicht kann oder will, kauft Content ein. Doch das

wird zunehmend schwerer. „Es gibt kaum noch eine Rechtssituation, die eindeutig geklärt ist“, monierte Timo Seidel auf einem Panel der ANGA COM 2017. „Selbst die TV-Sender wissen teilweise nicht, welche Rechte sie haben“, ergänzte der Leiter Legal Content, Procurement and Technology von Vodafone Deutschland.

Seidel sprach von großen Tapeten, die er und sein Team in den Verhandlungen mit Rechteinhabern bemühten, um zu klären, welche Rechte man nun vom Gegenüber erwerben könne und welche nicht. „Hinzu kommt, dass einige Rechte auch juristisch noch nicht ganz geklärt sind“, sagte Seidel in Köln.

Zu schnell ans Kassieren gedacht?

Die Plattform- und Netzbetreiber reiben sich dabei insbesondere an den TV-Sendern. Nicht nur, dass es für sie selbst immer schwieriger wird, sämtliche Rechte zu erwerben, den Sendeunternehmen wird auch vorgeworfen, dass sie zu schnell daran denken, den Zuschauer zur Kasse zu bitten.

Ob zu schnell oder nicht, Fakt ist, dass die TV-Sender darum kämpfen, den Kunden nicht komplett den Plattform- und Netzbetreibern zu überlassen. „Es kann nicht sein, dass wir ein Produkt abliefern und der Netzbetreiber schaut, was er an Erlösen erzielen kann“, bringt es Claus Grewenig, Bereichsleiter Medienpolitik der Mediengruppe RTL Deutschland, auf den Punkt. Die Sender wollen mitverdienen, wenn dem Endverbraucher neue Features wie Network-PVR, Replay oder Restart angeboten werden.

Gleiche Technik, verschiedene Rechtesituationen

„Nicht jedes neue Feature bedeutet ein neues Recht“, meint jedoch Jean Pierre Crapet, Head of Content Strategy and Cooperation von der Telekom Deutschland. Sein Problem ist, dass die Kabelweiterleitung nicht die Weiterleitung in fremde Netze abdeckt. Mit dem Internet gibt es jedoch einen neuen Verbreitungsweg für Bewegtbildinhalte. Die Anpassung der Kabelweiterleitung liegt daher aus Sicht der Plattform- und Netzbetreiber nahe.

Das sieht auch Niklas Brambring so. Der CEO von Zattoo nutzt für die Verbreitung seines Angebots über Internet Service Provider die Peering-Technologie. Rund 98 Prozent der Endverbraucher werden auf diese Weise erreicht, um gerade in Zeiten hoher Abrufzahlen, zum Beispiel bei der Übertragung eines Fußballspiels, ein ruckelfreies Bild liefern zu können. „Mit der gleichen Technologie liefern wir auch unser B2B-Produkt an Netzbetreiber“, erläuterte Brambring in Köln, „aber letzteres wird als Verbreitung in einem geschlossenen Netz angesehen, wohingegen die Weiterleitung an den Endkunden in einem offenen Netz geschieht.“ Die gleiche Technologie, aber zwei verschiedene Rechtesituationen.

Zwangskollektivierung?

Für den Zattoo-CEO ist die Lösung recht einfach: Aus dem § 20b UrhG, der die Kabelweiterleitung regelt, müsste einfach das Wort Kabel entfernt werden. Crapet von Telekom Deutschland schlägt vor, neue Features in Rechtekategorien einzuordnen und Vodafone-Manager Seidel kann sich eine Kollektivierung vorstellen, welche die Rechte der Sendeunternehmen auslöst, also nur die unbekannteren Rechteinhaber berücksichtigt.

Von all dem halten die TV-Sender jedoch überhaupt nichts. Für eine Änderung des Urheberrechts sehen sie keine Veranlassung. „Es gibt kein Hindernis, das eine Rechteeräumung verhindert“, sagte Grewenig auf der ANGA COM. Er gibt zwar zu, dass der Rechteerwerb komplexer geworden sei, auch für die Sendeunternehmen selbst, aber ein Marktversagen, aufgrund dessen der Gesetzgeber tätig werden müsste, kann er nicht feststellen.

Auch von der Forderung nach einer Kollektivierung von Rechten oder der Kategorisierung neuer Features hält Grewenig nichts. „Eine Zwangskollektivierung wäre das falsche Signal in den Markt“, sagt der Bereichsleiter Medienpolitik der Mediengruppe RTL Deutschland. Die in diesem Zusammenhang oft zitierte Kabel- und Satellitenrichtlinie der EU gelte laut Grewenig für grenzüberschreitendes Fernsehen. Die in ihr festgehaltene Rechtekollektivierung habe auf nationaler Ebene keine Bedeutung.

Ein Geschäftsmodell wie Google

Die Sendeunternehmen sind daran interessiert, die Trennlinie zwischen Kabelfernsehen und IPTV aufrecht zu halten, um über die Lizenzierung ihren Content zu monetarisieren. Aus Sicht der Sender verfolgen die Plattform- und Netzbetreiber ein ähnliches Modell wie Google: Geld mit dem Content anderer verdienen. Daher halten sie die Signalintegrität hoch. Wenn schon der Verbraucher auf ihrem TV-Signal hin- und herspringen kann, wie es ihm gefällt, Funktionen wie Restart und Replay machen das möglich, dann wollen die Sender dafür entlohnt werden.

Voraussetzung ist jedoch, dass den weitersendenden Unternehmen die Möglichkeit eines einfachen Rechteerwerbs eingeräumt wird, ohne dass sie einmal um die Welt reisen müssen, um von allen Rechteinhabern lizenziert zu werden. Bislang führt das Chaos beim Rechteerwerb dazu, dass der Verbraucher bei der zeitversetzten Wiedergabe ein und desselben Programms mal völlig frei und mal nur mit doppelter Geschwindigkeit vorspulen kann oder diese Funktion überhaupt nicht gegeben ist.

Inwiefern die rechtliche Trennung zwischen Kabelfernsehen und IPTV im Fall einer schlichten Weiterleitung Sinn ergibt, bei der das Signal unverändert und zeitgleich übertragen wird, erschließt sich

allerdings nicht. Wenigstens bei der linearen Weitersendung könnte der Gesetzgeber über eine Anpassung nachdenken.

Media Broadcast stellt Kabelservice BIQ ein

Dr. Jörn Krieger

Der Technik-Dienstleister Media Broadcast zieht sich aus dem B2B-Vorleistungsgeschäft für Kabelnetzbetreiber zurück. "Media Broadcast hat die Vermarktung des BIQ-Services bereits vor geraumer Zeit eingestellt, da sich das Unternehmen voll auf digitale Wachstumsfelder und Serviceleistungen rund um DAB+ und DVB-T2 konzentriert", sagte ein Sprecher gegenüber MediaLABcom. Das Auslaufen des Produkts wurde seinerzeit in enger Abstimmung mit den entsprechenden Kunden reibungslos im Rahmen eines Übergangsprozesses gemanagt."

Mit dem BIQ-Service, der im Juni 2012 vorgestellt wurde, bot Media Broadcast Kabelgesellschaften, Städtetzbetreibern und IPTV-Anbietern ein schlüsselfertiges White-Label-Produkt zur TV-Versorgung ihrer Kunden an, ohne dass sie sich um Rechtheften und technische Aspekte kümmern mussten. Das Portfolio umfasste rund 200 TV-Sender, darunter öffentlich-rechtliche und private Programme, rund 50 HD-Kanäle sowie Regionalsender und Radiostationen. Auf Wunsch konnten die Zuschauer weitere HD- und Fremdsprachenprogramme sowie Pay-TV-Pakete von Sky dazu buchen. Die Signale wurden den Partnern IP-basiert über das Breitbandnetz Next Generation Network (NGN) von Media Broadcast zugeführt. Mit den Stadtwerken Rüsselsheim wurde im Mai 2014 der erste Kunde bekannt gegeben.

Der Markt der Vorlieferanten ist hart umkämpft: Auch die großen Kabelnetzbetreiber und die Deutsche Telekom sowie Dienstleister wie M7 Deutschland, Zattoo B2B TV Solutions und Purtel beliefern mittelgroße und kleinere Kabelnetzbetreiber sowie Wohnungsbaugesellschaften mit TV-Programmen und Zusatzdiensten.

