

E-PRIVACY-VERORDNUNG

DAS ENDE DER EUROPÄISCHEN MEDIEN?

Berlin steht still, doch die Welt dreht sich weiter

Ausgabe 51 • Dezember 2017

Sehr geehrte Damen und Herren,

alle Räder stehen still, wenn Christian Lindner es will. Die Koalitionsgespräche sind zunächst ad acta gelegt. Dabei drängen viele Themen darauf, dass sich das politische Rad in Berlin möglichst schnell wieder dreht. Insbesondere in der digitalen Welt ist Geschwindigkeit das A und O. Welche Lösung zur Regierungsbildung in Frage kommt, erklärt unser Herausgeber Heinz-Peter Labonte, der zudem den Blick auf das brandenburgische Lauchhammer wirft; eine ausgezeichnete Gemeinde – im doppelten Wortsinn.

Während in Berlin beraten wird, werden in Brüssel Nägel mit Köpfen gemacht. Die E-Privacy-Richtlinie sorgt in den Reihen der Medien- und Werbewirtschaft für teils wutschnaubende Kommentare. Man befindet sich quasi kurz vor einer Hate Speech – zumal die Amerikaner wie Facebook die großen Gewinner dieser Verordnung sein könnten. Doch was sie in den letzten Jahren groß gemacht hat, hätten die europäischen Medien auch machen können. Haben sie die Zeichen der Zeit schlicht verschlafen und rufen jetzt vergeblich um Hilfe?

Während sich die E-Privacy-Verordnung noch im Gesetzgebungsverfahren befindet, sind im Telekommunikationsgesetz Änderungen in Kraft getreten, die Unternehmen in Bezug auf ihre Datenerhebung und -verwendung neue Rechte einräumen – und neue Pflichten. Welche das sind, erklärt unser Rechtsexperte Ramón Glaßl.

Apropos Experte: Mit Professor Dr. Torsten J. Gerpott freuen wir uns auf einen bekannten Gastautoren, der nicht über das Zero-Rating-Angebot StreamOn der Deutschen Telekom den Stab bricht. Im Gegenteil: Viele Argumente der Kritiker entkräftet der Fachmann für Telekommunikationswirtschaft.

Darüber hinaus haben wir eine Expertin zum Thema Lokalrundfunk befragt. Anja Zimmer, Direktorin der Medienanstalt Berlin Brandenburg, will mit einem neuen Fördermodell für eine bessere Zukunft der privatfinanzierten Lokalfernsehsender sorgen. Das bisherige Satellitenprojekt wird eingestellt. Um die Zukunft von 5G macht sich indes niemand große Sorgen. Allein dem Rundfunk ist nicht ganz geheuer, dass er in der 5G-Welt nur einer von vielen ist, weshalb er bei dessen Entwicklung ein Wörtchen mitreden möchte. Dafür wurde extra eine Initiative ins Leben gerufen.

Neues vom FRK, Veranstaltungshinweise und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

Heinz-Peter Labonte, Herausgeber

Inhalt

„Die Medienvielfalt ist gefährdet“:
mabb-Direktorin Anja Zimmer will den
lokalen Rundfunk stärken

Plädoyer für eine schwarz-gelbe
Minderheitsregierung... oder Ende der
Politikverwaltung zugunsten von
Politikgestaltung

Generationenwechsel – Warum der
Rundfunk bei der 5G-Entwicklung ein
Wörtchen mitreden sollte

Zero-Rating im Mobilfunk - Wie
berechtigt sind Verbotsforderungen für
das StreamOn-Angebot der Telekom?

Kleine Cookies, großer Ärger! Die E-
Privacy-Verordnung bringt die
europäische Medienwirtschaft auf die
Barrikaden

Cybersicherheit: TKG-Änderungen
räumen mehr Rechte ein – aber auch
mehr Pflichten

wilhelm.tel startet Analogabschaltung

Vodafone bringt Kabelradio- Receiver
zur Analogabschaltung

EU-Ohrfeige für Brandenburgs
Landesregierung ... oder späte
Einsicht der Europäischen
Kommission?

Neues vom FRK

Veranstaltungshinweise

Kurzmeldungen

„Die Medienvielfalt ist gefährdet“: mabb-Direktorin Anja Zimmer will den lokalen Rundfunk mit neuer Förderung stärken

Marc Hankmann

Ein „Weiter so!“ ist für die Veranstalter privatfinanzierter lokaler Rundfunkangebote keine Option. Sie müssen mit der rasanten technischen Entwicklung Schritt halten, können aber kaum kostendeckend arbeiten. Anja Zimmer, Direktorin der Medienanstalt Berlin Brandenburg (mabb), will die Situation der Sender verbessern. Ihr schwebt ein neues Fördermodell vor – und eine Kooperation mit den bayerischen Kollegen.

[Lesen Sie mehr](#)

Plädoyer für eine schwarz-gelbe Minderheitsregierung... oder Ende der Politikverwaltung zugunsten von Politikgestaltung

Heinz-Peter Labonte

Der Wahlkampf ist vorbei. Seit gut zwei Monaten. Merkel eiert. Özdemir feiert. Lindner geniert sich, die SPD ziert sich und Gauland freut sich. Dabei könnte das eine Sternstunde der Politik, rationaler Politik sein. Zwar reden alle von Verantwortung für das Land, für Europa - wegen der Krisen in der Welt und so. Aber realistischer Weise haben wir frühestens zu Fastnacht oder gar erst an Ostern eine Regierung. Zu befürchten ist, es gibt eine kleine, ehemals „große“ Koalition. Die schwarz-gelben Kohl-Koalitionen waren stabil und gerade mal 2,1 beziehungsweise 0,7 Prozent stärker.

[Lesen Sie mehr](#)

Generationenwechsel – Warum der Rundfunk bei der 5G-Entwicklung ein Wörtchen mitreden sollte

Marc Hankmann

Der Wahlkampf ist vorbei. Jetzt ist Berliner Wahlkrampf angesagt. Es werden erst die Inhalte besprochen. Nicht verhandelt. Denn: Erst soll das Publikum mit (Sondierungs-)Gesprächen unterhalten werden. Dann kommen (Koalitions-)Verhandlungen. Jeder ist scharf auf Interviews und seine individuelle Jamaika-Metapher. Beeindruckend!

[Lesen Sie mehr](#)

Zero-Rating im Mobilfunk - Wie berechtigt sind Verbotsforderungen für das StreamOn-Angebot der Telekom?

Professor Dr. Torsten J. Gerpott

In der vergangenen [MediaLABcom-Ausgabe](#) wurde das Zero-Rating-Angebot (ZRA) StreamOn von Telekom Deutschland (TD) bereits thematisiert. Seit April 2017 wird bei Kunden, die StreamOn zu ihren Mobilfunktarif hinzugebucht haben, der Konsum der zum ZRA gehörenden Streaming-Dienste gegenüber den abgerechneten Internet-Datenmengen außer Acht gelassen. TD hat in den ersten zwei Monaten nach Einführung von StreamOn 200.000 Kunden für das ZRA gewonnen. Folglich ist damit zu rechnen, dass ein Jahr nach dem Angebotsstart, also im April 2018, StreamOn-Optionen von etwa 1 bis 1,5 Millionen Nutzern und damit von weniger als sechs Prozent aller TD-Mobilfunkvertragskunden nachgefragt werden dürften.

[Lesen Sie mehr](#)

Kleine Cookies, großer Ärger! Die E-Privacy-Verordnung bringt die europäische Medienwirtschaft auf die Barrikaden

Marc Hankmann

Sie sind nur wenige Kilobyte groß und befinden sich auf jedem Rechner, unbemerkt in Unterverzeichnissen von Unterverzeichnissen: Cookies, Textdateien, die Informationen über besuchte Webseiten, angeklickte Dateien, Browser-Einstellungen oder sonstige Daten enthalten, die wir beim Surfen im Internet hinterlassen. Diese kleinen Dateien sorgen für großen Ärger. Es geht um die E-Privacy-Verordnung, welche nach Meinung der Medien- und Werbewirtschaft die Existenz derselben bedroht. Von einem Kahlschlag ist die Rede. Dabei soll doch nur der Bürger geschützt werden.

[Lesen Sie mehr](#)

Cybersicherheit: TKG-Änderungen räumen mehr Rechte ein – aber auch mehr Pflichten

RA Ramón Glaß

Mit Wirkung zum 30. Juni 2017 wurden in das Telekommunikationsgesetz (TKG) neue Rechte und Pflichten für Anbieter von öffentlich zugänglichen Telekommunikationsdiensten eingeführt. Diese Änderungen dienen der Umsetzung der EU-Richtlinie 2016/1148 über „Maßnahmen zur Gewährleistung einer hohen gemeinsamen Netz- und Informationssicherheit in der Union“ (kurz: NIS-RL) vom 19. Juli 2016. Diese Richtlinie ist ein zentraler Bestandteil der Cyber-Sicherheitsstrategie der EU und wirkt sich auf die Datenerhebung und -verwendung in sowie die Informationspflichten von Unternehmen gegenüber

Behörden aus.

[Lesen Sie mehr](#)

wilhelm.tel startet Analogabschaltung

Dr. Jörn Krieger

Die norddeutsche Kabelgesellschaft wilhelm.tel stellt die Verbreitung analoger Fernsehprogramme in ihrem Kabelnetz ein. Den Anfang macht Norderstedt, wo die Umstellung auf eine rein digitale TV-Versorgung in der Zeit vom 15. Januar bis 25. März 2018 schrittweise stattfindet. Damit sich die Kabelkunden individuell darauf einstellen können, verschickt wilhelm.tel zwei Woche vor dem genauen Umstellungstermin ein Schreiben an die betroffenen Haushalte.

[Lesen Sie mehr](#)

Vodafone bringt Kabelradio-Receiver zur Analogabschaltung

Dr. Jörn Krieger

Vodafone will seinen Kabelkunden rechtzeitig vor der Analogabschaltung in der ersten Pilotregion Landshut und Dingolfing am 9. Januar 2018 einen für Radioempfang optimierten DVB-C-Digitalreceiver anbieten. Das Gerät werde voraussichtlich unter 40 Euro kosten, sagte ein Vodafone-Sprecher gegenüber MediaLABcom. Hersteller des Kabelradio-Receivers ist Vistron.

[Lesen Sie mehr](#)

EU-Ohrfeige für Brandenburgs Landesregierung ... oder späte Einsicht der Europäischen Kommission?

Heinz-Peter Labonte

Wie ein Lauffeuer verbreitete sich Anfang Oktober 2017 die Nachricht, dass das Projekt „Glasfaserstadt Lauchhammer“ bei den European Broadband Awards 2017 ins Finale gekommen war. Dies geschah nicht, weil das mit knapp 100 Milliarden Euro EU-Mitteln geförderte Programm „Glasfaser 2020“ der Landesregierung dort so erfolgreich gewesen wäre. Vielmehr kommt diese Anerkennung für die Stadt Lauchhammer und deren privaten, mittelständischen Kabelnetzbetreiber einer schallenden Ohrfeige für die Landesregierung daher. Man könnte auch sagen, als eine Art EU-Wiedergutmachung an den Beschwerdeführer gegen die überwiegende Ver(sch)wendung der EU-Fördermittel für die Vectoring-Erschließung des Landes mittels der Bundesbeteiligungsfirma Deutsche Telekom durch die Landesregierung in Brandenburg.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

Erklärung des FRK-Vorsitzenden Heinz-Peter Labonte zur Ehrung der „Glasfaserstadt Lauchhammer“ und der FRK-Mitgliedsfirma LKG anlässlich der European Broadband Awards 2017 in Brüssel

„We really appreciate and do thank the Commission, including the members of the jury, very much for being chosen and awarded as finalist in the European Broadband Award 2018 referring territorial cohesion in rural and remote areas. It is a great honor for us and we are grateful for the appreciation of our work and efforts to proof President Juncker's European Investment Plan's effectiveness in rural areas and for medium sized enterprises.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweise

Dr. Jörn Krieger

Ultra-HD-Plugfest in Berlin

Das siebte Ultra-HD-Plugfest der Deutschen TV-Plattform findet vom 5. bis 7. Dezember 2017 in den Räumlichkeiten des 3I/Fraunhofer HHI in Berlin statt. Das Geräte-Lineup umfasst Fernseher, AV-Receiver, Set-Top-Boxen und erstmals auch PCs. Themen sind unter anderem die Interoperabilität hinsichtlich der HDMI-Schnittstellen und des Kopierschutzes HDCP 2.2 und das Umschaltverhalten zwischen High Dynamic Range (HDR) und SDR sowie zwischen unterschiedlichen HDR-Formaten. Kooperationspartner ist die britische Digital Television Group (DTG).

Infos & Anmeldung: www.tv-plattform.de/de/plugfest

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Medienanstalten wollen Privatsender mit Public Value bevorzugen

Die Gesamtkonferenz der Medienanstalten hat sich für die privilegierte Auffindbarkeit von Public-Value-Inhalten privater Sender ausgesprochen: Angebote mit einem besonderen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung sollten auch bei der Gestaltung von Benutzeroberflächen, die einen ersten Zugriff auf die Programme vermitteln, einen privilegierten Status erhalten, erklärten die Medienwächter nach ihrer jüngsten Konferenz in München. Die aktuellen Regelungen reichten nicht aus, damit Programmangebote

mit gesellschaftlichem Mehrwert ihren vielfaltsfördernden Effekt tatsächlich entfalten könnten. Private Anbieter, die einen wichtigen Beitrag zur Programmvierfalt im Gesamtangebot leisteten, müssten in Form der bevorzugten Auffindbarkeit ("Must be found") auf Benutzeroberflächen bessergestellt werden.

[Lesen Sie mehr](#)

„Die Medienvielfalt ist gefährdet“: mabb-Direktorin Anja Zimmer will den lokalen Rundfunk mit neuer Förderung stärken

Marc Hankmann

Ein „Weiter so!“ ist für die Veranstalter privatfinanzierter lokaler Rundfunkangebote keine Option. Sie müssen mit der rasanten technischen Entwicklung Schritt halten, können aber kaum kostendeckend arbeiten. Anja Zimmer, Direktorin der Medienanstalt Berlin Brandenburg (mabb), will die Situation der Sender verbessern. Ihr schwebt ein neues Fördermodell vor – und eine Kooperation mit den bayerischen Kollegen.

MediaLABcom: Frau Zimmer, in Zeiten von Fake News und einer sich konsolidierenden Medienlandschaft rückt das private Lokalfernsehen immer mehr in den Mittelpunkt. Welche Rolle kommt dem Lokal-TV zu?

Anja Zimmer: Das Interesse der Bevölkerung an lokalen Informationen ist groß, das belegen verschiedene Untersuchungen der Landesmedienanstalten. Dabei steigt die Bedeutung von Lokal-TV-Sendern als Produzent und Kommunikator solcher Informationen. Zwar herrscht heute kein Mangel an Informationen und veröffentlichten Meinungen und Kommentaren zu unterschiedlichsten Themen, von Menschen, die sich engagieren, von Hobbyjournalisten, aber manchmal eben auch von Menschen, die bewusst Falsches verbreiten. Gerade deshalb suchen Zuschauer und Leser immer mehr nach Informationen, denen sie vertrauen können, von denen sie wissen, dass sie ordentlich recherchiert sind. Gerade bei lokalen Themen ist das Vertrauen, in die traditionellen Medien hoch. Lokal-TV kann zwar lokale Tageszeitungen nicht ersetzen, es kann jedoch einen wesentlichen Beitrag zur Meinungs- und Informationsvielfalt vor Ort liefern und Bevölkerungsgruppen erreichen, für die die Tageszeitung nicht das Medium ihrer Wahl ist. Die Angebote können Informationen liefern und als 4. Gewalt zu Meinungsbildung, Kritik und Kontrolle beitragen, vorausgesetzt ein journalistischer Mehrwert ist gegeben.

MediaLABcom: Wie wichtig ist die lokale Fernsehberichterstattung gerade für ländlich geprägte Regionen wie etwa in Brandenburg?

Anja Zimmer: Lokale Fernsehprogramme sind fester Bestandteil der Fernsehlandschaft des Landes Brandenburg. Hier gibt es fast überall einen Lokal-TV-Veranstalter, der über regionale und lokale Ereignisse berichtet. Vor allem außerhalb der Ballungsräume bilden die meist sehr kleinen Sender eine relevante Größe im lokalen Medien- und Informationsangebot. Allerdings gibt es auch einige „weiße Flecken“ in der Lokal-TV-Versorgung. Im Sendegebiet Havelland, Prignitz und Ostprignitz wird derzeit kein Lokal-TV-Programm gesendet und die Zukunft des Lokal-TV-Senders im benachbarten Landkreis Oberhavel ist fraglich.

MediaLABcom: Sie sprechen es gerade an: Die wirtschaftliche Situation vieler Lokal-TV-Sender ist äußerst angespannt, wie im Jahrbuch der Landesmedienanstalten nachzulesen ist. Wünschen Sie sich einen größeren Spielraum, um hier weitreichendere Unterstützung bieten zu können?

Anja Zimmer: Als kommerzielle Veranstalter finanzieren sich die lokalen Fernsehsender in Berlin und Brandenburg in erster Linie aus Werbung und Auftragsproduktionen. Damit gelingt es jedoch nur wenigen Veranstaltern, Gewinne zu erwirtschaften. Dass die Anzahl der Veranstalter in Berlin und im Land Brandenburg in der Vergangenheit trotzdem weitgehend stabil geblieben ist, ist auch auf die Fördermaßnahmen der mabb zurückzuführen.

Die Landesmedienanstalten untersuchen regelmäßig die „Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland“. Für 2016/2017 liegen der mabb erste Zahlen vor, die zeigen, dass die Veranstalter in Berlin und Brandenburg auch 2015 und 2016 nicht kostendeckend arbeiten konnten. Die Umsätze blieben in den Jahren 2015 und 2016 nahezu unverändert und auch für 2017 rechnen die Anbieter nicht mit einem Ertragsplus. Als Folge mussten die Anbieter weiter versuchen, ihre Kosten zu senken. Das haben sie auch 2016 im Vergleich zum Vorjahr getan, so dass sich der Kostendeckungsgrad leicht verbessert hat.

MediaLABcom: Reichen die Fördermaßnahmen aus?

Anja Zimmer: Die Fördermaßnahmen der mabb sind aus Sicht der Sender sehr wichtig. Insbesondere Investitionen in die Digitalisierung der Programmverbreitung und Fortbildungen beziehungsweise Ausbildungsmaßnahmen sind nach Senderaussagen aus eigenen Mitteln nicht zu bezahlen.

Wie lange der Status quo bei den Lokal-TV-Sendern erhalten werden kann, ist unklar. In diesem Jahr gab es zwei weitere Insolvenzen – nach einem Aus von drei Programmen im Jahr 2014. Die mabb ist davon überzeugt, dass weitere Unterstützungsmaßnahmen für die Lokal-TV-Sender notwendig sind. Allerdings beschäftigt sich die mabb dabei mit der weitgreifenden Frage, wie qualitativ hochwertige journalistische Inhalte im Lokalen an sich – also losgelöst vom Medium - in Zukunft refinanziert werden können.

MediaLABcom: Sie haben ein Berlin-Brandenburgisches Fördermodell aufgesetzt. Was gab den Anlass dazu?

Anja Zimmer: Die mabb und ihr Medienrat begreifen die Sicherung der lokalen Medienvielfalt als eine große Herausforderung, gerade im Land Brandenburg mit seiner zum Teil relativ dünnen Besiedlung. Die Reichweiten der Tageszeitungen gehen zurück. Die Finanzierung aus dem lokalen Werbemarkt ist generell schwierig. Das bekommen natürlich auch die Lokal-TV-Sender zu spüren. Kurzum: Die

Medienvielfalt ist gefährdet, es gibt bereits jetzt Lücken, nicht überall gibt es wirklich lokal berichtende journalistische Medienangebote mit eigenen Redaktionen. Dieser Entwicklung wollen mabb und Medienrat etwas entgegensetzen, weshalb seit Anfang 2017 an einem Förderkonzept gearbeitet wird.

Schnell wurde klar, dass aufgrund der unterschiedlichen strukturellen Voraussetzungen und gesetzlichen Grundlagen Modelle wie beispielsweise aus der Schweiz oder aus Bayern nicht einfach adaptiert werden können – es braucht ein spezifisches „Berlin-Brandenburger Modell“. Erarbeitet wurde schließlich ein plattformunabhängiges crossmediales Fördermodell für professionelle lokale. Über die Förderung sollen Anreize für qualitativ hochwertige Medieninhalte in Berlin und vor allem in Brandenburg geschaffen und Impulse für Innovationen im Lokaljournalismus gegeben werden. Vor allem aber sollen möglichst viele Bürgerinnen und Bürger mit lokaljournalistischen Inhalten erreicht werden, „weiße Flecken“ sollen verschwinden beziehungsweise gar nicht erst entstehen.

MediaLABcom: Und was verbirgt sich konkret hinter dem Modell?

Anja Zimmer: Runtergebrochen verfolgt das Modell zwei Ansätze: Einerseits sollen die bestehenden mabb-Fördermaßnahmen weiterentwickelt und zunehmend an technische und journalistische Qualitätsstandards gekoppelt werden. Andererseits wird eine gesetzliche Grundlage für die Förderung professioneller lokaljournalistischer Inhalte benötigt und zwar medienübergreifend für Rundfunk und Telemedien. Eine Ausgestaltung und Umsetzung des Fördermodells durch die mabb ist sinnvoll, weil wir bereits heute staatsfern und unabhängig die lokalen Hörfunk- und TV-Anbieter im Rahmen unserer gesetzlichen Möglichkeiten unterstützen. Dazu müssten Rundfunk- und Medienstaatsvertrag entsprechend angepasst werden. Eine Zuständigkeitserweiterung setzt allerdings weitere finanzielle Mittel voraus, aus dem derzeitigen Haushalt der mabb wäre das nicht zu stemmen. Es ist also noch ein bisschen zu tun.

MediaLABcom: Stichwort journalistische Qualitätsstandards: Wie stellen Sie sich solche Standards konkret vor? Was muss ein Lokal-TV-Sender leisten, um diese Standards zu erfüllen?

Anja Zimmer: Was und in welchem Umfang wir hier fördern können, hängt von der Entscheidung der Politik ab, also davon, ob unser Kompetenzbereich erweitert wird. Auch bräuhete die mabb zusätzliche finanzielle Mittel. Unabhängig davon denken wir aber natürlich jetzt schon über verschiedene Ansätze nach. So könnte man eine Förderung an Produktionsbedingungen und technische Standards knüpfen oder aber auch an journalistische Qualitätskriterien.

Einen interessanten Vorschlag für das lokale Fernsehen hat der der Brandenburgisches Fernsehnetz e.V. (BFN), also der Dachverband der lokalen Fernsehsender in Brandenburg und Berlin, in einer Stellungnahme im Landtag Brandenburg Anfang des Jahres präsentiert: Ein „Qualitätssiegel Lokal-TV“ als Voraussetzung für eine Förderung. Dabei würde es um die Bereiche Personal, Programm und Plattformen gehen. Um beim Personal konkret zu werden: Hier nennt der BFN Qualitätskriterien wie den Anteil der Festanstellungen von Mitarbeitern im Sender, den Anteil an Ausbildungsplätze im Sender oder aber das Angebot von Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeiter. Dies müsste dann über das Fernsehen hinaus erweitert werden. In jedem Fall würde die mabb bei der Entwicklung von Förderkriterien das Gespräch mit den lokalen Anbietern suchen.

MediaLABcom: Gibt es für die Änderungen im Berlin-Brandenburgischen Medienstaats- sowie im Rundfunkstaatsvertrag die notwendige politische Mehrheit?

Anja Zimmer: Es gibt durchaus positive Signale aus der Politik. Zum einen haben sowohl das Abgeordnetenhaus Berlin als auch der Landtag Brandenburg beschlossen, nichtkommerziellen Rundfunk, im Falle Berlins Freie Radios, stärker und auch inhaltlich zu fördern. Eine weitergehende Förderung von Lokal-TV ist vor allem ein Brandenburger Thema, welches nach unserem Kenntnisstand zeitnah im Hauptausschuss des Landtages beraten werden soll.

MediaLABcom: Es wäre zum Beispiel möglich, die Ausnahme im Rundfunkstaatsvertrag, nach der Bayern lokale TV-Sender fördert, auf Berlin und Brandenburg auszuweiten. Welchen Charme hätte das für Sie?

Anja Zimmer: Eine Ausweitung der Ausnahme in § 64 Rundfunkstaatsvertrag auch auf Berlin und Brandenburg würde es der mabb ermöglichen, den der mabb zustehenden Rundfunkbeitrag flexibler für eine Förderung der Lokal-TV-Sender zu nutzen als dies bisher der Fall ist. Bislang ist lediglich eine technische Förderung der Lokal-TV-Sender möglich. Durch Ausweitung der Ausnahme auf Berlin und Brandenburg wäre die mabb in der Lage, Inhalte zu fördern zum Beispiel durch Ausschreibung von Mitteln für ein Regionalmagazin oder ähnliches. Eine derartige Förderung hätte sicherlich auch positive Effekte für die Qualität, zumal wenn man sie an Förderkriterien knüpft.

MediaLABcom: Zusammen mit Ihren Kollegen aus Mecklenburg-Vorpommern fördern Sie den Satellitenkanal „BB-MV-Lokal-TV“. Das Projekt wird Ende August 2018 beendet. Warum wird es nicht fortgeführt, insbesondere vor dem Hintergrund des neuen Fördermodells?

Anja Zimmer: Der Satellitenkanal wird aus einer Rücklage finanziert, die im nächsten Jahr aufgebraucht ist. Eine Weiterfinanzierung aus dem regulären Haushalt der mabb ist nicht möglich. Das Projekt war zudem auch nur für eine Laufzeit von drei Jahren ausgelegt, wir haben es dann 2016 trotzdem noch einmal um zwei Jahre verlängert. Mehr geht leider aus unseren Mitteln nicht. Wir wissen natürlich, dass einige Sender bei Abschaltung einen Rückgang bei Umsätzen und Reichweite befürchten und nehmen diese Bedenken ernst. Parallel führen wir mit den Sendern Gespräche über mögliche Alternativen.

MediaLABcom: BB-MV-Lokal-TV wird auch über den HbbTV-Standard verbreitet. Wäre das eine adäquate Lösung anstelle des Satelliten: Lokalfernsehen als Over-the-top-Angebot (OTT)?

Anja Zimmer: Ja, wir sehen das Potenzial von HbbTV und haben ein solches Angebot ja auch in unseren derzeitigen Satellitenkanal eingebunden. Um das zu verbessern, prüfen wir einen Einstieg in das bundesweite Lokal-TV-Portal der Bayerischen Medientechnik (bmt), das gerade grundlegend überarbeitet wurde. Es hat eine moderne Optik, bietet leichtere Orientierung. Die Zuschauer würden auch hier die Lokal-TV-Inhalte über einen Satellitenkanal - in der Regel liegt das Angebot auf Kanal 99, was natürlich gut zu kommunizieren ist - finden und könnten über die Red-Button-Funktion Inhalte der Sender zum Beispiel in Mediatheken abrufen.