Veranstaltungshinweise

Dr. Jörn Krieger

Die Trends im lokalen TV und Radio

Programm, Marketing, Technik: Was gibt es Neues im lokalen Rundfunk? Was sind die innovativen Ideen? Und in welche Richtung entwickeln sich die lokalen Radio- und TV-Sender? Das wird am 4. und 5. Juli 2017 auf den Lokalrundfunktagen in Nürnberg diskutiert. Zu Beginn der Veranstaltung, die in diesem Jahr ihr 25-jähriges Jubiläum feiert, werden traditionell die BLM-Hörfunk- und Fernsehpreise verliehen sowie die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern präsentiert. Beim Medienfest am Abend des 4. Juli spielt der Radio-Galaxy-Award-Gewinner Lions Head. Zu den Referenten zählen Georg Dingler (Radio Gong 96,3), Thomas Eckl (Donau TV), Caroline Gragé (Radioplayer.de), Dr. Marcus Hochhaus (Goldmedia), Michael Husarek (Nürnberger Nachrichten), David Kaiser (Amazon), Robert Kratky (Ö3), Ralf Kühnl (RNF), Markus Langemann (Langemann Medien), Heiko Linder (Franken Fernsehen), Sina Peschke (Radio SAW) und Viktor Worms (Worms Mediapartner).

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

Local Web Conference dockt an Lokalrundfunktage an

In diesem Jahr findet die Local Web Conference zum ersten Mal im Rahmen der Lokalrundfunktage am 5. Juli 2017 in Nürnberg statt. Die Veranstaltung zeigt aktuelle Entwicklungen und Trends rund um digitale Medienangebote mit lokalen Inhalten, Social Media und Location Based Services und richtet sich an Medienhäuser, Digitalunternehmen und lokale Einzelhändler. Dabei stehen folgende Fragen im Mittelpunkt: Mit welchen Strategien und Innovationen sind Medienhäuser auch zukünftig erfolgreich? Über welche Kommunikationskanäle können Lokalmedien heute ihr Publikum erreichen? Wie gelingt Medieninnovation vom Newsletter Service über die lokale Content-Plattform bis hin zur Virtual-Reality-App? Snapchat, Facebook live, Instagram Stories - Wie können Medienhäuser Live-Videostreaming für sich einsetzen? Zu den Referenten zählen Christin Krooß (Google Germany), Oliver Markert (Focus Online Local), Thomas Seymat (Euronews) und Daniel Zoll (JAM FM).

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

Change Media Tasting beleuchtet Veränderungen

Die Medienbranche ist im Umbruch. Mit welchen Strategien Unternehmen die Veränderungen für neue Geschäftsmodelle und Erlösquellen nutzen können, steht im Mittelpunkt des Medienkongresses Change Media Tasting am 11. Juli 2017 in Stuttgart. Rund 30 Referenten berichten darüber, wie sie mit Herausforderungen wie neuen Plattformen, Wettbewerbern, Zielgruppen und Arbeitsabläufen umgegangen sind, welche Fehler sie gemacht haben, was sie daraus gelernt haben und welche Schritte sie anderen Unternehmen empfehlen können. Zu den Teilnehmern zählen Susanne Aigner-Drews (Discovery Networks), Peter Boudgoust (SWR), Stephan Zech (Funke Digital TV Guide), Dominik Steidle (Sky Deutschland), Carlos Zamorano (RTL II), Jean Pierre Crapet (Deutsche Telekom), Helen Wohlfarth (IBM), Silke Marx (Motor Presse TV) und Christof Kessemeier (Unitymedia).

Infos & Anmeldung: <http://www.mediatasting.com>

Die (Medien-)Zukunft ist lokal!

Der Lokal-TV-Kongress geht in diesem Jahr in die dritte Runde. Am 27. und 28. September 2017 diskutieren in Potsdam Programmveranstalter, Vermarkter und Vertreter aus Medienpolitik und -aufsicht

über das Thema "Die (Medien-)Zukunft ist lokal!". Neben der Bedeutung und Zukunft des lokalen Fernsehens soll auch darüber gesprochen werden, wie junge Zuschauer für das Programm und die lokalen Inhalte gewonnen werden können. In Workshops werden Themen aus den Bereichen Technik und Finanzierung/Förderung behandelt. Lokal-TV-Veranstalter stellen praktische Aktivitäten aus ihrem Arbeitsalltag vor und diskutieren diese mit dem Publikum.

Infos & Anmeldung: <http://www.lokal-tv-kongress.de>

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Media Broadcast erwägt Freenet TV SAT

Der Technik-Dienstleister Media Broadcast erwägt den Start einer Satellitenversion seiner DVB-T2-Plattform Freenet TV auf Astra (19,2° Ost), um die Reichweite auf Satellitenhaushalte auszuweiten. Das berichtet der Branchendienst ["Broadband TV News"](#) unter Berufung auf drei mit der Situation vertraute Personen. Der Schritt würde es Media Broadcast ermöglichen, das kostenpflichtige Angebot deutschlandweit zu vermarkten - inklusive Haushalten, die von den terrestrischen Signalen nicht abgedeckt werden - und mit seiner Marke Freenet TV den Satelliten-Direktempfangsmarkt zu erschließen, der 17,6 Millionen Haushalte umfasst. Das entspricht 46 Prozent der TV-Haushalte.

Via Satellit würde Freenet TV mit der HDTV-Plattform HD+ der Astra-Betreibergesellschaft SES konkurrieren. Freenet TV bietet derzeit 19 Privatsender in Full-HD-Qualität, während HD+ 23 Privatsender in HD-Auflösung umfasst. Bei beiden Paketen sind die beiden großen TV-Veranstalter RTL und ProSiebenSat.1 sowie kleinere Sender an Bord. Beide Anbieter verlangen einen Bezugspreis von 5,75 Euro pro Monat, wenn monatliche Bezahlung gewählt wird.

Media Broadcast äußerte sich auf Nachfrage zurückhaltend: "Es gibt dahingehend keine konkreten Planungen", sagte ein Sprecher. In anderen Ländern gibt es schon seit Jahren Modelle, bei denen eine Satellitenausstrahlung die digitale terrestrische Plattform ergänzt, etwa in Großbritannien (Freesat), Frankreich (Fransat) und Italien (Tivùsat). Der österreichische Technik-Dienstleister ORS kündigte vor kurzem einen ähnlichen Schritt an: Im Sommer 2017 startet eine Satellitenversion der DVB-T2-Plattform simpliTV auf Astra für Satellitenhaushalte in Österreich.

Purtel und Netgem starten IPTV-Plattform für Netzbetreiber

Der Mediendienstleister Purtel hat zusammen mit dem französischen Streaming-Software-Anbieter Netgem eine IPTV-Plattform gestartet. Mit der White-Label-Lösung können Netzbetreiber ihr Internet- und Telefonie-Angebot zum Triple-Play-Paket erweitern. Die Multiscreen-Plattform purTV umfasst sowohl lineares Fernsehen als auch nichtlineare Angebote wie Mediatheken und Video-on-Demand, zeitversetztes Fernsehen, Zurückspulen laufender Sendungen und Smartphone/Tablet-Anbindung über die purTV-App. Für den Empfang bietet Purtel eine hybride 4K-Set-Top-Box an, die parallel DVB-C-Broadcast-Signale und IPTV als Unicast- beziehungsweise Multicast-IP-Streams verarbeitet.

Bestehende Kopfstellen des Netzbetreibers können nach wie vor für klassisches lineares Fernsehen genutzt werden, während interaktive Dienste wie OTT-Inhalte und Pay-TV über den IP-Stream geliefert werden. "Wir bieten unseren Mandanten eine hoch performante IPTV-as-a-Service-Lösung", sagte Markus von Voss, Geschäftsführer von Purtel. "Das ist ein klarer Mehrwert für die Kundenbindung auf allen Seiten." 70 Partner, vor allem regionale Netzbetreiber und Stadtwerke, nutzen bereits die White-Label-Internet- und Telefonie-Produkte von Purtel und vermarkten diese unter ihrer eigenen Marke an Endkunden.

ANGA fordert gesetzliches Analog-TV-Abschaltdatum

Der Verband Deutscher Kabelnetzbetreiber (ANGA) fordert den Gesetzgeber auf, ein Auslaufen der analogen TV-Übertragung bis spätestens Ende 2019 sicherzustellen. "Bis Ende 2019 dürften die meisten Netzbetreiber die analoge TV-Verbreitung eingestellt haben", sagte ANGA-Präsident Thomas Braun in Köln. Unitymedia habe bereits mit der Abschaltung begonnen. "Um Rechtssicherheit für Netzbetreiber und Kunden zu schaffen, sollte der marktgetriebene Umstieg von einer gesetzlichen Regelung flankiert werden, die den spätesten Ausstiegstermin festlegt." Von großer Bedeutung im Rahmen des Umstiegs ist nach Ansicht des Verbands eine einheitliche Kommunikation gegenüber Kunden und Marktpartnern. Die ANGA begrüßt, dass die Landesmedienanstalten diesen Kommunikationsprozess begleiten und engagiert sich im Rahmen des Runden Tisches "Kabel Analog-Digital-Umstieg" der Landesmedienanstalten.