Voraussetzung ist natürlich ein ans Internet angeschlossenes Smart-TV-Gerät. Dass das Portal auch für Brandenburg eine realistische Option ist, zeigt der aktuelle Digitalisierungsbericht der Landesmedienanstalten: Mittlerweile besitzt mehr als jeder vierte TV-Haushalt in Brandenburg ein Smart-TV-Gerät und über 45 Prozent der Brandenburgerinnen und Brandenburger ab 14 Jahren haben ihren Fernseher direkt oder über andere Geräte mit dem Internet verbunden. Aber klar ist auch: Das erfordert Anpassungen beim Zuschauer, über die er informiert werden müsste. Und manchmal wird auch ein „Vor-Ort-Service“ erforderlich sein.

MediaLABcom: Insgesamt kommt der Breitbandausbau in Deutschland gerade in ländlichen Regionen nur zögerlich voran. Welche Chancen hat also die OTT-Verbreitung lokaler TV-Inhalte, wenn die Menschen nur mit 2 Mbit/s im Internet surfen können?

Anja Zimmer: Das Problem sehen wir natürlich. Es ist aber auch bekannt, dass das Thema Breitbandausbau gerade hohe Priorität in den Ländern hat. So hat beispielsweise der Landtag Brandenburg die Landesregierung mit Beschluss vom 9. November 2016 aufgefordert, eine „Zukunftsstrategie Digitales Brandenburg“ zu entwickeln. Aber auch wenn die Umsetzung hier sicher noch etwas Zeit in Anspruch nehmen wird: Das Lokal-TV-Portal kann auch jetzt schon mit der von Ihnen genannten geringen Leistung genutzt werden, weshalb wir schon Anfang 2018 damit starten wollen würden.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Plädoyer für eine schwarz-gelbe Minderheitsregierung... oder
Ende der Politikverwaltung zugunsten von Politikgestaltung

Heinz-Peter Labonte

Der Wahlkampf ist vorbei. Seit gut zwei Monaten. Merkel eiert. Özdemir feiert. Lindner geniert sich, die SPD ziert sich und Gauland freut sich. Dabei könnte das eine Sternstunde der Politik, rationaler Politik sein. Zwar reden alle von Verantwortung für das Land, für Europa - wegen der Krisen in der Welt und so. Aber realistischere Weise haben wir frühestens zu Fastnacht oder gar erst an Ostern eine Regierung. Zu befürchten ist, es gibt eine kleine, ehemals „große“ Koalition. Die schwarz-gelben Kohl-Koalitionen waren stabil und gerade mal 2,1 beziehungsweise 0,7 Prozent stärker.

Angst vor den Bürgern

Der Bundespräsident muss aufpassen. Seine „ruhenden“ Genossen reden zu viel von ihm als „unserem“ Präsidenten. Und Merkel verantwortet den Verlust von über 20 Prozent gegenüber dem letzten Wahlergebnis von 2013. Verantwortung? Keine Rede oder Diskussion. Die Wähler sind ja doof. Deswegen widerspricht im CDU-Teil der kleingewählten GroKo niemand dem Diktum „ich wüsste auch nicht, was wir anders machen sollten“. Also lediglich weiter so, statt packen wir es an. Zivilcourage? Zukunftsorientierung auch in Personalfragen? Man könnte ja im „Management by Champignon“ durch Kopf erheben selbigen karriereschädlich verlieren!

Und der ebenfalls kleingewählte SPD-Teil der ehemaligen GroKo? Mehr Versorgungsdenken statt Initiativdenken ist angesagt. Noch mehr staatliche Entmündigung der Bürgergesellschaft, verbunden mit Fesselung der sozialen Marktwirtschaft. Staatskollektivismus statt Eigenverantwortung, als hätte es den real existierenden Sozialismus und die kaputte DDR nie gegeben.

Schockstarre

Die Jamaika-Sondierungen haben es gezeigt: Ersatzhandlungen im Klein-Klein statt großer Linien. Moderieren statt gestalten. CDU-Merkel-Mikado eben – wer sich auf der Gegenseite zuerst bewegt verliert. Politikverwaltung. Ein Experiment, das zeigen wird: Deutschland funktioniert geschäftsführend besser. Denn es werden neue bürokratische, vom Gesetzgeber verursachte Hindernisse unmöglich gemacht, die Verwaltung ist auf sich selbst zurückgeworfen. Es gibt keine Chance, legislativ verursachte Bürokratiehürden und Planstellenvermehrung zu realisieren.

Verantwortung der Parteien

Kompromisse sind in der Politik das Salz der Suppe. Sie werden jedoch faul, wenn einer der Partner zur Selbstverleugnung gezwungen wird. Oder wenn sie nicht klar in einem Koalitionsvertrag definiert und bei Nichteinhaltung sanktioniert sind. Quod erat demonstrandum FDP 2009 bis 2013. Obwohl doch auch heute noch die politischen Schnittmengen zwischen Schwarz und Gelb ordnungspolitisch größer sind als zwischen allen anderen Farbmischungen.

Das sachlich Notwendige personal ermöglichen

Wenn es ein Zeichen politischer Rationalität ist, nicht naturwissenschaftlich-experimenteller Rationalität, sachliche Notwendigkeiten personal zu ermöglichen, dann werden die vielen schwarz-gelben Schnittmengen den personalen Befindlichkeiten aus der 33,9 Prozent-Zeit der CDU von 2009 bis 2013 zulasten der FDP geopfert. Lieber wird die naturwissenschaftliche Methode des Versuchs und Irrtums angewandt und die kleine GroKo gegen den Unwillen der Mitglieder und Bürger widerbelebt.

Übergangsregierung im Belauerungszustand

Die kleingewählte GroKo, so es sie tatsächlich geben sollte, wird sich genauso belauern und politischen Stillstand produzieren, wie eine SPD geduldete schwarze Minderheitsregierung. Alle Beteiligten werden, wie im „Shoot Out eines schlechten Westens“ darauf warten, wann der beste Zeitpunkt für eine vom Bundestag herbeiführbare Neuwahl ist. Dann ist auch der Bundespräsident „aus dem Spiel“.

Schwarz-gelbe Minderheitsregierung

Einem solchen Gewürge ist eine schwarz-gelbe Minderheitskoalition vorzuziehen. Einmal, weil sie durch neue Ideen auf der Basis einer auch die Interessen der Zukunft der Jugend berücksichtigenden, erneuerten FDP politische Impulse der Eigenverantwortung in viele Bereiche der verstaubten Verwaltungs- und Versorgungspolitik des letzten Jahrzehntes bringen würde. Zum zweiten, weil durch den Zwang zum Kompromiss in Fragen der Innen-, Wirtschafts-, Medien-, Infrastruktur- und Sozialpolitik in Verhandlungen mit dem und im Parlament mit seinen Ausschüssen die Legitimationskrise der Parteien und des Parlamentarismus verringert würde.

Zum Dritten, weil durch Aufhebung der Koalitions- und Fraktionszwänge die Stabilität und der Grundkonsens in Sachen Europa-, Außen-, Verteidigungs-, sozialer und marktwirtschaftlicher Politik parteiübergreifend und Parteien trennend deutlich würde. Zum Vierten würden die extremen Mitglieder des Bundestages links wie rechts gezwungen, konstruktiv Stellung zu beziehen. Mindestens aber würde deutlich, dass Verantwortung für das staatliche Ganze und die Gesellschaft als Ganzes entweder nicht oder nur partikularen Interessen dienend vorhanden ist.

Last but not least kann durchaus erwartet werden, dass zumindest auf der rechten Parlamentsseite die vorhandenen Klärungsprozesse beschleunigt und dadurch sogar durch einen abgespalteten konstruktiven Teil der AfD mittelfristig eine Stabilisierung der Minderheitsregierung bewirkt werden könnte.

Fazit

Wenn man in der geschilderten politischen Lage die Medienpolitik an dieser Stelle mal wieder als pars pro toto betrachtet, dann kann man vorerst keine Impulse in der Digitalpolitik erwarten. Hier werden bezüglich Breitbandausbau die laufenden Programme abgearbeitet. Die Länder werden ihre föderalen Ansätze der Medienpolitik wahrnehmen, wobei auch hier weiterhin die Partikularinteressen mitunter die Klugheit besiegen werden, wie zum Beispiel bei der UKW-Abschaltung in Kabelnetzen. Gleichzeitig werden die Sonntagsreden weiter das Subsidiaritätsprinzip preisen ohne praktische Konsequenzen.

Ebenso werden Landflucht und Überforderung der Städte durch Zuwanderung, das publizistische Ausbluten der ländlichen Regionen ebenso wie die Zunahme der Fake News beklagt werden. Gleichzeitig werden die auf Förderung für ihre Mitglieder fixierten Verbandsvertreter im Leerlauf mit hohen Drehzahlen viel öffentlichen Lärm produzieren.

Bleibt vorerst ein positiver Aspekt neben dem hohen, auch journalistischen Unterhaltungswert der Berliner politischen Performancekünstler: Politische Initiativen werden weder die prosperierende Wirtschaft, noch Investitionen noch andere Teile der Gesellschaft durch mangelhaft durchdachte Gesetze mit weiteren, mit neuen Bürokratiedürden vor der Sommerpause 2018 belästigen.

Generationenwechsel – Warum der Rundfunk bei der 5G-Entwicklung ein Wörtchen mitreden sollte

Marc Hankmann

Die fünfte Mobilfunkgeneration soll die Konvergenz der Netze weiter vorantreiben und bislang nicht erreichte mobile Übertragungsraten im Gigabit-Bereich ermöglichen. „Als Netz der Zukunft wird 5G für die Produktion und Distribution von Rundfunk eine tragende Rolle spielen und zudem vollkommen neue Möglichkeiten der Radio- und Fernsehnutzung eröffnen“, umreißt Helwin Lesch, Produktions- und Technikdirektor des Bayerischen Rundfunks (BR), das Potenzial von 5G. Doch hier stoßen mit dem Rund- und Mobilfunk zwei unterschiedliche Welten aufeinander, die erst noch zueinander finden müssen. Die „5G Media Initiative“ soll dabei helfen.

Ein Störenfried unter etlichen Use Cases

5G ermöglicht eine enorme Vielfalt an Use Cases, die alle das Wort „smart“ gemein haben: angefangen von Smart Mobility über Smart Car und Smart Home bis zu Smart Grids. Seltsamerweise spricht aber niemand von Smart Broadcast. Das mag daran liegen, dass der altherwürdige Rundfunk im Mobilfunk alles andere als chic oder innovativ daherkommt. Die bisherigen Versuche einer mobilen Rundfunkverbreitung waren allesamt zum Scheitern verurteilt. Schlimmer noch: Aus Sicht der Mobilfunkanbieter ist der Rundfunk ein Störenfried, der wichtige Frequenzen besetzt, die er nur widerwillig freigibt, was gleichzeitig für die Mobilfunke mit einem erheblichen finanziellen Aderlass verbunden ist – Stichwort Frequenzauktion.

Hinzu kommt, dass der Rundfunk unter den Use Cases einer von vielen ist. Er zählt zwar zu den etablierten 5G-Anwendungsfeldern, den sogenannten Verticals, ist aber auch dort keineswegs der gewohnte Platzhirsch. Wenn von 5G gesprochen wird, ist schnell die Rede von der mobilen Breitbandversorgung, dem Internet of Things oder Industrie 4.0. Erst danach folgt in der Wahrnehmung der Bereich Media & Entertainment, wie Jochen Mezger, Geschäftsfeldleiter Netztechnologien beim Institut für Rundfunktechnik (IRT), auf den Medientagen München 2017 erläuterte.

Initiative für medienoptimierte Technik

Nicht nur deswegen hat sich die 5G Media Initiative gegründet. Fast zwei Drittel des globalen Datenverkehrs besteht aus Video – Tendenz steigend. Diese Daten müssen intelligent und mit Blick auf die Frequenznutzung ressourcenschonend verbreitet werden. „Die Wirtschaftlichkeit der Netze muss gegeben sein“, sagt Mezger. „Die Medienbranche muss sich jetzt engagieren, denn Dritte werden keine medienoptimierte Technik entwickeln.“

Neben dem IRT gehören der Initiative auch die Kathrein Werke an sowie Nokia, Rohde & Schwarz, Telefónica, der BR, der Südwestrundfunk, die Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (FAU), das Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen und das Münchner Startup Cadami.

Neuland Free-to-air

Die Spezifikationen für den 5G-Standard werden derzeit im „3rd Generation Partnership Project“ (3GPP) festgelegt. Zu den Olympischen Winterspielen im kommenden Jahr in Südkorea soll eine Art Vorabversion der fünften Mobilfunkgeneration ausgespielt werden, bevor 5G zu den Olympischen Sommerspielen 2020 in Tokio in voller Marktreife an den Start gehen soll.

Mit dem Release 14 des 3GPP im August 2017 existiert bereits eine Annäherung an einen einheitlichen 5G-Standard, die allerdings mehr ein 4G+ darstellt. Bereits hier konnte der Rundfunk einige Meilensteine setzen, allen voran die Verankerung des Free-to-air-Prinzips (FTA). „Wir mussten Netzausrüstern wie etwa Huawei erst einmal erklären, was FTA überhaupt ist“, skizziert IRT-Experte Mezger die Schwierigkeiten der rundfunktechnischen Eigenheiten. FTA meint dabei nicht nur eine unverschlüsselte Verbreitung, sondern vor allem die Empfangsmöglichkeit ohne SIM-Karte. „Die Geschäftsmodelle werden in der weiteren Spezifikation ein springender Punkt sein“, prognostiziert Mezger.

Noch viele Fragen offen

Auch die Option auf einen eigenständigen Netzbetrieb wurde im Rahmen der 4G+-Entwicklung berücksichtigt. Beides, der eigene Netzbetrieb sowie die FTA-Verbreitung ohne SIM-Karte, sind keine Bestandteile des in UMTS und LTE integrierten Multimedia Broadcast Multicast Service (MBMS), weshalb dieser Standard für den Rundfunk nur wenig attraktiv war.

Aber trotz dieser Erfolge sind noch viele Fragen offen. „Der statische Multiplex ist noch nicht richtig in die 5G-Spezifikationen integriert“, nennt Mezger eine der Aufgaben. Im Rahmen der Entwicklung eines 5G-Standards sind technische Herausforderungen allerdings nur ein Aspekt, den es vom Rundfunk zu bewältigen gilt. Der andere, weitaus kompliziertere, dürfte hingegen die Regulierung sein.

5G und Rundfunkregulierung

Aus dem 5G-Lager werden bereits Rufe nach einer angepassten Rundfunkregulierung laut. Das gilt insbesondere für das Thema FTA-Empfang ohne SIM-Karte. „Die Sicht des Regulierers muss sich weiterentwickeln“, sagte beispielsweise Ulrich Dropmann, Head of Standardization bei Nokia, auf den Medientagen München. „Die anonyme Rundfunknutzung ist ein hohes Gut“, entgegnete ihm jedoch BR-Technikdirektor Lesch. So einfach wollen und können gerade die Öffentlich-Rechtlichen nicht vom FTA-Prinzip Abschied nehmen.

In Zeiten von 5G hält Professor Dr. Ing. Georg Fischer von der FAU Erlangen-Nürnberg die Frequenzallokation, also die Verknüpfung bestimmter Frequenzspektren mit einer festgelegten Nutzungsart, für überholt. „Die Frequenzallokation ist nicht effizient“, sagte der Inhaber des FAU-Lehrstuhls für Technische Elektronik in München.

5G hat darüber hinaus nicht nur die Eigenschaft, verschiedene Netztypologien konvergent zu vereinen - so wird zum Beispiel auch die Terrestrik in 5G eingebunden. Der Standard ermöglicht auch die Nutzung sogenannter Local High Quality Networks, wie sie beispielsweise von drahtlosen Produktionsmitteln (PMSE) verwendet werden können. Der regulatorische Ansatz eines bundesweiten, einheitlichen 5G-Netzes werde diesen technologischen Möglichkeiten nicht gerecht, so die Meinung der Experten.

Zahlung auf Raten

Auch an anderer Stelle erhoffen sich die Beteiligten der 5G Media Initiative eine Abweichung vom bisherigen Vorgehen: bei der Veräußerung von Frequenzspektren. Das 3,6-GHz-Spektrum soll im Herbst 2018 veräußert werden. Aber nicht als Auktion, wenn es nach Robert Schwinghammer, Head of Spectrum Policy & Competition Law bei Telefónica Germany, geht. Außerdem schlägt er vor, dass die Lizenznehmer erst dann zahlen, wenn sie das Spektrum auch tatsächlich nutzen können. Am liebsten wäre ihm dabei auch eine Zahlung in Raten.

Angesichts dieser Herausforderungen wird die 5G Media Initiative alle Hände voll zu tun haben, um ihre Ansprüche im Rahmen der 5G-Spezifikation geltend zu machen. Die Initiative ist bislang die einzige, die sich in dieser Form beim 3GPP für die Belange des Rundfunks einsetzt. Aus Sicht der Rundfunkveranstalter ist zu hoffen, dass die Initiative Erfolg haben wird, was angesichts des international breit aufgestellten 3GPP - hier arbeiten 514 Unternehmen aus 45 Ländern an Standardisierungen - aber kein leichtes Unterfangen sein dürfte. Immerhin genießen die Mitglieder der Initiative internationales Renommee, wenngleich in der Pressemitteilung zum Start der 5G Media Initiative maximal der Deutschland-Chef der beteiligten Unternehmen zitiert wird.

In der vergangenen [MediaLABcom-Ausgabe](#) wurde das Zero-Rating-Angebot (ZRA) StreamOn von Telekom Deutschland (TD) bereits thematisiert. Seit April 2017 wird bei Kunden, die StreamOn zu ihren Mobilfunktarif hinzugebucht haben, der Konsum der zum ZRA gehörenden Streaming-Dienste gegenüber den abgerechneten Internet-Datenmengen außer Acht gelassen. TD hat in den ersten zwei Monaten nach Einführung von StreamOn 200.000 Kunden für das ZRA gewonnen. Folglich ist damit zu rechnen, dass ein Jahr nach dem Angebotsstart, also im April 2018, StreamOn-Optionen von etwa 1 bis 1,5 Millionen Nutzern und damit von weniger als sechs Prozent aller TD-Mobilfunkvertragskunden nachgefragt werden dürften.

Trotz dieser begrenzten Marktrelevanz sprechen sich Verbraucherschützer und Bundespolitiker von Bündnis 90/Die Grünen sowie der SPD zum Teil vehement dafür aus, das ZRA der TD durch die Bundesnetzagentur als Einstieg in ein Zwei-Klassen-Internet verbieten zu lassen. Sie vertreten die Meinung, dass StreamOn Vorgaben der EU-Verordnung 2015/2120 zur Sicherung des gleichberechtigten beziehungsweise diskriminierungsfreien Internettransports sämtlicher Datenpakete ohne Blockierung, Drosselung oder Priorisierung (Netzneutralität) verletzt. Außerdem sei das ZRA nicht mit den Leitlinien vereinbar, welche das Gremium Europäischer Regulierungsstellen für elektronische Kommunikation (GEREK) zur Umsetzung der Netzneutralitätsverordnung im Allgemeinen und zur Zulässigkeit von ZRA im Besonderen (in den Randziffern [Rz.] 40-48, 55 und 62-70) Ende August 2016 veröffentlicht hat. Sind die Verbotsforderungen also berechtigt?

Weniger Freiheit bei der Wahl von Inhalten?

Die Kritiker bemängeln, dass die StreamOn-Option unter Verstoß gegen Art. 3 Abs. 2 und Erwägungsgrund 7 der Verordnung 2015/2120 faktisch die Freiheit von Endkunden bei der Wahl von Inhalten, Diensten oder Anwendungen im Internet materiell wesentlich einschränken würde, weil die Menschen dazu gedrängt würden, ihre Nachfrage auf Angebote der TD-Content-Partner zu konzentrieren.

Diesbezüglich ist festzustellen, dass die Wirkung von ZRA auf das Kundenverhalten bei mobilen Zugriffen auf das Internet beziehungsweise die Attraktivität von ZRA für Konsumenten umso größer ausfällt, je kleiner das Inklusivvolumen des Datentarifs der Mobilfunknutzer ist. Der durchschnittliche Datenvolumenverbrauch von Mobilfunkkunden in Deutschland beziehungsweise des Anbieters TD bewegt sich im Jahr 2017 um 0,9 GB beziehungsweise 1,4 GB pro SIM-Karte und Monat. StreamOn kann jedoch erst ab Tarifen mit einem monatlichen Datenvolumen von mindestens 3 GB hinzugebucht werden.

Folglich ist die pessimistische Erwartung, dass StreamOn bei TD-Mobilfunkkunden zu einer drastischen Verengung der unterwegs genutzten Anwendungen führen würde, als realitätsfremd zurückzuweisen. Das ZRA der TD wirkt im Gegenteil einer Fokussierung der Nachfrage auf wenige Audio- oder Videodienste großer Wettbewerber dadurch entgegen, dass Mobilfunkkunden vor allem bei hoher Nutzungsintensität solcher Angebote mehr Datenvolumen verbleibt, um mobil ohne Geschwindigkeitsverringerung auf andere Internetdienste zuzugreifen.

Ironischerweise steht die Forderung von StreamOn-Gegnern, das ZRA auf TD-Vertragskunden mit niedrigeren Inklusivvolumina für die mobile Datenübertragung auszuweiten, klar im Widerspruch zu den gleichzeitig behaupteten negativen Effekten des derzeitigen Angebotsdesigns auf die Vielfalt der von Mobilfunkkunden im Internet genutzten Inhalte und Anwendungen.

Verschlechterung anderer Mobilfunktarife?

Opponenten von StreamOn verweisen darauf, dass das ZRA Preiserhöhungen oder Reduktionen des inklusiven Datenvolumens bei anderen TD-Mobilfunktarifen nach sich ziehen dürfte. Zur Stützung dieser Befürchtung gibt es bislang nicht ein einziges praktisches Beispiel. Außerdem ist dieser Einwand insoweit als unausgewogen zu klassifizieren, als dass gerade die ZRA-Kritiker zu den Befürwortern der ebenfalls durch die Verordnung 2015/2120 durchgesetzten Abschaffung von Roaming-Aufschlägen im Mobilfunk bei Auslandsreisen innerhalb der EU zählen. Bei dieser Regulierung haben sie die Mobilfunknetzbetreibern staatlich auferlegten Preissenkungen aber nicht abgelehnt, obwohl analog argumentiert werden kann, dass die Untersagung von Roaming-Aufschlägen einen sogenannten „Waterbed Effect“ in Form von Preiserhöhungen bei nationalen Mobilfunkdiensten zur Folge haben könnte.

Unerlaubtes Verkehrsmanagement?

Speziell für das Angebot „StreamOn Music & Video“ wird moniert, dass die Begrenzung der Empfangsgeschwindigkeit von Filmen auf 1,7 MBit/s eine Verkehrsmanagementpraxis darstellen würde, mit der gegen Art. 3 Abs. 3 der Netzneutralitätsverordnung EU 2015/2120 verstoßen würde. Tatsächlich handelt es sich aber bei dieser Gestaltung der Download-Geschwindigkeit von Videos nicht um eine einseitige Maßnahme von TD, der ihre Mobilfunkkunden nicht ausweichen können. Vielmehr geht es um ein Vertragsmerkmal, das TD-Kunden transparent zur Wahl angeboten wird und zu dessen Annahme sie weder formal noch faktisch gezwungen sind.

TD hat sogar noch zusätzliche Flexibilität für Nutzer der Music-&-Video-Option dadurch geschaffen, dass sie spontan die Geschwindigkeitsbegrenzung für Filme für bis zu 24 Stunden ausschalten können, wenn sie im Gegenzug akzeptieren, dass die Übertragung von Filmen in dem Zeitfenster auf das monatliche Datenvolumen angerechnet wird.

Die Kundenentscheidung für oder gegen eine geringere Maximalgeschwindigkeit im Zusammenhang mit dem Empfang von Videos ohne oder mit Anrechnung des dadurch erzeugten Datenverkehrs auf das Inklusivvolumen eines Mobilfunktarifs ähnelt stark dem Votum zu(un)gunsten einer definierten Maximalgeschwindigkeit bei Internetanschlüssen über Festnetze. Da ein differenziertes Angebot von

stationären Internetanschlüssen mit unterschiedlichen Grenzen für die Höchstleistung der Datenübertragung gängige Praxis und kein verbotenes Verkehrsmanagement ist, ist es offensichtlich, dass die Geschwindigkeitsbegrenzung bei der StreamOn-Music-&-Video-Option ebenso nicht als unerlaubtes Verkehrsmanagement beziehungsweise Verletzung der Netzneutralitätsverordnung zu qualifizieren ist.

Unzulässige Überwachung transportierter Inhalte?

Als vierter Einwand wird vorgetragen, dass TD zur Realisierung von StreamOn Audio- und Videodatenströme sehr detailliert überwachen müsse, um Inhalte ihrer Partner von anderen (audiovisuellen) Anwendungen zu unterscheiden, die auf die monatlich zur Verfügung stehende Datenmenge angerechnet werden. Diese sogenannte „Deep Packet Inspection“ sollte zum Schutz der Privatsphäre von Mobilfunkkunden verboten werden.

Auch mit dieser Kritik bewegt man sich auf dünnem Eis. Aus Ziffer 6.2 der Allgemeinen Bedingungen für die Teilnahme von Content-Partnern am ZRA der TD vom April 2017 ergibt sich, dass die Differenzierung von nicht anzurechnenden und anzurechnenden Audio- und Videodatenströmen technisch so vorgenommen werden kann, dass lediglich auf den Vermittlungs- und Transportebenen von Netzwerkprotokollen (also den Schichten 3 und 4 des OSI-Referenzmodells) Steuerungsinformationen ausgewertet werden, ohne dass die transportierte Nutzlast untersucht werden beziehungsweise eine „Deep Packet Inspection“ stattfinden muss. Ein solches Vorgehen zur Unterscheidung von Inhaltkategorien hat das GEREK in Rz. 70 seiner Leitlinien zu Netzneutralitätsregeln ausdrücklich als erlaubt eingestuft.

Verbotene Diskriminierung von Streaming-Diensten?

Gegner von StreamOn betonen, dass TD mit diesem ZRA den Wettbewerb zwischen Anbietern von audiovisuellen Diensten im Internet vor allem zu Lasten kleinerer, innovativer und nicht deutschsprachiger Unternehmen verzerren und so langfristig einer Verringerung der Vielfalt der im Internet verfügbaren audiovisuellen Inhalte Vorschub leisten würde. Die vermuteten Wirkungen werden damit begründet, dass Anbieter audiovisueller Streaming-Dienste (zu) anspruchsvolle Bedingungen zu erfüllen hätten, um als Content-Partner im ZRA von TD registriert zu werden. Außerdem hätten sie erst ein bürokratisches aufwendiges, deutschsprachiges Aufnahmeverfahren bei TD zu durchlaufen, bei dem eine schnelle und diskriminierungsfreie Bearbeitung der Anmeldungen nicht garantiert sei.