Kommt Cord Cutting nach Deutschland?

"Wir haben gemeinsam ein Problem", sagte Lutz Schüler, Geschäftsführer von Unitymedia, bei der Eröffnungsdiskussion der Fachmesse ANGA COM 2017 in Köln: "Wir leben von der Trägheit der deutschen Kunden." In Ländern wie den USA habe Cord Cutting schon mehr Einfluss auf Netzbetreiber, sagte Schüler mit Bezug auf OTT-Anbieter wie Amazon oder Netflix. "Ich habe großen Respekt vor Amazon. Sie nehmen unser Geschäft, um ihr eigenes Geschäft auszutragen." As Reaktion auf die Cord-Cutting-Bedrohung durch die US-Internet-Großen sprach sich Schüler für die Schaffung einer gemeinsamen, starken Inhalte-Plattform nach dem Vorbild von Hulu in den USA aus, die deutsche Programme als zentrale Anlaufstelle bündelt.

Anke Schäferkordt, Geschäftsführerin der Mediengruppe RTL Deutschland, erinnerte daran, dass es unter dem Arbeitstitel Amazonas bereits Pläne für eine Hulu-ähnliche deutsche Plattform zusammen mit

ProSiebenSat.1 gegeben habe, aber das Projekt sei vom Bundeskartellamt untersagt worden. Dennoch stimmte sie Schüler zu, dass es gut sei, Partnerschaften "neu zu denken."

Der Ball liegt damit bei den Regulierern, Partnerschaften zwischen Wettbewerbern zu ermöglichen, um sich der Bedrohung durch US-Player zu widersetzen. Die Liberalisierung der strikten Regulierung in Deutschland war eine Forderung, über die sich nicht nur die Diskussionsteilnehmer einig waren, sondern auch ein zentraler Appell in der Eröffnungsrede von ANGA-Präsident Thomas Braun. Braun forderte die Politiker auf, den Weg für Innovation und Investition zu ebnen. Von stärkerer Regulierung würden lediglich die internationalen Online-Konzerne profitieren, auf die die deutschen Regulierer ohnehin keinen Zugriff hätten.

Tele Columbus und M7 verlängern Zusammenarbeit

Die Tele Columbus Gruppe und der Plattformbetreiber M7 Group verlängern ihre bestehende langjährige Zusammenarbeit für die Zuführung von deutschen und internationalen Pay-TV-Sendern. Gleichzeitig wurden die bislang mit den Tele-Columbus-Tochtergesellschaften Primacom und Pepcom bestehenden einzelnen Abkommen konsolidiert. Die Versorgung der Pay-TV-Kunden in den integrierten Netzen der gesamten Tele Columbus Gruppe erfolgt somit auch künftig mit den über die Plattform von M7 schlüsselfertig bereitgestellten Vorleistungsangeboten. M7 sorgt dabei für die Paketierung, Verschlüsselung sowie den Uplink der Signale per Satelliten-Transponder und schafft so die technische Grundlage für die Kabeleinspeisung der Sender.

"Mit ihren technischen Plattform-Services und einem breiten Spektrum an zielgruppenspezifischen Pay-TV- und internationalen Programm-Paketen ermöglicht die Zusammenarbeit mit der M7 Group die Vermarktung eines attraktiven Senderportfolios innerhalb des gesamten Tele-Columbus-Verbreitungsgebiets", sagte Frank Posnanski, Finanzvorstand der Tele Columbus Gruppe. "Der umfangreiche Rechkatalog trägt zudem dazu bei, den vollen Funktionsumfang unserer Anfang des Jahres erfolgreich gestarteten AdvanceTV-Plattform zu nutzen und unseren Kunden somit ein optimales TV-Erlebnis zu ermöglichen."

Urteil: Unitymedia darf WifiSpot nur mit Kundenerlaubnis aufschalten

Unitymedia darf die Internet Router seiner Kunden nicht ohne deren ausdrückliche Zustimmung in für andere Kunden zugängliche WLAN-Hotspots umwandeln. Das hat das Landgericht Köln entschieden. Mit seinem Urteil folgt das Gericht der Auffassung der Verbraucherzentrale NRW, die gegen das Vorgehen des Kabelnetzbetreibers geklagt hatte. Im vergangenen Jahr hatte Unitymedia seine Kunden per Post davon in Kenntnis gesetzt, dass mit dem [WifiSpot](#) automatisch ein zusätzliches WLAN-Signal auf ihrem Router aktiviert werden sollte. Über diesen Service sollte ein dichtes Netz aus Hotspots geknüpft werden, das den Kunden von Unitymedia auch außerhalb des WLAN-Heimnetzes in ihrem Haushalt einen kostenlosen mobilen Internetzugang ermöglicht.

Die Verbraucherzentrale NRW befürwortet die Bereitstellung von öffentlichen Hotspots für Unitymedia-Kunden. Weil der Aufbau eines Wifi-Netzes über den Kunden-Router aber nicht vertraglich vereinbart war, durfte Unitymedia die Bereitstellung nach Ansicht der Verbraucherschützer nicht eigenmächtig in Gang setzen. Das Unternehmen hätte seine Kunden vorher ausdrücklich um Zustimmung bitten müssen. Diese Auffassung teilte das Landgericht Köln. Die Richter untersagten Unitymedia, das separate WLAN-Signal ohne Einverständnis der Kunden für Dritte zu aktivieren.

Unitymedia betonte in einer Stellungnahme, dass das Urteil noch nicht rechtskräftig sei, so dass die Entscheidung vorerst keine Auswirkungen auf die Nutzung der Wifi-Spots habe. Registrierte Kunden könnten über die Wifi-Spots weiter wie gewohnt ins Internet gehen. Man prüfe derzeit das weitere Vorgehen. "Die von uns gewählte Vorgehensweise und Technologie stellt sicher, dass dem Endkunden keine Nachteile durch die Aufschaltung der Wifi-Spots entstehen", sagte ein Sprecher der Kabelgesellschaft. Das Wifi-Spot-Signal sei komplett vom Wifi-Signal des Kunden getrennt. Die Kapazität für den Datenverkehr über den Wifi-Spot werde zusätzlich zur vertraglich vereinbarten Kapazität bereitgestellt. Die Nutzung des Kunden über sein Wifi-Signal habe zudem stets Vorrang vor der Nutzung durch Dritte über den Wifi-Spot. "Wir haben unseren Kunden stets freigestellt, ob sie am Wifi-Spot-Angebot teilnehmen wollen oder nicht. Es bestand stets und es besteht weiterhin für jeden Kunden die Möglichkeit, den Wifi-Spot auf dem von ihm genutzten Unitymedia-Gerät zeitweise oder dauerhaft zu deaktivieren", sagte der Sprecher. "Die Deaktivierung ist online über sein Kundencenter oder durch einen kostenlosen Anruf bei unserer Service-Hotline möglich."

Constantin Medien erwägt Verkauf von Sport1

Constantin Medien erwägt den Verkauf sämtlicher Geschäftsanteile am Sport-TV-Veranstalter Sport1 und dem Werbezeitenvermarkter Sport1 Media, die sie über ihre hundertprozentige Tochtergesellschaft Constantin Sport Holding hält. Constantin Medien führe hierzu derzeit ein strukturiertes, kompetitives Bieterverfahren mit mehreren Kaufinteressenten durch, teilte das Medienunternehmen mit. Die Konditionen für den möglichen Beteiligungsverkauf, insbesondere der Kaufpreis, stehen noch den Angaben zufolge nicht fest und sollen vom Vorstand vor seiner Entscheidung einer eingehenden Prüfung unterzogen werden. Nach Informationen der ["Frankfurter Allgemeinen Zeitung"](#) laufen mit Axel Springer und Sky Deutschland Gespräche über den Kauf, wie das Blatt unter Berufung auf Finanz- und Branchenkreise berichtet. Auch mit Freenet habe es Verhandlungen gegeben.

Silverline Movie Channel in HD-Qualität bei Entertain TV

Der Spielfilmkanal Silverline Movie Channel ist ab sofort in HD-Qualität auf der IPTV-Plattform Entertain TV der Deutschen Telekom empfangbar. Der Pay-TV-Sender für die Fans von Horror-, Action- und

asiatischen Filmen ist Bestandteil der Abo-Pakete "Film" und "Big TV". Das Programm von Silverline ist zudem deutschlandweit nur über Entertain TV mit einer Instant-Restart-Funktion verfügbar.