Eine Durchsicht der TD-Teilnahmebedingungen für StreamOn-Content-Partner zeigt jedoch, dass sie für Anbieter audiovisueller Streaming-Dienste weder in technischer noch in kommerzieller Hinsicht unverhältnismäßig hohe Hürden aufbauen. Ebenso ist der Hinweis, dass sich Anbieter aus nicht deutschsprachigen Ländern aufgrund von Sprachbarrieren nicht als Content-Partner registrieren lassen könnten, überspannt, weil entsprechende Sprachkompetenzen ohnehin unverzichtbar sind, wenn die audiovisuellen Inhalte eines Anbieters in Deutschland einer größeren Zielgruppe bekannt gemacht werden sollen.

TD erhält von Anbietern audiovisueller Streaming-Dienste keine Entgelte für die Zulassung als Content-Partner in StreamOn-Tarifen. Das Unternehmen ist zudem selbst kein marktmächtiger Verbreiter von eigenen audiovisuellen Inhalten über das allgemeine Internet. Folglich ist überhaupt nicht ersichtlich, warum sich der Netzbetreiber einzelnen Anbietern gegenüber unfair oder ablehnend verhalten sollte. Dementsprechend ist bis heute kein Beispiel eines Streaming-Anbieters bekannt, der sich bei der Bundesnetzagentur oder auf dem Gerichtsweg über eine Diskriminierung durch TD bei der Anmeldung als Content-Partner für StreamOn beschwert hätte. Schließlich sprechen die erhebliche Zahl und unterschiedliche Größe der bis heute registrierten Content-Partner von TD dafür, dass von einer durch StreamOn hervorgerufenen deutlichen Beschränkung der Inhaltevielfalt vor allem zuungunsten kleiner Streaming-Anbieter nicht die Rede sein kann.

Einwände der Bundesnetzagentur

Als Gesamtergebnis ist festzuhalten, dass die StreamOn-Option von TD weder im Hinblick auf die Einhaltung des Prinzips der Netzneutralität noch in datenschutz- oder wettbewerbsrechtlicher Hinsicht Probleme in einem Umfang aufwirft, der eine Untersagung des Angebots durch die Bundesnetzagentur erforderlich machen würde. Es ist deshalb zu begründen, dass die Behörde das StreamOn-Angebot für im Wesentlichen vereinbar mit der VO 2015/2120 hält.

Die Bundesnetzagentur forderte TD nur bei zwei Detailspekten zu Nachbesserungen auf. Erstens kommt sie für die Tarifvariante „StreamOn Music & Video“ zu dem Schluss, dass die unterschiedliche Behandlung von Filmen (Übertragung mit auf maximal 1,7 Mbit/s begrenzter Geschwindigkeit) und anderen Anwendungen (Übertragung ohne Obergrenze) gegen das Gleichbehandlungsgebot bei der Datenübertragung im Internet verstoßen würde.

Für die Praxis hat diese Sicht jedoch kaum Konsequenzen, da auch „bandbreitenhungrigere“ Audio-Streaming-Dienste fast durchweg nicht mehr als 320 Kbit/s nutzen. Somit kann TD die für die in dieser Tarifvariante bei Videos geltende Beschränkung der Datenrate von 1,7 Mbit/s einfach auf Audiostreams und andere Anwendungen ausdehnen, ohne dass dies für Endkunden zu einer Qualitätsverschlechterung führt.

Zweitens monierte die Behörde, dass zwar innerhalb Deutschlands, aber nicht in den übrigen EU-Staaten für StreamOn-Dienste das Datenvolumen unbegrenzt sei und damit das in der EU geltende „Roam-Like-At-Home“-Prinzip verletzt würde. Losgelöst von der Frage der rechtlichen Haltbarkeit dieser Sicht der Bundesnetzagentur vor dem Hintergrund von Art. 6c der VO 2015/2120, der zu begründende Ausnahmen von diesem Prinzip vorsieht, hat TD nach Art. 6b der Verordnung die Möglichkeit, wahrscheinlich negative betriebswirtschaftliche Folgen einer etwaigen EU-weiten Ausdehnung der Nicht-Anrechnung bestimmter

Audio- und Videodienste auf das verbrauchte Datenvolumen deutlich zu begrenzen, indem das Unternehmen das StreamOn-Angebot um Regeln für eine angemessene Nutzung von Audio- und Videodiensten („Fair Use Policy“) bei Auslandsaufenthalten seiner Mobilfunkvertragskunden erweitert.

Tethering erlauben

Trotz allem ist nicht auszuschließen, dass weitere Detailverbesserungen von StreamOn zur Erhöhung der Kunden- und Wettbewerbsfreundlichkeit des ZRA möglich und sinnvoll sind. So steht etwa das von TD ausgesprochene Verbot, audiovisuelle Datenströme vom empfangenden Endgerät auf ein anderes Gerät weiterzuleiten (Tethering), im Widerspruch zu den GEREK-Netzneutralitätsrichtlinien. Seine ökonomische Vorteilhaftigkeit für TD ist dabei höchst zweifelhaft, weil die Weiterleitung audiovisueller Inhalte oft auf Geräte wie Laptops erfolgt, die im Vergleich zu Smartphones einen größeren Bildschirm oder eine bessere Tonwiedergabequalität aufweisen.

Ein großer Teil dieser gegenwärtig im Einsatz befindlichen Geräte kann aber nicht mit einer SIM-Karte ausgestattet werden. Damit geht von der fehlenden Tethering-Unterstützung durch TD kein starker Anreiz für die Kunden aus, von ihrem Netzbetreiber zusätzliche SIM-Karten für neben einem Smartphone eingesetzte Geräten einzukaufen.

Hürde für sehr kleine Anbieter senken

Die Verbraucherfreundlichkeit des ZRA lässt sich weiter dadurch steigern, dass den Kunden, die wegen der StreamOn-Option zu TD oder in einen teureren Tarif gewechselt sind, ausdrücklich ein Sonderkündigungsrecht eingeräumt wird, falls die Telekom ihr ZRA in Deutschland kurzfristig einstellen sollte.

Schließlich würde in den Teilnahmebedingungen für Content-Partner eine Haftungsbegrenzung auf 5.000 Euro (anstelle der zur Zeit geltenden Schranke von 50.000 Euro) es sehr kleinen Unternehmen erleichtern, sich für eine Anmeldung bei TD als Anbieter audiovisueller Dienste im Rahmen von StreamOn zu entscheiden.

Angebotsinnovation nicht abwürgen

Unabhängig davon, ob derartige Detailveränderungen vorgenommen werden oder nicht, sollte die Bundesnetzagentur TD den Spielraum einräumen, die StreamOn-Option im deutschen Mobilfunkmarkt aufrecht zu erhalten – nicht zuletzt auch um auf Basis empirischer Beobachtungen die Reaktionen von Mobilfunkkunden und Verbreitern audiovisueller Streams auf derartige ZRA besser verstehen zu lernen.

Ein solches Vorgehen der Behörde steht auch im Einklang mit der aktuellen Regulierungspraxis in anderen EU-Staaten: Zwar wurden in Ländern wie etwa den Niederlanden, Slowenien oder Schweden zunächst sämtliche ZRA für den (mobilen) Internetzugang grundsätzlich verworfen. Aber inzwischen hat man diese Anfangsphase der Ablehnung hinter sich gebracht. Stattdessen sind die nationalen Regulierer zu differenzierten Einzelfallbeurteilungen von ZRA übergegangen, die bislang fast nie zu Verboten von diskriminierungsfrei und transparent gestalteten ZRA von Mobilfunknetzbetreibern geführt haben, sofern sie keine Zahlungen von Anwendungsanbietern an Betreiber als „Eintrittsgeld“ für die Sonderbehandlung bei der Abrechnung beinhalten.

Diesen Spielraum sollten die Befürworter einer Untersagung von Zero Rating TD und weiteren Mobilfunkunternehmen, die ähnliche ZRA planen, auch in Deutschland einräumen, bevor (wie so oft) vorschnell ein staatliches Komplettverbot gefordert wird.

Univ.-Prof. Dr. Torsten J. Gerpott ist seit 1994 Inhaber des Lehrstuhls für Unternehmens- und Technologieplanung mit dem Schwerpunkt Telekommunikationswirtschaft an der Mercator School of Management der Universität Duisburg-Essen. Zuvor erwarb er als Mitglied der Geschäftsleitung einer US-amerikanischen Unternehmensberatung internationale Management-Expertise primär für die Telekommunikationsindustrie. Seit 1998 ist Prof. Gerpott Mitglied des Wissenschaftlichen Arbeitskreises Regulierung der Bundesnetzagentur. Er ist Autor von rund 460 Fachveröffentlichungen, spricht regelmäßig auf Konferenzen zu betriebswirtschaftlichen oder regulierungsökonomischen Strategiethemata und steht seit mehr als 20 Jahren Unternehmen der Telekommunikations- und Medienwirtschaft beratend zur Seite.

Kleine Cookies, großer Ärger! Die E-Privacy-Verordnung bringt die europäische Medienwirtschaft auf die Barrikaden

Marc Hankmann

Sie sind nur wenige Kilobyte groß und befinden sich auf jedem Rechner, unbemerkt in Unterverzeichnissen von Unterverzeichnissen: Cookies, Textdateien, die Informationen über besuchte Webseiten, angeklickte Dateien, Browser-Einstellungen oder sonstige Daten enthalten, die wir beim Surfen im Internet hinterlassen. Diese kleinen Dateien sorgen für großen Ärger. Es geht um die E-Privacy-Verordnung, welche nach Meinung der Medien- und Werbewirtschaft die Existenz derselben bedroht. Von einem Kahlschlag ist die Rede. Dabei soll doch nur der Bürger geschützt werden.

Einen Kahlschlag nennt der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) das Vorhaben der EU. „Die aktuellen Entwürfe der E-Privacy-Verordnung von EU-Kommission beziehungsweise Europäischem Parlament sind die bislang größten Motorsägen an den Wurzeln der europäischen Medien- und Werbewirtschaft“, lässt der ZAW verlauten. Werbefinanzierte TV- und Radiosender sowie die Presse sind alarmiert.

Noch mehr Schraubenzieher

Im Online-Bereich ist der Einsatz von Cookies gang und gäbe. Zum einen um die Reichweite ausgespielter Werbebanner zu erfassen und zu monetarisieren; zum anderen um personalisierte Werbung anzubieten. Das stellt sich bislang wie folgt dar: Sie suchen etwa bei Google oder Amazon ein Schraubenzieher-Set und erhalten anschließend auf ganz unterschiedlichen Webseiten Werbeeinblendungen für entsprechende Produkte. Wenn Sie sich aber schon ein Schraubenzieher-Set gekauft haben, ist das vor allem eines: nervig.

Etwas sinniger als lauter Schraubenzieher-Werbung sind die Empfehlungen, die Amazon für den Kauf weiterer Produkte angibt, die zum Schraubenzieher passen: Kneifzange, Wasserwaage, Bohrer etc. Darüber hinaus „merkt“ sich Amazon, was Sie sich im Online-Shop alles anschauen und empfiehlt Ihnen bei Ihrem nächsten Besuch zum Beispiel Produkte, die sich andere Kunden angesehen haben, die ebenfalls ein Schraubenzieher-Set bei Amazon gekauft haben.

Diese Personalisierung der Werbung hält auch auf dem Fernsehbildschirm Einzug, denn auch der Smart-TV arbeitet mit Cookies, um personalisierte Werbebotschaften zu verkünden. Technische Standards wie HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV) werden dazu genutzt, diese Werbebotschaften in die Haushalte zu bringen. Was bei Amazon schon Alltag ist, wollen auch die TV-Sender, Kabelnetzbetreiber und Smart-TV-Hersteller. Dabei geht es ihnen nicht nur um adressierbare Werbung, sondern auch um Programmempfehlungen, zum Beispiel im Rahmen des elektronischen Programmführers (EPG) oder einer Suchmaschine auf ihrer Plattform.

Die Login-Giganten

Allerdings macht ihnen die E-Privacy-Verordnung einen Strich durch die Rechnung, denn sie sieht vor, dass für die Verwendung von Cookies zuvor die Einwilligung des Nutzers eingeholt werden muss. Aus Sicht der Werbewirtschaft kommt erschwerend das sogenannte Kopplungsverbot hinzu. Demnach ist es nicht erlaubt, den Zugang zu einem Online-Dienst, wie etwa einer News-Webseite, an die Zustimmung zur Cookie-Verwendung zu binden. Lehnt der Nutzer also Cookies ab, kann er sich die News-Seite trotzdem ansehen – dann eben ohne personalisierte Werbung.

Die betroffenen Branchen gehen auf die Barrikaden. „In der jetzigen Form könnte die E-Privacy-VO das Aus für personalisierte Online-Werbung bedeuten“, sagte Harald Flemming, Geschäftsführer des Verbands Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT), auf den diesjährigen Medientagen München. Er findet seinen Verbündeten in Joachim Schütz, dem Geschäftsführer der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM). „Uns wird die Grundlage zur Monetarisierung weggenommen“, sagt Schütz und befürchtet, dass nicht nur „Login-Giganten“ gestärkt, sondern auch die Angebotsvielfalt reduziert werde. Mit Login-Giganten sind US-Digitalkonzerne wie eben Amazon oder auch Facebook gemeint, die vom Nutzer gleich bei der Konto-Anmeldung über ihre AGB die Einwilligung zur Verwendung von Cookies einholen.

Vorteil für Facebook und Google

Insbesondere wegen dieser Bevorteilung steht die Verordnung in der Kritik. „Da ist in aller Politiker Munde, dass die amerikanischen Internetgiganten gezähmt werden müssen, und dann wird gleichzeitig ein solches Regelwerk vorgelegt, das sich Silicon Valley nicht besser hätte ausdenken können“, polterte Andreas Wiele, Vorstand Vermarktungs- und Rubrikenangebote der Axel Springer SE, auf dem Publishers' Summit 2017 des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger.

Auf Facebook und Google entfielen nach Angaben der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle IRIS im vergangenen Jahr 85 Prozent des Wachstums im digitalen Werbemarkt. Amazon schickt sich mit seinen audiovisuellen Angeboten wie der Game-Streaming-Plattform Twitch oder Amazon Prime Video an, dieses „Duopol in ein Triumvirat zu verwandeln“, schreibt IRIS im Bericht „Kommerzielle Kommunikation in der Revision der AVMD-Richtlinie“. Ganz zu schweigen von chinesischen Technologiefirmen, von denen erwartet wird, dass sie sich in den nächsten Jahren weltweit ausbreiten. Die europäische Medien- und Werbewirtschaft fragt sich, wo sie angesichts der „eigenen“ Gesetzgebung in Zukunft noch Platz zwischen diesen Giganten findet.

Doch was verlangt die Medienwirtschaft eigentlich? Sie hätte längst wie Facebook und Amazon Daten sammeln und monetarisieren können. Sie hätte AGBs zur Nutzung ihrer Online-Angebote aufsetzen können, die sich ohnehin kein Verbraucher durchliest und die ihr das Datensammeln erlaubt hätten. Doch jetzt bejammert sie das eigene Versagen im Wettlauf mit den Amerikanern. Zugegeben, die Aussichten, diesen Lauf zu gewinnen, tendieren angesichts der E-Privacy-Verordnung gegen Null. Doch die EU ist keine Vereinigung, die dazu da ist, wirtschaftliche Fehlentscheidungen auszubügeln – schon gar nicht auf dem Rücken des Verbraucherschutzes.

Aus Sicht des Konsumenten

Der Verbraucher hat ohnehin für diese Diskussion nur ein Achselzucken übrig. Wenn er über seinen Smart-TV oder auf einer Internetseite Werbung für Katzenfutter sieht, obwohl er gerade online ein Hundehalsband bestellt hat, wird es ihn kaum kümmern. Schon gar nicht auf dem Fernseher, denn hier läuft seit Jahrzehnten Werbung, die ihn nicht interessiert. Und das ist des Pudels Kern: Werbung, selbst personalisierte Werbung, stört den Medienkonsum.

Also wird das Schreckensszenario einer Reduzierung der Angebotsvielfalt an die Wand gemalt. Für den Verbraucher ist das jedoch angesichts der Fülle an Medien sehr diffus. Was wäre schon dabei, wenn ProSieben, Sat.1 und kabel eins ihre Programme zusammenlegen müssten, weil für drei separate Sender nicht genug vom Werbekuchen abfällt. Vielleicht erhielte der Zuschauer sogar ein besseres, ein Best-of-Programm.

Kein besonderes Kulturgut

Ein solches Denken könnte den Tod der europäischen Werbewirtschaft bedeuten. Spätestens jetzt kommt das K.o.-Argument Arbeitsplätze ins Spiel. Aber getreu dem Motto „Ihr Geld ist nicht weg, es ist nur woanders“ ist auch der Arbeitsplatz nicht weg. Er ist nur zusammen mit den Werbegeldern zu den EU-Niederlassungen von Google, Facebook oder Amazon gewandert. Sollte man also die Vormachtstellung der Amerikaner in der digitalen (Werbe-)Welt auf Kosten des Verbraucherschutzes angreifen? Werbung ist kein Kulturgut, das eines besonderen Schutzes bedarf.

Doch laut Axel-Springer-Vorstand Viele ist auch der Verbraucher der große Verlierer, weil ohne Cookies, ohne die „nützlichen und unsichtbaren Heinzelmännchen des Internets“, keine personalisierten Angebote mehr möglich seien, welche die Bedürfnisse des Nutzers „viel besser befriedigen als ‚one-size-fits-all‘“. Wenn diese personalisierten Angebote jedoch so viel besser sind, warum dann die Angst vor der Einwilligung des Nutzers? Oder meint Viele mit personalisierten Angeboten vielleicht nur personalisierte Werbung?

Das hohe Gut des Datenschutzes

Wiele und Lobbyisten wie VPRT-Chef Flemming oder OVM-Boss Schütz sitzen auf heißen Kohlen, denn zunächst erfuhren sie aus der Politik nur wenig Unterstützung. „Es gab sehr gute Gespräche mit dem Bundeswirtschaftsministerium, aber die Bundesregierung hat vor der Wahl nicht reagiert“, sagte VPRT-Chef Flemming auf den Medientagen München. Seine Hoffnung, dass die neue Regierung aus diesem „Dornröschenschlaf“ aufwache, dürfte sich angesichts des derzeitigen Stillstands erst einmal erledigt haben. „Kein deutscher Politiker stellt sich dieser Verordnung bislang ernsthaft in den Weg“, moniert Viele.

Derzeit nehmen die EU-Mitgliedsstaaten im Rahmen des Trilogs Stellung zur E-Privacy-Verordnung. Insider gehen davon aus, dass erst im Frühjahr 2018 eine Entscheidung fallen wird. Inzwischen mehren sich die Anzeichen, dass Berlin dem Verordnungstext nicht ohne weiteres zustimmt. Konkrete Aussagen zur Cookie-Regelung wagt aber niemand. Der Datenschutz der Verbraucher ist in Deutschland ein hohes Gut.

Cybersicherheit: TKG-Änderungen räumen mehr Rechte ein – aber auch mehr Pflichten

RA Ramón Glaß

Mit Wirkung zum 30. Juni 2017 wurden in das Telekommunikationsgesetz (TKG) neue Rechte und Pflichten für Anbieter von öffentlich zugänglichen Telekommunikationsdiensten eingeführt. Diese Änderungen dienen der Umsetzung der EU-Richtlinie 2016/1148 über „Maßnahmen zur Gewährleistung einer hohen gemeinsamen Netz- und Informationssicherheit in der Union“ (kurz: NIS-RL) vom 19. Juli 2016. Diese Richtlinie ist ein zentraler Bestandteil der Cyber-Sicherheitsstrategie der EU und wirkt sich auf die Datenerhebung und -verwendung in sowie die Informationspflichten von Unternehmen gegenüber Behörden aus.

Schutz vor Cyberangriffen

Die Änderungen des TKG dienen der Stärkung der IT- und Informationssicherheit. Sie räumen dem Anbieter von öffentlich zugänglichen Telekommunikationsdiensten weitere Möglichkeiten ein, um auf Störungen zu reagieren und damit die IT-Sicherheit seiner Systeme zu verbessern. Der Gesetzgeber hatte bei Erlass der Vorschrift die in der letzten Zeit massiv zunehmenden Cyberangriffe durch Bot-Netze vor Augen. Hierbei handelt es sich um ein automatisiertes Schadprogramm, welches auf einer Vielzahl von vernetzten Geräten installiert wurde und deren Ressourcen und Daten ohne Einverständnis des Eigentümers für rechtswidrige Zwecke benutzt.

Dabei werden für Cyberangriffe nicht nur PCs, Notebooks, Smartphones oder Tablets genutzt, sondern zu großen Teilen mit dem Internet verbundene sonstige Geräte wie Netzwerkkameras, Drucker, Set-Top-Boxen oder Haushaltsgeräte. Durch die weitere Verbreitung von Smart Homes im Speziellen und Internet of Things im Allgemeinen, finden diese mit dem Internet verbundenen Geräte eine immer größere Verbreitung – und die Einfallstore für Cyberangriffe nehmen entsprechend zu.

Die meisten dieser Geräte sind im Auslieferungszustand unzureichend gegen Cyberangriffe geschützt und können somit von Angreifern leicht übernommen und für Straftaten missbraucht werden. Teilweise ist den Verbrauchern nicht bewusst, dass diese Geräte zumindest regelmäßig auf Firmware-Updates geprüft werden müssen, damit eventuelle Sicherheitslücken effektiv geschlossen werden. In vielen Fällen ist es dem Verbraucher aber auch gar nicht möglich eine Sicherheitslücke zu schließen, da vom Hersteller keine Updates angeboten werden, weil beispielsweise der Lebens- beziehungsweise Unterstützungszyklus bei einigen Produkten sehr kurz ist.

Speicherung von Steuerdaten nun erlaubt

Um die Gefahren von solchen nutzeigenen Endgeräten zu minimieren, räumt das TKG in § 100 dem Anbieter von öffentlich zugänglichen Telekommunikationsdiensten nunmehr die Möglichkeit ein, die Steuerdaten des informationstechnischen Protokolls zur Datenübertragung zu erheben und für Zwecke der IT-Sicherheit zu verwenden. Somit darf der Anbieter neben den Verkehrsdaten nun auch weitere Daten (zum Beispiel den IP-Header) untersuchen, um die Störung zu beseitigen. Ferner wird in der Vorschrift klargestellt, dass der Anbieter keine Daten über Kommunikationsinhalte erheben darf.

Dabei ist die Datenerhebung und -verwendung zur Beseitigung der Störung auf ein Minimum zu beschränken und die Daten sind zu löschen, wenn die Störung beseitigt wurde. Grundsätzlich hat die Datenerhebung und -verwendung automatisiert zu erfolgen. Sollte eine automatisierte Erhebung und Verwendung der Daten nicht möglich sein, dann muss der betriebliche Datenschutzbeauftragte

unverzüglich und detailliert über die Einzelheiten der Maßnahme informiert werden.

Sollten die Daten nicht automatisch erhoben und verwendet worden sein, schreibt das Gesetz eine schriftliche Berichtspflicht vor. Neben dem betrieblichen Datenschutzbeauftragten muss die Bundesnetzagentur (BNetzA) und auch der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit am Ende eines Quartals ausführlich informiert werden.

Meldepflichten gegenüber BNetzA und BSI

Weiterhin wurde die Meldepflicht von Anbietern von öffentlich zugänglichen Telekommunikationsdiensten erweitert (§ 109 Abs. 5 TKG). Neben der BNetzA muss nun auch das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) unverzüglich informiert werden, wenn es zu Beeinträchtigungen von Telekommunikationsnetzen und -diensten kommt, die zu beträchtlichen Sicherheitsverletzungen führen oder führen könnten. Für die Übermittlung dieser Meldungen hat die Bundesnetzagentur zum 10. November 2017 das Umsetzungskonzept 4.0 veröffentlicht (Amtsblatt Nr. 11 vom 22. November 2017) und ein neues Mitteilungsformular erstellt.

Datenumleitung erlaubt

Der geänderte § 109a TKG sieht nunmehr vor, dass Anbietern von öffentlich zugänglichen Telekommunikationsdiensten auch berechtigt sind, den Datenverkehr einzuschränken, umzuleiten oder zu unterbinden. Die Datenumleitung dient insbesondere dem Schutz der Telekommunikations- und Datenverarbeitungssysteme des Nutzers. Hierzu wird Diensteanbietern erlaubt, Teile des Datenverkehrs von und zu einem Nutzer von denen eine Störung ausgeht, zum Zwecke der Information (zum Beispiel durch eine Warnseite) der Nutzer umzuleiten (DNS-Sinkhole). Der Diensteanbieter kann dadurch den Nutzer, dessen Systeme von einer Schadsoftware befallen sind, identifizieren und ihn in die Lage versetzen, die Störung zu beseitigen.

Eine Einschränkung oder Umleitung des Datenverkehrs ist aber nur dann zulässig, wenn der Diensteanbieter den Nutzer zuvor von der bestehenden Störung informiert hat und die Störung nicht unverzüglich beseitigt wurde. Der Diensteanbieter muss insoweit die Verhältnismäßigkeit bei der Auswahl seiner Maßnahmen wahren.

Ramón Glaßl 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.

wilhelm.tel startet Analogabschaltung

Dr. Jörn Krieger

Die norddeutsche Kabelgesellschaft wilhelm.tel stellt die Verbreitung analoger Fernsehprogramme in ihrem Kabelnetz ein. Den Anfang macht Norderstedt, wo die Umstellung auf eine rein digitale TV-Versorgung in der Zeit vom 15. Januar bis 25. März 2018 schrittweise stattfindet. Damit sich die Kabelkunden individuell darauf einstellen können, verschickt wilhelm.tel zwei Woche vor dem genauen Umstellungstermin ein Schreiben an die betroffenen Haushalte.

Mit der Analogabschaltung will die Tochter der Stadtwerke Norderstedt die Schieflage beenden, dass analoge und digitale Sender ziemlich genau den gleichen Anteil der verfügbaren Kapazitäten im Kabelnetz belegen, aber die analogen Sender nur neun Prozent der insgesamt ausgestrahlten Sender ausmachen. Analoges Kabelfernsehen sei also "alles andere als effizient", heißt es in einer Mitteilung. Daher müssten die Sender ihren Platz frei machen für digitale Angebote. "Rund 300 neue Sender - egal, ob SD, HD oder Ultra HD - kann das Netz so aufnehmen. Möglichst viele dieser Sender sollen freie Programminhalte beinhalten. Denn die Bereitschaft, für Programmfernsehen in HD- statt SD-Qualität Geld auszugeben, scheint gering", sagte Theo Weirich, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb bei wilhelm.tel.

Die [Analogabschaltung](#) betrifft das gesamte Kabelnetz von wilhelm.tel, wie ein Sprecher gegenüber MediaLABcom erläuterte. Die weiteren Versorgungsgebiete, die nach Norderstedt folgen, sollen unter Berücksichtigung der dortigen Erfahrungen später umgestellt werden. Die analogen Radioprogramme sind nicht betroffen. wilhelm.tel versorgt über sein Glasfasernetz Norderstedt und das schleswig-holsteinische Umland mit TV, Internet und Telefonie.