Der Münchner Medienunternehmer Ralph Piller - seit Anfang 2015 Inhaber und Vorstand der Silverline Television AG - will die Reichweite des Senders im deutschsprachigen Europa in diesem Jahr weiter ausbauen. Die Zusammenarbeit mit der Telekom-Entertain-Plattform sei hierfür ein wichtiger Baustein, sagte Piller. Zudem fügte er an, dass die hohe Anzahl an Premieren und die guten Bewertungen in der einschlägigen TV-Fachpresse mit ausschlaggebend für die Partnerschaft mit der Telekom gewesen seien.

Der Silverline Movie Channel war in HD-Qualität bislang nur auf der Internet-TV-Plattform Magine TV verfügbar. Außerdem wird in Deutschland in den Kabelnetzen von Vodafone (ehemals Kabel Deutschland), Unitymedia, Tele Columbus und Primacom sowie auf der M7-Plattform gesendet. In der Schweiz ist das Programm in den Kabelnetzen der Mitglieder des Kabelverbands Suissedigital empfangbar.

Sky und Perform Group sichern sich Champions League

Zum ersten Mal in der Geschichte der UEFA Champions League werden alle Spiele in Deutschland und Österreich ab der Saison 2018/19 bis einschließlich 2020/21 exklusiv im Bezahlfernsehen ausgestrahlt. Der Pay-TV-Veranstalter Sky Deutschland sicherte sich die Übertragungsrechte für alle Verbreitungswege und wird Spiele weiterhin über Satellit, Kabel, IPTV und Web/Mobile TV (Sky Go und Sky Ticket) ausstrahlen. Die britische Perform Group wird als Sublizenznehmer einen Teil der Spiele über ihren kostenpflichtigen Streaming Dienst DAZN ("Da Zone") verbreiten. Finanzielle Details wurden nicht genannt. Branchenspekulationen zufolge zahlen Sky und Perform Group insgesamt rund 600 Millionen Euro für die exklusiven TV-Rechte in den drei Spielzeiten. Rechtzeitig vor Beginn der neuen Rechteperiode wollen die beiden Unternehmen weitere Einzelheiten zu ihrer Vereinbarung bekanntgeben.

Das ZDF, das bislang ausgewählte Partien im Free-TV zeigte, geht leer aus. "Wir hätten unseren Zuschauern gerne auch über 2018 hinaus die Live-Spiele der Champions League gezeigt. Deshalb hat das ZDF ein sehr gutes Angebot abgegeben. Als beitragsfinanzierter Sender gab es dafür allerdings eine klar definierte Obergrenze", sagte ZDF-Intendant Thomas Bellut in Mainz. "Für die Fußballfans ist die Verlagerung der Champions League in das Pay-TV eine schlechte Nachricht. Europäischer Spitzenfußball wird zu einem exklusiven Angebot für deutlich weniger Zuschauer als bisher." Ein Spiel zumindest könnte frei empfangbar sein: Wenn eine deutsche Mannschaft im Finale steht, muss diese Partie laut Rundfunkstaatsvertrag im Free-TV übertragen werden. Sky hätte dafür seinen frei empfangbaren Sportnachrichtenkanal Sky Sport News HD zur Verfügung, könnte das Spiel aber auch an Drittsender lizenzieren. Wie man verfahren werde, könne man heute noch nicht sagen, erklärte ein Sky-Sprecher gegenüber MediaLABcom.

DAZN will Sky-Kundenzahlen erreichen

Das Online-Sportportal DAZN ("Da Zone") will nach dem Erwerb von Übertragungsrechten der UEFA Champions League für Deutschland und Österreich bald die Kundenzahl des Pay-TV-Veranstalters Sky Deutschland erreichen. "Das ist etwas, was wir schaffen müssen", sagte DAZN-Chef James Rushton dem ["Manager Magazin"](#). "Mittel- und langfristig heißt Erfolg, dieselbe Kundenbasis wie Sky zu haben." Sky hat derzeit 4,9 Millionen Abonnenten in Deutschland und Österreich; die Kundenzahl von DAZN ist nicht bekannt. DAZN und Sky hatten kürzlich gemeinsam die TV-Rechte der Champions League erworben, die damit ab der Saison 2018/19 nur noch im Bezahlfernsehen läuft. Das ZDF, das bislang einige Partien im Free-TV zeigte, ging leer aus. DAZN kann nach Informationen des "Manager Magazins" dem Vertrag zufolge mehr Begegnungen live zeigen als Sky. Trotz des Champions-League-Rechtekaufs soll DAZN den Zuschauern über längere Zeit zum aktuellen Bezugspreis von 9,99 Euro pro Monat angeboten werden. Das Abo ist monatlich kündbar, der erste Monat ist gratis. "Es ist ziemlich wichtig für uns, dass wir bei dem Prinzip der Preisdifferenzierung bleiben", sagte Rushton. Hinter DAZN, das im vergangenen Jahr in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Japan startete, steht die Perform Group, die maßgeblich dem amerikanisch-britischen Multimilliardär Leonard Blavatnik gehört. Der Streaming-Dienst soll zu einer Art Netflix des Sports werden und dazu nach Rushtons Worten möglichst rasch in weitere Märkte vordringen. Bis 2020 solle DAZN in zehn bis zwölf Ländern präsent sein, sagte er.

ZDF offen für Partnerschaften bei Sportrechtekauf

Das ZDF ist nach dem Verlust der TV-Rechte für die UEFA Champions League und die Olympischen Spiele offen für Partnerschaften mit kommerziellen Wettbewerbern, um künftig seine Chancen auf den Zuschlag für attraktive Sportrechte zu erhöhen. "Das ZDF wird weiter versuchen, attraktive Rechte zu bekommen, und ein wichtiger Marktteilnehmer bleiben. Und wir werden uns dabei von Fall zu Fall neue Bündnispartner suchen", sagte ZDF-Sportchef Thomas Fuhrmann der ["Süddeutschen Zeitung"](#).

"Ich habe kein Problem, mich dazu zum Beispiel mit der Deutschen Telekom zu unterhalten, oder mit Amazon oder mit anderen Pay-TV- und Streaming-Anbietern. Wir müssen neue Wege gehen und möglicherweise zusammenarbeiten." Mit Blick auf die TV-Rechte für die Olympischen Spiele, die der US-Konzern Discovery bis 2024 gekauft hat, sagte Fuhrmann, es sei ihm "nicht klar, wie das refinanziert werden kann. Ich bin jedenfalls gespannt". Die Verhandlungen über Sublizenzen für die Olympischen Spiele 2018 scheiterten, doch Fuhrmann schloss nicht aus, dass man danach wieder Gespräche aufnimmt. "Wir werden jetzt erst mal mit großem Interesse verfolgen, wie das 2018 bei den Winterspielen in Pyeongchang läuft. Bis 2024 ist es noch eine sehr lange Zeit. Und die kennen ja unsere Telefonnummer."

Sky startet Filmabrufdienst Sky Store

Der Pay-TV-Veranstalter Sky bietet seinen Filmabrufdienst Sky Store ab sofort auch in Deutschland und Österreich an. Im Vergleich zum bisherigen Abrufdienst Sky Select bietet [Sky Store](#) den Abonnenten ein noch größeres Sortiment an einzeln abrufbaren Filmen, die direkt nach der Kino-Auswertung und bis zu zwei Wochen vor dem DVD- oder Blu-ray-Start zur Verfügung stehen. Die Filme lassen sich nicht wie bisher nur leihen, sondern auch kaufen. Zusätzlich zur digitalen Version erhalten die Käufer per Post automatisch wahlweise eine DVD oder Blu-ray direkt nach Hause geschickt, ohne extra Versandkosten.

Alle Filme können mit der Fernbedienung des Sky+- und Sky+-Pro-Receivers sowie im Web bestellt und sofort angeschaut werden. Für den Zugang mit Smartphones und Tablets gibt es Sky-Store-Apps für die Betriebssysteme iOS und Android. Egal auf welchem Gerät der Film gestartet wurde, er kann auf dem jeweils anderen Gerät nahtlos weitergesehen und mit der App zur Offline-Nutzung heruntergeladen werden. Bis Jahresende sollen sich über 1.000 Titel im Sky Store befinden, unter anderem von Constantin, Disney, Fox, Paramount, Sony, Studiocanal, Tele München Gruppe und Universal. Mit Sky Select sehen Sky-Kunden weiterhin Live-Pay-per-View-Events wie Fußball, WWE, Konzerte oder Boxen. Über die linearen Pay-per-View-Sender (Sky Select) können sie nach wie vor auch Filme zu festen Startzeiten bestellen und einmal anschauen. Der Sky Store ist in Großbritannien bereits seit April 2014 verfügbar. Im Januar 2017 gab Sky bekannt, den Dienst in diesem Jahr auch in Deutschland und Österreich einzuführen.

Sky entfernt Sport1 US HD von Plattform

Der Pay-TV-Veranstalter Sky beendet am 30. Juni 2017 die Ausstrahlung von Sport1 US HD auf seiner Plattform. "Wir analysieren und bewerten unser Partnersender-Portfolio regelmäßig anhand verschiedener quantitativer und qualitativer Gesichtspunkte", sagte ein Sky-Sprecher dem Webportal ["Quotenmeter"](#). "Sky Deutschland und Sport1 haben sich darauf verständigt, die Verbreitung des Senders Sport1 US HD über den 30. Juni 2017 hinaus nicht zu verlängern." Der Sprecher betonte, dass der Schwesterkanal Sport1+ HD davon unabhängig weiterhin Bestandteil des Sky-Angebots bleibe. Sport1 US HD startete am 1. August 2013 und war bei Sky nur für Satellitenkunden über Astra (19,2° Ost) empfangbar. Anlass war der Rückzug von ESPN America aus Europa zum 31. Juli 2013. Sport1 US zeigt viele der Sportarten, die bei der Europa-Variante des US-Senders zu sehen waren. Auf dem Programm stehen unter anderem die NBA, NHL, MLB, NCAA und IndyCar Series. Nach dem Wegfall bei Sky ist Sport1 US weiterhin via Kabel, IPTV und Internet-TV empfangbar, darunter neuerdings Zattoo.

Discovery-Sender bleiben bei M7

Die Spartenkanäle von Discovery Networks sind in Deutschland, Österreich, der Tschechischen Republik, der Slowakei, den Niederlanden und Belgien weiterhin auf den Pay-TV-Plattformen der M7 Group empfangbar. Der TV-Veranstalter und der europäische Plattformbetreiber verlängerten ihre Partnerschaft langfristig. Für den deutschsprachigen Raum wurde zudem eine Vereinbarung zur Verbreitung von Eurosport 1 HD bei M7 Deutschland und HD Austria getroffen. Damit haben die M7-Kunden Zugang zu Sport-Events wie den French Open, der Tour de France und ab 2018 den Olympischen Spielen.

EWE führt 1-Gbit/s-Internetzugang ein

Das regionale Energie- und Telekommunikationsunternehmen EWE bietet ab sofort für Privatkunden einen Internetanschluss mit einer Datenrate von 1 Gbit/s an. Der Hochgeschwindigkeitszugang ist in über 100 Städten und Kommunen im gesamten Vertriebsgebiet buchbar. "Die Voraussetzung dafür ist ein FTTH-Anschluss, keine andere Technologie kann diese Geschwindigkeiten besser ermöglichen", sagte Sebastian Jurczyk, Geschäftsführer Privatkunden & Kundenservice. Bei Fibre-to-the-Home-Anschlüssen (FTTH) wird auf das Kupferkabel komplett verzichtet und Glasfaser direkt bis ins Haus geführt. Glasfaser hat - im Gegensatz zu Kupfer - keine leistungsdämpfenden Eigenschaften und ermöglicht unabhängig von der Leitungslänge sehr hohe Bandbreiten. Noch in diesem Jahr will EWE den Ausbau von Glasfaserhausanschlüssen in über 90 Städten und Gemeinden in den Landkreisen Aurich, Cloppenburg, Cuxhaven, Diepholz, Emsland, Grafschaft Bentheim, Harburg, Leer, Oldenburg, Wittmund und Steinfurt sowie in Bremerhaven weiter vorantreiben. Ende 2016 hatte EWE angekündigt, in den kommenden Jahren über 1,2 Milliarden Euro in den Ausbau von Glasfaser-Hausanschlüssen zu investieren. Der 1-Gbit/s-Zugang kostet 199,95 Euro pro Monat; die Upload-Datenrate beträgt bis zu 200 Mbit/s. Kunden, die sich für den Gigabit-Tarif entscheiden, erhalten den Glasfaser-Hausanschluss kostenlos.

Telekom nimmt neue StreamOn-Partner auf

Die Deutsche Telekom hat zahlreiche neue Partner in ihr Zero-Rating-Angebot StreamOn aufgenommen. Mit dabei sind ab sofort unter anderem die Internet-TV-Plattformen Zattoo, TV Spielfilm live und waipu.tv sowie das Webradioportal Laut.fm. Auch die Internet-TV-Plattform GigaTV des Konkurrenten Vodafone soll künftig bei StreamOn enthalten sein, wie Peter Kerckhoff, Leiter Content der Deutschen Telekom, auf einem Panel der Fachmesse ANGA COM 2017 bestätigte. Mit StreamOn bietet die Telekom ihren Mobilfunkkunden seit 19. April 2017 die Möglichkeit, die Musik- und Video-Streaming-Angebote ausgewählter Partner zu nutzen, ohne das in den Tarifen enthaltene Highspeed-Datenvolumen zu verringern. Der Tarif ist umstritten: Kritiker werfen der Telekom vor, mit StreamOn die Netzneutralität zu verletzen. Die Bundesnetzagentur prüft das [Angebot](#) bereits.

Telekom will 49 Prozent von Deutsche Funkturm verkaufen

Die Deutsche Telekom will in den kommenden Monaten 49 Prozent der Anteile ihrer Tochtergesellschaft Deutsche Funkturm verkaufen. Bis Jahresende soll der Verkaufsprozess abgeschlossen sein, berichtet die ["Wirtschaftswoche"](#) unter Berufung auf Unternehmens- und Bankkreise. Die Telekom will Mehrheitseigner mit 51 Prozent bleiben. Interesse bekunden bereits mehrere Investorengruppen aus dem In- und Ausland, schreibt das Blatt. Die Deutsche Telekom schätzt den Wert ihrer Funkanlagen auf bis zu

fünf Milliarden Euro. Einen Kommentar wollte die Telekom nicht zu ihren Verkaufsplänen abgeben. Die Deutsche Funkturm betreibt und vermarktet mit über 700 Mitarbeitern bundesweit rund 27.000 Funkstandorte für Mobilfunk, Richtfunk und Rundfunk. In der Schweiz geht die Deutsche Telekom den umgekehrten Weg: Dort ist sie an einem Konsortium beteiligt, das jüngst die Funktürme der Schweizer Telekommunikationsgesellschaft Sunrise gekauft hat.

Telekom zeigt 3. Liga schon ab Juli

Die Deutsche Telekom steigt schon zum Saisonstart Mitte Juli 2017 in die Berichterstattung von der 3. Bundesliga ein. Alle 380 Spiele werden in Deutschland sowohl auf der IPTV-Plattform Entertain TV als auch im Internet und über Mobilfunk zu sehen sein. Darauf einigte sich die Telekom mit SportA, der Sportrechteagentur von ARD und ZDF. Die Landesrundfunkanstalten der ARD werden bis zu 120 frei auswählbare Spiele produzieren und vornehmlich samstags in ihren Dritten Programmen im Free-TV zeigen. Außerdem berichtet die "Sportschau 3. Liga" im Ersten am Samstag ab 18 Uhr weiter über ausgewählte Spiele. Die Produktion der übrigen 260 Drittligaspieler erfolgt durch die Telekom - in Full-HD-Qualität. Im Januar 2017 hatte sich der Telekommunikationskonzern vom Deutschen Fußball-Bund (DFB) die exklusiven Pay-TV-Rechte an allen Spielen der 3. Liga ab der Saison 2018/19 gesichert. Das jetzt mit dem aktuellen Rechteinhaber SportA vereinbarte Abkommen ermöglicht der Telekom, schon ein Jahr früher in die Berichterstattung einzusteigen.

DVB-T2 gewinnt neue Zuschauer für Terrestrik

Die am 29. März 2017 eingeführte neue Generation des digitalen terrestrischen Fernsehens lockt Zuschauer von anderen Verbreitungswegen zu DVB-T2. 4,6 Prozent der Haushalte, die derzeit Kabel, Satellit oder IPTV nutzen, planen konkret den Wechsel zu DVB-T2. Weitere 18,7 Prozent ziehen den Umstieg in Betracht, haben sich aber noch nicht entschieden. Hochgerechnet auf die Fernsehhaushalte in Deutschland entspricht dies einem Wechspotenzial von insgesamt knapp 1,9 Millionen Haushalten. Das ergab eine repräsentative Umfrage unter 2.000 Haushalten, die Value_A Marketing Intelligence im Mai 2017 im Auftrag des Branchenverbands gfu Consumer & Home Electronics durchführte. Die meisten Haushalte wollen auch dann bei DVB-T2 bleiben, wenn die Privatsender-Plattform Freenet TV am 1. Juli 2017 von der Gratis- und die kostenpflichtige Phase wechselt. Mehr als die Hälfte (50,6 Prozent) der DVB-T2-Haushalte will dann nicht auf andere Verbreitungswege umsteigen, weitere 35,1 Prozent sind noch unentschieden. Weniger als 15 Prozent haben schon entschieden, dass sie dann DVB-T2 den Rücken kehren: 7,8 Prozent wollen zum Kabelfernsehen wechseln, 3,9 Prozent zum Satellitenfernsehen und 2,6 Prozent zu IPTV.