Vodafone bringt Kabelradio-Receiver zur Analogabschaltung

Dr. Jörn Krieger

Vodafone will seinen Kabelkunden rechtzeitig vor der Analogabschaltung in der ersten Pilotregion Landshut und Dingolfing am 9. Januar 2018 einen für Radioempfang optimierten DVB-C-Digitalreceiver anbieten. Das Gerät werde voraussichtlich unter 40 Euro kosten, sagte ein Vodafone-Sprecher gegenüber MediaLABcom. Hersteller des Kabelradio-Receivers ist Vistron.

Während die Vodafone-Kunden bislang rund 35 analoge Radioprogramme empfangen konnten, sollen es nach dem Digitalumstieg doppelt so viele sein. "Unser Ziel ist es, in der Pilotregion Landshut und Dingolfing alle hier bisher analog verfügbaren Radiosender - darunter auch die lokalen Radioprogramme - digital anzubieten", betonte der Sprecher. Unter 3 Prozent der Kabelkunden nutzen nach Vodafone-Angaben das analoge Kabelradio als wichtigsten Radioempfangsweg.

Deutschlands größter Kabelnetzbetreiber hatte im September 2017 [angekündigt](#), dass in Landshut und

Dingolfing als erster Pilotregion die Analogabschaltung stattfindet und auch das Radio betroffen sein wird. Der zweitgrößte Marktteilnehmer Unitymedia hat das analoge Fernsehen in seinem Kabelnetz bereits im Juli 2017 abgeschaltet, behält aber [analoges Kabelradio](#) bei. Auch der norddeutsche Kabelnetzbetreiber wilhelm.tel, der Anfang 2018 in Norderstedt mit der [Analogabschaltung beginnt](#), will weiterhin analoges Kabelradio anbieten.

EU-Ohrfeige für Brandenburgs Landesregierung ... oder späte Einsicht der Europäischen Kommission?

Heinz-Peter Labonte

Wie ein Lauffeuer verbreitete sich Anfang Oktober 2017 die Nachricht, dass das Projekt „Glasfaserstadt Lauchhammer“ bei den European Broadband Awards 2017 ins Finale gekommen war. Dies geschah nicht, weil das mit knapp 100 Milliarden Euro EU-Mitteln geförderte Programm „Glasfaser 2020“ der Landesregierung dort so erfolgreich gewesen wäre. Vielmehr kommt diese Anerkennung für die Stadt Lauchhammer und deren privaten, mittelständischen Kabelnetzbetreiber einer schallenden Ohrfeige für die Landesregierung daher. Man könnte auch sagen, als eine Art EU-Wiedergutmachung an den Beschwerdeführer gegen die überwiegende Ver(sch)wendung der EU-Fördermittel für die Vectoring-Erschließung des Landes mittels der Bundesbeteiligungsfirma Deutsche Telekom durch die Landesregierung in Brandenburg.

Mittelständische Glasfaser

Die Anerkennung der EU für die „Glasfaserstadt Lauchhammer“ wurde möglich durch die umfassend optimierten Aktivitäten des regionalen Kabelnetzbetreibers LKG Lausitzer Kabelbetriebsgesellschaft mbH in Zusammenarbeit mit der Stadt Lauchhammer. So wurde bei jeglichen Bauaktivitäten der Stadt oder von Dritten, wie der MitNetz oder dem Wasserverband Lausitz (WAL), geprüft, ob eine Mitverlegung eines Glasfasernetzes möglich ist.

Da alle Anträge der Zustimmung seitens der Stadt bedurften, wurden dort alle Akteure zu regelmäßigen Abstimmungsgesprächen an einen Tisch geholt und die Aktivitäten kostensparend für alle Seiten koordiniert. Die Erschließung pro Haushalt mit FTTH lag unter 1.200 Euro.

Gigabit-Stadt und Gigabit-Dörfer

So sind mittlerweile nicht nur Glasfasertrassen quer durch das Stadtgebiet verlegt worden, um bereits heute bis zu 200 Mbit/s anbieten zu können, sondern in der Stadt Lauchhammer und in den dörflichen Ortsteilen Grünwalde, Kleinleipisch und Kostebrau wurden beziehungsweise werden die Glasfasern durch die LKG gleich bis ins Haus verlegt.

Aber nicht nur Haushalte profitieren von dem konsequenten Ausbau des Glasfasernetzes durch die LKG. In allen Industrie- und Gewerbegebieten der Stadt werden mittlerweile Internetanschlüsse mit bis zu 10 Gbit/s angeboten. Damit hat sich Lauchhammer an die Spitze der Niederlausitz in der IT-Infrastruktur katapultiert - eine wichtige Voraussetzung für die Gewerbeansiedlung an der Nord-Süd-Infrastrukturachse Berlin-Dresden-Prag-Wien sowie der Ost-West-Achse Warschau-Dresden-Frankfurt-Benelux.

„Bedarf wird rasant steigen“

„Wir sind stolz, dass unsere Aktivitäten, die wirklich nicht immer leicht waren, sogar in Brüssel wahrgenommen werden“, erklärt Lauchhammers Bürgermeister Roland Pohlenz. „Der Bandbreitenbedarf wird in den nächsten Jahren rasant steigen, wer heute nicht die passenden Rahmenbedingungen für neue Ansiedlungen und junge Unternehmen im Auge hat, ignoriert den Wandel zu einer digitalen Gesellschaft. Leider gehen die aktuellen Fördermittel zum Breitbandausbau nicht in den direkten Glasfaserausbau. Das passt nicht zur Diskussion der Gigabit-Gesellschaft. Aus diesem Grund haben wir beschlossen, selbst zu handeln“

„Föderale Langsamkeit“

„Nachdem unsere Wettbewerbsbeschwerde bei der EU gegen die Förderung von ‚Glasfaser 2020‘ bei der EU durch die föderale Langsamkeit zwischen EU-Bundesregierung und Landesregierung durch Zeitablauf ‚erledigt‘ wurde, empfanden wir den Anruf als späte Genugtuung, dass wir als Finalist nach Brüssel eingeladen und dort dann auch am 20. November 2017 für unsere Leistung urkundlich geehrt wurden“, freut sich LKG-Geschäftsführer Bernd Nitzschner. „Bisher hatten wir nämlich den Eindruck, dass Deutschland und insbesondere Brandenburg nur auf das alte Telefonkabel setzen und eher großflächig Zwischenschritte wie Vectoring fördern, statt mit privatwirtschaftlicher Unterstützung gleich auf Glasfaser zu setzen. Der Irrsinn ist gerade in Grünwalde zu erleben, wo durch die EU-Fördermittel offenbar genügend Telekom-Geld übrig ist, um parallel zum LKG Glasfasernetz das alte Kupfernetz aufzurüsten, anstatt gar nicht versorgte Gemeinden mit Glasfaser zu versorgen oder unsere Infrastruktur zu nutzen. Wahrscheinlich wartet man lieber wieder auf Fördergelder und lässt sich dann dafür feiern.“

Subsidiaritätsprinzip verwirklicht

Wie an dieser Stelle bereits häufig gefordert, scheint sich in Brüssel trotz aller Bürokratiekritik die Einsicht durchzusetzen, dass die EU oder der Staat nicht Dinge finanzieren oder organisieren müssen, die von Kommunen und Wirtschaft beziehungsweise Bürgern besser und effizienter verwirklicht werden können. Also ist der Beweis geführt: Das Subsidiaritätsprinzip funktioniert selbst im staatlich verzerrten Wettbewerb unter erschwerten Bedingungen.

Fazit

Das der katholischen Soziallehre entstammende gesellschaftsethische Subsidiaritätsprinzip stellt nämlich

auf die Entfaltung der individuellen Fähigkeiten, der Selbstbestimmung und Selbstverantwortung ab. Nur dort, wo die Möglichkeiten des Einzelnen beziehungsweise einer kleinen Gruppe (Familie, Unternehmen, Gemeinde) nicht ausreichen, die Aufgaben der Daseinsgestaltung oder –vorsorge zu lösen, sollen staatliche Institutionen subsidiär eingreifen.

Dabei ist der Hilfe zur Selbsthilfe der Vorrang vor einer unmittelbaren Aufgabenübernahme durch den Staat zu geben. Das Subsidiaritätsprinzip ist ein zentrales Element des ordnungspolitischen Konzepts der Sozialen Marktwirtschaft. Brandenburg mit der SPD/LINKE-Koalition und die CDU/SPD-ehemals-Großkoalition haben bei der Beachtung des Subsidiaritätsprinzips offensichtlichen Nachholebedarf.

Neues vom FRK

Erklärung des FRK-Vorsitzenden Heinz-Peter Labonte zur Ehrung der „Glasfaserstadt Lauchhammer“ und der FRK-Mitgliedsfirma LKG anlässlich der European Broadband Awards 2017 in Brüssel

„We really appreciate and do thank the Commission, including the members of the jury, very much for being chosen and awarded as finalist in the European Broadband Award 2018 referring territorial cohesion in rural and remote areas. It is a great honor for us and we are grateful for the appreciation of our work and efforts to proof President Juncker's European Investment Plan's effectiveness in rural areas and for medium sized enterprises.

If we are looking out for a helping hand, we first look to our own ones. And, as entrepreneurs we do not want to wait: To wait until the German state of Brandenburg and the EC would support private initiatives instead of subsidizing our German ex monopolist with about 80 mm. Euros for improving twisted pair to vectoring - instead of really and practically support the principle of subsidiarity to get FTTH.

That is why the city – or should we rather say: the town of Lauchhammer with its adjacent very small and rural villages and we as entrepreneurs respectively investors took the initiative in 2013. We started building a Gigabit network. In addition we should mention, this initiative was also the result of what we call in German „die Draghi'sche“ interest policy.

Also we put the principle of subsidiarity into reality. It means: as long as local self-government or private initiative can solve problems equally or even better - the state-governement shall withdraw and give up/abandon financing governmentally subsidized competition.

Our joint efforts of the Lauchhammer municipality with our Mayor Roland Pohlenz, MitNetz, WAL and LKG's owners, management and employees have shown: the Juncker Plan works – even in rural and remote areas, at least in Germany. So, additionally to the 6,72 percent investment from the municipality including the state we did invest the remaining 93,28 percent by private investors respectively als shareholders of LKG.

The goal was achieved, to get Lauchhammer and its adjoining villages to the peak of Germany's broadband development. This now includes the rural and remote villages of Grünwalde with 1.300, Kleinleipisch with 770 and Kostebrau with 500 inhabitants who are now provided with fibre to the home already in 2018 instead not available 30Mbit/s by governmentally and EC subsidized vectoring infrastructure. Neighboring rural villages are lined up to get the same infrastructure.

This ist the model case for our country which we, FRK – Association for Broadcast and Broadband Communication - developed in 2014 and presented the concept to the state and federal ministries who did not care. So, we thank the EC for its support by choosing this model in the area of Lauchhammer. We promise that we are going to multiple this model in many more German municipalities. To achieve this we are in the process of raising private equity up to 500 mm. Euro.

Veranstaltungshinweise

Dr. Jörn Krieger

Ultra-HD-Plugfest in Berlin

Das siebte Ultra-HD-Plugfest der Deutschen TV-Plattform findet vom 5. bis 7. Dezember 2017 in den Räumlichkeiten des 3I/Fraunhofer HHI in Berlin statt. Das Geräte-Lineup umfasst Fernseher, AV-Receiver, Set-Top-Boxen und erstmals auch PCs. Themen sind unter anderem die Interoperabilität hinsichtlich der HDMI-Schnittstellen und des Kopierschutzes HDCP 2.2 und das Umschaltverhalten zwischen High Dynamic Range (HDR) und SDR sowie zwischen unterschiedlichen HDR-Formaten. Kooperationspartner ist die britische Digital Television Group (DTG).

Infos & Anmeldung: www.tv-plattform.de/de/plugfest

Symposium zur Volldigitalisierung im Kabelnetz

Am 17. Januar 2018 findet in Berlin das ANGA-Symposium "Volldigitalisierung" zur Analogabschaltung in den Kabelnetzen statt. In einer Diskussionsrunde sollen die zeitlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen für den Analog-Digital-Umstieg mit Blick auf den Weg in die Gigabit-Gesellschaft thematisiert werden. Die Veranstaltung wird in Kooperation mit der Deutschen TV-Plattform in der Landesvertretung des Saarlands durchgeführt.

Infos & Anmeldung: www.anga.de/symposium-volldigitalisierung

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Medienanstalten wollen Privatsender mit Public Value bevorzugen

Die Gesamtkonferenz der Medienanstalten hat sich für die privilegierte Auffindbarkeit von Public-Value-Inhalten privater Sender ausgesprochen: Angebote mit einem besonderen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung sollten auch bei der Gestaltung von Benutzeroberflächen, die einen ersten Zugriff auf die Programme vermitteln, einen privilegierten Status erhalten, erklärten die Medienwächter nach ihrer jüngsten Konferenz in München. Die aktuellen Regelungen reichten nicht aus, damit Programmangebote mit gesellschaftlichem Mehrwert ihren vielfaltsfördernden Effekt tatsächlich entfalten könnten. Private Anbieter, die einen wichtigen Beitrag zur Programmvierfalt im Gesamtangebot leisteten, müssten in Form der bevorzugten Auffindbarkeit ("Must be found") auf Benutzeroberflächen bessergestellt werden.