Media Broadcast startet DVB-T2-Lokalpaket in Hamburg

Der Plattformbetreiber Media Broadcast kann in Hamburg ein lokales DVB-T2-Paket mit bis zu acht Sendern in HD-Qualität starten. Der Medienrat der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH) erteilte dem Unternehmen auf seiner jüngsten Sitzung den Zuschlag für die Kapazität und den Plattformbetrieb mit einer Laufzeit von zehn Jahren. Die von Media Broadcast betriebene bundesweite DVB-T2-Plattform Freenet TV erhält dadurch eine lokale Erweiterung in der Hansestadt. Auch in Berlin wird es ein ähnlich umfangreiches DVB-T2-Programmangebot geben. Die Inbetriebnahme der Plattform ist für November 2017 geplant, zu diesem Zeitpunkt beginnt auch die zweite Phase der Umstellung des öffentlich-rechtlichen Programmangebots von DVB-T auf DVB-T2.

Im Lokalen liegt die Zukunft

Unter dem Titel "Stadt, Land, Fluss – Lokale und regionale Medienvielfalt" ging es im Thüringer Mediengespräch der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) am 30. Mai 2017 um Stand und Zukunft der Medienwelten vor Ort. Anlässlich 20 Jahre Lokalfernsehens im Freistaat Thüringen wurden insbesondere die Situation und die Perspektive des Lokal-TV beleuchtet. Der Einladung waren rund 60 Fachleute und Gäste aus Medien, Politik und Wissenschaft gefolgt. Der Direktor der TLM, Jochen Fasco, würdigte in seiner Begrüßung die lokalen Fernsehveranstalter als wichtigen Teil der Medienvielfalt vor Ort. Er erinnerte an die Anfänge und Diskussionen Mitte der 90er Jahre und verdeutlichte die vielfältigen Unterstützungsmaßnahmen der TLM für den lokalen Rundfunk. Diese erstrecken sich insbesondere auf Förderung der technischen Infrastruktur sowie auf Maßnahmen zur Erhöhung von Reichweite und Qualität.

Fasco informierte darüber, dass die HD-Umstellung der Thüringer Lokalsender im Juni 2017 mit dem Vodafone-Netz beginnen werde. Lokale Rundfunkveranstalter müssten auch künftig auffindbar sein. Daher sei es notwendig, dass in einer modernen Plattformregulierung ein privilegierter Zugang, sogenanntes "must-be-found" gewährt werde. Denkanstöße für die Regulierung und Finanzierung der lokalen Medien kamen aus der Wissenschaft. Professor Frank Fechner von der TU Ilmenau betonte die enorme Bedeutung der lokalen Medien und der Meinungspluralität für die demokratische Ordnung, gerade in einer globalisierten Welt. In zwei Diskussionsrunden mit Akteuren des öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunks, aus dem Printbereich und den Bürgermedien sowie den medienpolitischen Sprechern aller im Thüringer Landtag vertretenen Fraktionen war man sich dann auch in der Analyse des Status quo schnell einig. Medienvielfalt vor Ort befindet sich in einem Veränderungsprozess. Die wirtschaftliche Lage der Lokal-TV-Veranstalter verschlechtert sich zunehmend. Das Angebot an lokalen Medien geht insgesamt zurück. Im Internet entstehen mangels funktionierender Geschäftsmodelle weniger innovative Angebote und lokale Blogs als erhofft. Vielfach wurde deutlich gemacht, dass durch lokale Medien das Heimatgefühl gestärkt wird. "Im Lokalen liegt die Zukunft", warb eine Fernsehmacherin für ihre Zukunft. Die Veranstaltung kann als Podcast unter <http://podcast.tlm.de/> nachgehört werden.

Immer mehr Internetnutzer zahlen für Filme und Serien

Fast drei von zehn deutschen Internetnutzern ab 14 Jahren (29 Prozent) schauen Spielfilme und Serien

über kostenpflichtige Video-on-Demand-Portale wie Amazon Prime Video, Netflix, maxdome, Sky Ticket, Apple iTunes oder Google Play. Das ergab eine repräsentative Befragung unter 1.007 Bundesbürgern ab 14 Jahren im Auftrag des Branchenverbands Bitkom. Im Vorjahr waren es erst 25 Prozent. Insgesamt schauen drei Viertel der deutschen Internetnutzer ab 14 Jahren (75 Prozent) Filme, TV-Sendungen oder andere Videos als Stream im Internet. Besonders beliebt sind Videoportale wie YouTube, Vimeo oder Vevo, die 77 Prozent der Video-Streamer nutzen. Knapp drei Viertel (74 Prozent) steuern die Webseiten und Mediatheken der TV-Sender an. Rund die Hälfte der Video-Streamer (54 Prozent) schauen das klassische TV-Programm live im Internet.

Gesellschafter prüfen Verkauf von Telepool

Der Filmrechte- und Lizenzhändler Telepool steht offenbar zum Verkauf. Eine Schweizer Unternehmensberatung ist derzeit damit beauftragt, den Markt zu sondieren und den Verkauf des Unternehmens mit Standorten in München, Zürich, Leipzig und Los Angeles zu prüfen. Das bestätigt der Bayerische Rundfunk (BR), der Gesellschafter der Telepool ist, der "Süddeutschen Zeitung". Weitere Anteilseigner sind der Mitteldeutsche Rundfunk, die SWR Media Services und Telvetia, eine Tochter der Schweizer Rundfunkanstalt SRG SSR. Ein Verkauf der Telepool "würde im übereinstimmenden Interesse" aller Gesellschafter erfolgen, heißt es in der BR-Stellungnahme. Das Unternehmen sei erfolgreich, habe als Tochter der regulierten Sendeanstalten aber immer weniger Spielraum, Aktivitäten mit Renditepotenzial wie Game-Vermarktung oder Videoportale zu entwickeln.

Jeder Vierte will Ultra-HD-Fernseher kaufen

Mehr als jeder vierte TV-Zuschauer (28 Prozent) in Deutschland, der noch keinen Ultra-HD-Fernseher besitzt, will sich ein solches Gerät zulegen. Sieben von zehn Personen (68 Prozent) kennen bereits den neuen Fernsehstandard. Jeder Fünfte (21 Prozent) besitzt schon einen Ultra-HD-Fernseher. Das ergab eine repräsentative [Umfrage](#), die die GfK im Mai 2017 unter 1.004 Personen für die Deutsche TV-Plattform durchführte. Knapp die Hälfte der Besitzer eines Ultra-HD-Fernseher (44 Prozent) hat sich im Rahmen eines ohnehin geplanten TV-Kaufs direkt für so ein Gerät entschieden. Für 34 Prozent war eine größere Bildschirmdiagonale ein Kaufgrund, für 32 Prozent die bessere Bildqualität im Vergleich zu HDTV. Sendungen oder Inhalte in Ultra HD spielten nur für 18 Prozent eine größere Rolle, was das bislang geringe Angebot in diesem Bereich widerspiegelt. Für zwölf Prozent war ein günstiges Angebot ausschlaggebend. Jeder Zweite (52 Prozent) kennt den Begriff Virtual Reality, drei von vier Befragten (76 Prozent) können sich vorstellen, Virtual-Reality-Angebote zumindest gelegentlich zu nutzen. 2017 sollen nach einer Prognose der Gesellschaft für Consumer & Home Electronics (gfu) rund 2,6 Millionen Ultra-HD-Fernseher in Deutschland abgesetzt werden. Zusammengerechnet mit den Verkäufen aus den Vorjahren werden damit Ende des Jahres voraussichtlich rund 5,6 Millionen ultrahochauflösende Fernseher in den Wohnzimmern stehen.

HD+-Nutzer besonders offen für Ultra HD

Die Nutzer der HDTV-Satellitenplattform HD+ sind besonders aufgeschlossen gegenüber Ultra HD (UHD). Mit einem Anteil von 15,4 Prozent sind HD+-Haushalte fast dreimal so häufig wie der Durchschnitt (5,4 Prozent) mit einem UHD-Fernseher ausgestattet – und offensichtlich auch davon angetan: 81 Prozent der HD+-Haushalte mit UHD-Fernseher sind von der Bildqualität überzeugt. Grundsätzlich liegt die Bekanntheit von Ultra HD in HD+-Haushalten mit 70 Prozent deutlich höher als im Durchschnitt aller TV-Haushalte (55 Prozent). Zu diesen Ergebnissen kommt eine UHD-Sonderbefragung im Rahmen des Astra TV-Monitors 2016. Neben der besseren Bildqualität legen HD+-Nutzer auch auf größere Bildschirme Wert: 10,1 Prozent der HD+-Haushalte haben einen UHD-Screen mit mehr als 55 Zoll, während der Anteil unter allen TV-Haushalten lediglich 3,2 Prozent beträgt. 17,6 Prozent aller HD+-Haushalte würden einen UHD-Bildschirm über 55 Zoll kaufen, bei allen TV-Haushalten sind es lediglich 9,6 Prozent. Mit UHD1 by Astra/HD+ bietet HD+ seinen Kunden bereits einen UHD-Kanal mit exklusiven Inhalten. Derzeit stehen drei Millionen UHD-Fernseher in deutschen Wohnzimmern. Bis Ende 2017 sollen laut der gfu 2,6 Millionen Geräte dazukommen.

ZDF bleibt bis mindestens 2020 in SD auf Astra

Das ZDF wird sein Hauptprogramm sowie die Ableger ZDFinfo und ZDFneo bis mindestens 2020 neben hoher (HD) auch in herkömmlicher Bildauflösung (SD) über Astra (19,2° Ost) verbreiten. Die öffentlich-rechtliche Sendeanstalt hat dazu ihren Transponder-Vertrag für die Bereitstellung der SD-Übertragungskapazität durch Astra entsprechend verlängert. Darüber hinaus will das ZDF ausgewählte Eigenproduktionen, die künftig in Ultra HD gedreht werden, Astra für die Verbreitung über Vorführkanäle wie UHD1 zur Verfügung stellen. "Wir freuen uns sehr, dass wir die erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem ZDF bei der SD-Verbreitung fortführen können und gleichzeitig einen ersten gemeinsamen Schritt in Richtung Ultra HD gehen", sagte Christoph Mühleib, Geschäftsführer von Astra Deutschland. "Astra wird Satelliten-TV-Haushalten in Deutschland auch in den kommenden Jahren weiter eine große Sendervielfalt in allen Qualitätsstufen anbieten: SD, HD – und sogar schon die ersten Programme in Ultra HD."

History und A&E bleiben bei Sky

Die Spartenkanäle History und A&E sind in Deutschland und Österreich weiterhin auf der Pay-TV-Plattform von Sky zu empfangen. Mit der Betreibergesellschaft A+E Networks wurde ein neuer, mehrjähriger Vertrag geschlossen, wie Sky in München mitteilte. Die Unternehmen setzen damit ihre seit 2009 bestehende Zusammenarbeit fort. Neben den herkömmlichen TV-Sendern können Sky-Kunden die Programme auch auf Abruf über Sky Go und Sky On Demand empfangen. History ist in HD-Qualität via Satellit im "Sky Entertainment"-Paket empfangbar, während A&E im "Sky Starter"- und "Sky Entertainment"-Bouquet via Satellit verbreitet wird. History wird zusätzlich in ausgewählte Kabelnetze eingespeist.

ProSiebenSat.1 erwirbt Filmpaket von 20th Century Fox

ProSiebenSat.1 kann in seinen Free-TV- und Pay-TV-Sendern sowie in der Online-Videothek maxdome weiterhin Spielfilme und Serien von 20th Century Fox zeigen. Der Medienkonzern verlängerte seinen Rahmenlizenzvertrag mit dem Hollywood-Studio um mehrere Jahre. Finanzielle Details wurden nicht genannt. Das Filmpaket umfasst Titel wie "Deadpool", "Ice Age - Kollision voraus!" oder "Alien: Covenant" von Ridley Scott. Im Serienbereich sind unter anderem die Dramareihe "This is us" und die Sitcom "The Mick" dabei. Gleichzeitig sicherte sich ProSiebenSat.1 Zugriff auf ältere Filme des US-Studios, darunter "Titanic", "Speed", "Independence Day", "Kevin - Allein zu Haus" und "Der Teufel trägt Prada".

Sport1 US startet bei Zattoo

Sport1 US, der Sportsender für die Fans von US-Sport, ist ab sofort auf der Internet-TV-Plattform Zattoo empfangbar. Der Pay-TV-Kanal wird in HD-Qualität im Abo-Paket "Zattoo Plus" verbreitet, das 9,90 Euro pro Monat kostet und Sender wie ProSieben Fun, Sat.1 Emotions, kabel eins classics, sportdigital, auto motor und sport channel, Spiegel TV Wissen, Planet und Fix&Foxi enthält. Sport1 US überträgt unter anderem live die NBA, NHL, MLB, NCAA und IndyCar Series.

MX1 überträgt Deluxe Music weiter auf Astra

Der Musikkanal Deluxe Music hat seine Satellitenverbreitung in herkömmlicher (SD) und hoher Bildauflösung (HD) über Astra (19,2° Ost) bis 2021 gesichert. Die Betreibergesellschaft High View verlängerte die entsprechende Zusammenarbeit mit MX1 und Astra für den Uplink und die Bereitstellung von Übertragungskapazität. "Satellitenfernsehen ist die reichweitenstärkste TV-Infrastruktur in Deutschland und Österreich – für die Distribution unseres Contents, egal ob im Dokumentationsbereich bei Planet oder für unsere Musiksender wie Deluxe Music, spielt der Satellit daher eine bedeutende Rolle," sagte High-View-Geschäftsführer Alexander Trauttmansdorff. Christoph Mühleib, Geschäftsführer von Astra Deutschland, erklärte: "TV im SD-Standard bleibt noch lange ein notwendiges Angebot angesichts der realen Empfangssituation in den deutschen Haushalten. Die weitere Ausstrahlung von Deluxe Music in HD und SD ist daher eine gute Nachricht für alle Musikliebhaber." Deluxe Music ist in SD-Auflösung unverschlüsselt über Astra empfangbar und in HD-Qualität an Bord der kostenpflichtigen HDTV-Plattform HD+. Ausgewählte Sendungen werden auf dem Vorführkanal UHD1 by Astra/HD+ im neuen Bildformat Ultra HD übertragen.

BluTV startet VoD-Dienst für Türken

Der türkische Video-on-Demand-Dienst (VoD) BluTV ist ab sofort auch außerhalb der Türkei verfügbar. Die Zielgruppe sind die rund vier Millionen Türken beziehungsweise türkischstämmigen Menschen in Deutschland und Europa. BluTV ist derzeit über Apple- und Android-Apps sowie direkt über seine [Webseite](#) verfügbar, in den nächsten Monaten sollen Smart-TV-Apps dazukommen. Das Angebot umfasst hunderte türkischer Filme und TV-Serien sowie Eigenproduktionen. Hinter BluTV, das 2015 in Istanbul gegründet wurde, steht die Dogan-Gruppe, die größte Mediengruppe der Türkei. Mit BluTV Arabic wird auch ein VoD-Dienst für arabische Zuschauer angeboten. Als nächster Schritt ist nach Angaben des Unternehmens die Expansion nach Lateinamerika vorgesehen.

Verbraucherschützer erwägen rechtliche Schritte gegen HD Austria

Der Konsumentenschutz der Arbeiterkammer Oberösterreich droht mit rechtlichen Schritten gegen die Satellitenplattform HD Austria. Die Beschwerden über den HDTV-Anbieter häuften sich, teilten die Verbraucherschützer mit. Das Unternehmen bestätige Vertragsrücktritte der Kunden nicht und buche die Gebühren weiter vom Bankkonto ab. Diese Vorgehensweise sei nicht korrekt. Betroffene aus Oberösterreich können sich beim Konsumentenschutz der Arbeiterkammer Oberösterreich melden. Doch HD Austria ignoriere nicht nur den Vertragsrücktritt, bemängeln die Verbraucherschützer. Der Betreiber antworte oftmals gar nicht auf die Beschwerden der Konsumenten. Auch Interventionsschreiben der Arbeiterkammer Oberösterreich blieben unbeantwortet. HD Austria, das ein verschlüsseltes Bezahlpaket mit HDTV-Sendern für österreichische Satellitenhaushalte auf Astra (19,2° Ost) verbreitet, wird vom europäischen Plattformbetreiber M7 Group mit Sitz in Luxemburg betrieben. Auch die Kontaktaufnahme mit dem Hauptsitz des Unternehmens sei bisher leider erfolglos geblieben, teilte die Arbeiterkammer Oberösterreich mit. Wenn keine außergerichtlichen Lösungen für die betroffenen Kunden erzielt werden könnten, werde man rechtliche Schritte prüfen.

ORS startet ORF/simpliTV-SAT-Plattform auf Astra

Der österreichische Technik-Dienstleister ORS will im Sommer 2017 eine neue HD-Satellitenplattform auf Astra (19,2° Ost) starten. Der Clou: ORF Digital Direkt ermöglicht den Empfang der öffentlich-rechtlichen Sender ohne Smartcard, da die Verschlüsselung softwarebasiert erfolgt. Kartentauschaktionen sind daher nicht mehr erforderlich. Zusätzlich kann das ebenfalls kartenlose Privatsender-Paket simpliTV SAT freigeschaltet werden, das unter anderem die Programme von RTL und ProSiebenSat.1 in HD-Qualität enthält. Die Marke simpliTV, unter der ORS eine DVB-T2-Plattform betreibt, wird damit auf den Satelliten-Direktempfang erweitert. Die neue Plattform ist als hybrides Angebot ausgelegt, das auch Zugang zur vom ORF betriebenen Online-Videothek Flimmit sowie LTE-Internet umfassen soll. ORS - zu 60 Prozent im Besitz des ORF, 40 Prozent hält die Raiffeisen-Gruppe - tritt mit dem Vorstoß in direkte Konkurrenz zur HD-Austria-Plattform, die M7 auf Astra betreibt. An Bord sind über 20 HD-Sender, darunter ebenfalls die Programme von RTL und ProSiebenSat.1. Das neue Angebot wird parallel zur derzeitigen Smartcard-basierten ORF-Digital-Satellitenplattform betrieben, die ORS noch bis 2030 aufrechterhalten will.

Ihr Vorhaben gab die ORS bei der Präsentation des aktuellen Astra TV Monitors 2016 in Wien bekannt. Demnach liegt der Satelliten-Direktempfang bei den 3,57 Millionen TV-Haushalten in Österreich weiterhin an der Spitze und versorgt 2,03 Millionen Haushalte (57 Prozent). Kabelfernsehen folgt mit 1,11 Millionen

Haushalten (31 Prozent), IPTV mit 0,26 Millionen (7 Prozent) und DVB-T mit 0,17 Millionen (fünf Prozent). Interessant: Satellit und Kabel verloren im Vergleich zu 2015 Haushalte, IPTV und DVB-T legten zu. 2015 waren es noch 2,12 Millionen Satellitenhaushalte und 1,12 Millionen Kabelhaushalte. IPTV erreichte nur 0,19 Millionen und DVB-T 0,14 Millionen Haushalte. Die Angaben beziehen sich auf das jeweilige TV-Hauptempfangsgerät eines Haushalts, also in der Regel den großen Flachbildfernseher im Wohnzimmer. Die Zahl der HD-Haushalte stieg in Österreich auf 2,72 Millionen. Das entspricht 76 Prozent aller TV-Haushalte - acht Prozent mehr als 2015. Der Satelliten-Direktempfang führt mit 1,63 Millionen HD-Haushalten, gefolgt von Kabel (0,83 Millionen) und IPTV (0,19 Millionen). Auch Ultra HD ist in Österreich angekommen: Ende 2016 standen 490.000 Ultra-HD-Fernseher in den Haushalten, 2015 waren es erst 230.000.

Kabel-TV Lampert setzt auf Zattoo-Plattform

Der österreichische Kabelnetzbetreiber Kabel-TV Lampert hat sich für die neue DVB-C/IP-Hybrid-TV-Plattform von Zattoo entschieden. Die White-Label-Lösung ermöglicht dem Unternehmen, ein TV-Produkt in den Markt bringen, das das Beste aus zwei Welten verbindet: Häufig genutzte Live-TV-Kanäle werden über das Kabelnetz des Netzbetreibers weiterhin per DVB-C zum Kunden geliefert, ergänzt um IPTV-Services wie Restart TV, Catch-up TV und Cloud Recording. Zusätzlich werden weniger häufig genutzte Programme über IP übertragen. Die Hybrid-Lösung für den First-Screen ist zusammen mit ABOX42 entwickelt worden; zum Einsatz kommt die ABOX42-M30-Hybrid-Set-Top-Box-Serie. Die Einführung ist für Herbst 2017 vorgesehen. "Nur das lineare Kabelfernsehen allein wird auf Dauer nicht ausreichen, um im sich wandelnden TV-Markt mit der immer stärkeren Nutzung von zeitversetzten und zusätzlichen Inhalten zu bestehen. Daher ist es unser Ziel, unser Kabel-TV-Produkt weiterzuentwickeln und zukunftssicher zu machen", sagte Karoline Lampert, Geschäftsführerin von Kabel-TV Lampert. "Ich freue mich sehr, dass unsere Kooperation mit Zattoo genau diese Möglichkeit bietet und damit ein neues Level erreicht."

Kabel-TV Lampert setzt schon seit 2015 auf die Zattoo-Plattform; bisher jedoch ausschließlich für die mobilen Applikationen für iOS und Android sowie einen browserbasierten Service für PC oder Mac. Diese Applikationen werden nun ebenfalls um die IPTV-Services ergänzt und mit dem Fernseher über die Set-Top-Box integriert: So können Kunden beispielsweise ihre Aufnahmen von unterwegs managen oder ihre Favoritenkanäle auf jedem der Geräte verwalten. Zattoo betreibt den gesamten Dienst als Komplettlösung und übernimmt den Betrieb des Multiscreen-Produktes, das Management der Set-Top-Boxen im Feld sowie die laufende Weiterentwicklung der Applikationen. "Als regionaler Kabelnetzbetreiber kann Kabel-TV Lampert damit den Schritt in die Zukunft tun und einen Produktumfang anbieten, wie er bisher nur von großen multinationalen Konzernen bekannt war", sagte Gernot Jaeger, Chief Officer B2B TV Solutions bei Zattoo.

UPC holt mehr Viacom-HD-Sender

Der größte österreichische Kabelnetzbetreiber UPC baut sein HD-Angebot aus. Nach MTV Live HD können UPC-Kunden ab sofort auch Nickelodeon, Nicknight, Comedy Central und VIVA von Viacom International Media Networks neben der SD-Verbreitung in HD-Qualität empfangen. Nickelodeon Austria belegt Programmplatz 288, Comedy Central und VIVA Austria sind auf Kanal 220 zu sehen. "Mit der Verbreitung der HD-Sender mit österreichischen Werbefenstern über UPC stärkt Viacom seine Markenposition in Österreich und bietet den Zuschauern zudem die Auswahl zwischen SD- und brillanter HD-Qualität", sagte Josef Almer, Geschäftsführer von Goldbach Media Austria, dem Vermarkter der Viacom-Sendemarken in Österreich.

Teleclub zeigt Eurosport-Bundesliga in der Schweiz

Discovery Networks Deutschland hat den ersten Verbreitungspartner für das Fußball-Bundesliga-Rechtepaket gewonnen, das der TV-Veranstalter ab der nächsten Saison für Deutschland, Österreich und die Schweiz besitzt. Der Schweizer Pay-TV-Plattformbetreiber Teleclub wird die Live-Spiele exklusiv in der Schweiz und Liechtenstein ausstrahlen. Gesendet wird via Eurosport bei Teleclub Sport. Das Pay-TV-Rechtepaket von Discovery umfasst die Bundesliga-Partien am Freitagabend sowie am Sonntagmittag und Montagabend. Hinzu kommen die vier Relegationsspiele der beiden höchsten deutschen Spielklassen und der Supercup. Gleichzeitig verlängerten Discovery und Teleclub ihre langjährige Partnerschaft für die Verbreitung der Discovery-Sender auf der Teleclub-Plattform. In Deutschland konnte Discovery bislang keinen Verbreitungspartner finden. Gegenwärtig steht nur fest, dass die Bundesliga-Spiele im kostenpflichtigen OTT-Dienst Eurosport Player zu sehen sein werden.

Sunrise verkauft Sendemasten

Die Schweizer Telekommunikationsgesellschaft Sunrise Communications verkauft den Sendemastbetreiber Swiss Towers für 500 Millionen Franken (458 Millionen Euro). Käufer des Unternehmens, das 2.239 Mobilfunk-Antennenmasten in der Schweiz besitzt, ist ein Konsortium unter Führung von Cellnex Telecom sowie den Mitgliedern Swiss Life Asset Managers und Deutsche Telekom Capital Partners. Der Verkauf, der noch der Zustimmung der Fusionskontrollbehörden bedarf, bezieht sich nur auf die passive Netzinfrastruktur, die vorwiegend aus Stahl- und Betonkonstruktionen besteht. Die gesamte aktive Mobilnetzinfrastruktur bleibt bei Sunrise. Das Unternehmen will sich nach dem Verkauf noch stärker darauf konzentrieren, die Qualität ihrer Mobilfunkdienste für die Kunden weiter zu steigern. 450 Millionen Franken aus der Transaktion sollen in die Rückzahlung von Schulden fließen.

Telefon: +49 (0) 6136-996910

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

Herausgeber: Heinz-Peter Labonte (V.i.S.d.P.)
Redaktion: Marc Hankmann (Leitung), Dr. Jörn Krieger

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)