In Bezug auf die Frage, welche Programmangebote privilegiert werden sollten, braucht es nach Ansicht der Medienaufseher einen gesetzlichen Regulierungsrahmen. Er sollte beispielsweise Kriterien enthalten, anhand derer Public Value-Angebote qualifiziert werden sollen, sowie die Dauer einer etwaigen Privilegierung festlegen. Die Auswahl der privilegierten Sender würden die Medienanstalten übernehmen. Eine Privilegierung können bei entsprechenden gesellschaftlich relevanten Inhalten Vollprogramme und Spartensender, etwa für Nachrichten, erlangen.

"Vielfaltssicherung umfasst nicht nur die Verhinderung von Diskriminierungen - etwa beim Zugang der Rundfunkveranstalter zu Plattformen und Benutzeroberflächen. Sie bedeutet vielmehr auch, die Meinungs- und Angebotsvielfalt aktiv zu pflegen. Deshalb ist eine privilegierte Auffindbarkeit für gesellschaftlich relevante Angebote privater Sender unerlässlich", sagte Winfried Engel, Vorsitzender der Gremienvorsitzendenkonferenz. Siegfried Schneider, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) erklärte: "Auch in Zukunft müssen im Rahmen einer novellierten Plattformregulierung geltende Vielfaltsaspekte im Sinne der Mediennutzer gewährleistet bleiben. Eine bevorzugte Auffindbarkeit für Public-Value-Angebote privater Sender ist nicht zuletzt deswegen nötig, da sich jüngere Zielgruppen im Fernsehen vor allem dort informieren."

EU-Kommission kritisiert schlechte deutsche Breitband-Infrastruktur

Die EU-Kommission ist unzufrieden mit der digitalen Infrastruktur in Deutschland und fordert die nächste Bundesregierung zum Handeln auf. "Ich muss sagen, dass ich jedes Mal wieder überrascht bin, wenn ich nach Deutschland komme, dass grundlegende Infrastruktur teilweise nicht funktioniert. Es ist manchmal überraschend, dass so ein industrialisiertes und wirtschaftliches Land eine Infrastruktur hat, die nicht immer den höchsten Standards entspricht", sagte der Vizepräsident der EU-Kommission und zuständige Kommissar für Beschäftigung und Wettbewerbsfähigkeit, Jyrki Katainen, dem Nachrichtenmagazin "Focus". Katainen erklärte, dass es selbst in Lappland "mitten im Nirgendwo" eine volle Abdeckung mit dem Netzstandard 4G gebe. "Es war wirklich amüsant, ich konnte im Internet surfen und große Datenmengen herunterladen. Leider ist das in den meisten Mitgliedstaaten nicht der Fall - inklusive Deutschland", kritisierte Katainen.

Freenet TV steuert auf 1 Million Kunden zu

Freenet TV, die Privatsender-Plattform des DVB-T2-Sendernetzes, hat ihr [Jahresziel 2017](#) von 800.000 zahlenden Kunden bereits im dritten Quartal erreicht. Die Muttergesellschaft Freenet erhöht das Jahresziel daher auf 950.000 Kunden. Ende September 2017 hatte Freenet TV bereits 875.000 zahlende Kunden, wie das Medienunternehmen mitteilte. Insgesamt geht Freenet davon aus, dass sich bis Ende 2017 über 2,5 Millionen Haushalte für DVB-T2 entscheiden werden. Bei Freenet TV soll die Marke von einer Million zahlender Kunden 2018 übertroffen werden.

Die IPTV-Plattform waipu.tv, an der Freenet beteiligt ist, hat ihr Ziel mit 340.000 registrierten Kunden Ende September erreicht, davon haben sich 72.000 Kunden für ein kostenpflichtiges Abo-Paket entschieden. Bis Ende 2017 rechnet Freenet weiterhin mit rund 500.000 registrierten und rund 100.000 zahlenden waipu.tv-Kunden. Im Zuge der zweiten Welle des Umstiegs vom alten DVB-T- auf den neuen DVB-T2-Standard ist Freenet TV seit 8. November 2017 in zahlreichen weiteren Gebieten verfügbar, darunter die Großräume Dresden, Freiburg, Kassel und Koblenz - was das Wachstum weiter beschleunigen dürfte.

Unitymedia führt Horizon-4K-Box ein

Der Kabelnetzbetreiber Unitymedia will Horizon 4K in Deutschland einführen. Der Schritt erfolge im Zuge der Rollouts der Box in den verschiedenen Ländern Europas, in denen die Muttergesellschaft Liberty Global vertreten sei, sagte Unitymedia-CEO Lutz Schüler dem Branchendienst ["Broadband TV News"](#). Zum Zeitplan äußerte sich Schüler nicht, sagte aber, dass die Box eine einheitliche Software in allen Märkten haben werde, wodurch die Einführung deutlich schneller erfolgen könne als bei der vorherigen Horizon-Version: "Dieses Mal wird es keine 18 Monate dauern." Die Software basiert auf einem Open-Source-RDK, was schnellere Updates ermöglicht. Horizon 4K ebnet den Weg für die Einspeisung von Ultra-HD-Sendern im Unitymedia-Kabelnetz. Der erste lineare UHD-Kanal werde 2018 starten, sagte Schüler, ohne Details zu nennen.

Im dritten Quartal 2017 steigerte Unitymedia seinen Umsatz um fünf Prozent im Vergleich zum gleichen Zeitraum des Vorjahres. 68.000 neue Kunden wurden gewonnen, die meisten (41.000) für den Breitband-Internetzugang. Das Hochgeschwindigkeits-Internet ist ein wichtiger Wachstumsfaktor für Unitymedia, betonte Schüler. Zehn Prozent der neuen Internetkunden im dritten Quartal entschieden sich für das 400-Mbit/s-Premium-Produkt. 80 Prozent wählten 120 Mbit/s oder mehr. Zehn Millionen der 13 Millionen von Unitymedia versorgten Haushalte sind in der Lage, denn 400-Mbit/s-Zugang zu nutzen. Schüler verwies zudem auf die GigaBuild-Initiative von Unitymedia, über die die Kabelgesellschaft seit 2015 rund 500.000 neue Haushalte an ihr Netz angeschlossen hat, die jetzt mit 400 Mbit/s im Internet surfen können.

"Die Kunden kommen wegen Highspeed-Internet zu uns", sagte Schüler. Und sie nutzen die Zugänge auch: Mit einem durchschnittlichen monatlichen Datenvolumen von 105 GB pro Monat verbrauchen die Unitymedia-Kunden eine fast doppelt so große Datenmenge wie der durchschnittliche deutsche Internetnutzer (60 GB). Nach der Analogabschaltung und der Neuordnung der Kapazität im Kabelnetz, ist Unitymedia jetzt bereit für die Docsis-3.1-Einführung. Bochum werde zum 1. April 2018 Deutschlands

erste Gigabit-City, sagte Schüler. 90 Prozent der Haushalte der Ruhrgebietsstadt werden in der Lage sein, einen Internetzugang mit einer Datenrate von bis zu 1 Gbit/s zu nutzen. Die Docsis-3.1-Einführung wird 2018 im Versorgungsgebiet von Unitymedia weiterlaufen. Als Teil einer WLAN-Lösung sollen die Kunden den 1-Gbit/s-Zugang auch drahtlos innerhalb ihres Haushalts nutzen können, sagte Schüler.

Unitymedia holt neue Sender ins Kabelnetz

Unitymedia nutzt die durch die [Analogabschaltung](#) freigewordene Kapazität zur Einspeisung neuer TV-Sender in sein Kabelnetz. Ende November 2017 kommen MTV, eoTV, Juwelo TV HD und NHK World TV ins frei empfangbare, unverschlüsselte Angebot hinzu. Das Pay-TV-Paket "Digital TV Allstars HD" wird um Nat Geo Wild HD, E! Entertainment HD, sportdigital HD und Motorvision.tv HD erweitert. Neu bei Sky Sport HD ist die Plattform Eurosport360 HD, die Live-Sportveranstaltungen auf drei Kanälen überträgt. Ebenfalls neu: Unitymedia-Kunden erhalten einen HD-Digitalreceiver während ihrer Vertragslaufzeit kostenlos zur [Verfügung gestellt](#); Versand- oder Aktivierungskosten fallen nicht an.

Tele Columbus übernimmt Vodafone-Anteile an KMS

Tele Columbus hat sich mit Vodafone Kabel Deutschland auf den Kauf ihrer Geschäftsanteile am regionalen Münchner Kabelnetzbetreiber KMS geeinigt. Die Tele-Columbus-Tochter Pepcom Süd, die bisher schon Mehrheitsgesellschafterin der KMS war, erhält im Zuge der Vereinbarung die ausstehenden 30,22 Prozent an der Kabelfernsehen München Servicercenter GmbH & Co. KG und weitere 24 Prozent an der Kabelfernsehen München ServiCenter GmbH Beteiligungsgesellschaft. Somit liegen die Geschäftsanteile nun vollständig bei der Tele-Columbus-Gruppe.

Die Übereinkunft sieht einen Kaufpreis von 40 Millionen Euro nach Vertragsschluss und eine weitere Tranche von zwölf Millionen Euro im ersten Quartal 2018 vor. Der Kaufpreis beruht auf einem Multiple von 5,22x im Verhältnis zum normalisierten EBITDA im Geschäftsjahr 2016. Zudem gehen rund 15.000 angeschlossene Haushalte, die perspektivisch von Tele Columbus nicht wirtschaftlich an das eigene rückkanalfähige Netz hätten angebunden werden können und bislang mit dem Signal von Vodafone Kabel Deutschland bedient werden, im Zuge der Vereinbarung binnen der nächsten zwölf Monate an Vodafone Kabel Deutschland über.

KMS versorgt rund 455.000 Haushalte in München und Süddeutschland mit Kabelfernsehen, Internetzugängen und Telefonanschlüssen. "Die Übernahme der ausstehenden KMS-Geschäftsanteile von Vodafone Kabel Deutschland schafft klare Beteiligungsverhältnisse und vereinfacht es, das Geschäft mit unseren leistungsfähigen Telekommunikationsprodukten in der Metropolregion München weiter voranzutreiben", sagte Frank Posnanski, Chief Financial Officer von Tele Columbus.

Tele Columbus bringt Glasfasernetz nach Plauen

Tele Columbus hat sich mit der WbG Wohnungsbaugesellschaft Plauen und der AWG Wohnungsgenossenschaft Plauen über neue Gestattungsverträge verständigt, die jetzt unterzeichnet wurden. Die Abkommen sehen vor, das bestehende Kabelnetz für mehr als 12.000 versorgte Wohneinheiten in Plauen in eine zukunftssichere Infrastruktur zu überführen, bei der die Glasfaser bis in die Gebäude reicht (FTTB). Der Ausbau soll Ende 2018 abgeschlossen sein. Mit den neuen Verträgen stellen WbG und AWG sicher, dass die angebotenen Leistungen auch künftigen Ansprüchen an die TV- und Internetversorgung entsprechen. Im Rahmen der neuen Übereinkunft wird das bestehende Kabelnetz bis zum 31. Dezember 2018 zum modernen FTTB-Glasfasernetz ausgebaut.

Die Baumaßnahmen zur Errichtung des Glasfasernetzes starten Anfang 2018. Dabei entsteht eine neue Glasfasertrasse mit einer Gesamtlänge von 26 Kilometern Länge. Im Rahmen von weiteren Modernisierungsmaßnahmen innerhalb der Netzebene 4 wird eine spätere Glasfaser-Erschließung bis in die Wohneinheiten (FTTH) durch den Einzug von Mikroröhrchen vorgesehen. Derzeit werden die Bestände von WbG und AWG durch zwei Kopfstellen versorgt. In Zukunft wird die Einspeisung der Multimediadienste über eine zentrale Kopfstelle erfolgen. Für die Fernseh- und Rundfunkversorgung wurden zusätzliche Leistungen vereinbart, die den Mietern bereits ab Januar 2018 zur Verfügung stehen.

Tele Columbus legt mit Telefonie und Internet zu

Tele Columbus hat im dritten Quartal 2017 rund 17.000 neue Telefon- und rund 15.000 neue Internetkunden gewonnen. Insgesamt hatte der Kabelnetzbetreiber damit zum 30. September 2017 rund 564.000 Internet- und rund 545.000 Telefonkunden. Die Zahl der TV-Kunden ging innerhalb der vergangenen zwölf Monate um 2,3 Prozent auf 2,38 Millionen zurück, während die Zahl der Premium-TV-Kunden um 2,4 Prozent auf 432.000 zulegte. Der durchschnittliche Umsatz pro Kunde wuchs um 5,5 Prozent auf 17,20 Euro pro Monat. Das Unternehmen, das im Endkundenmarkt seit kurzem unter der Marke PÿUR auftritt, steigerte seinen Umsatz im Vorjahresvergleich um 4,3 Prozent auf 123,3 Millionen Euro, das normalisierte Ergebnis (EBITDA) kletterte um 7,2 Prozent auf 68,3 Millionen Euro.

ProSiebenSat.1-Sender bleiben bei Unitymedia

ProSiebenSat.1 Media und Unitymedia haben einen langfristigen Distributionsvertrag abgeschlossen. Das Abkommen umfasst die Verbreitung sämtlicher Free-TV-, Pay-TV-, HD- und Video-on-Demand-Angebote. Damit sichert sich ProSiebenSat.1 auch in den kommenden Jahren über das Kabelnetz von Unitymedia eine Reichweite von 6,4 Millionen Haushalten. Die Vereinbarung umfasst die Free-TV-Sender Sat.1, ProSieben, kabel eins, sixx, Sat.1 Gold, ProSieben Maxx und kabel eins Doku. Auch die Pay-TV-Kanäle ProSieben Fun, Sat.1 emotions und kabel eins Classics werden bei Unitymedia angeboten, zwei davon auch in HD. Unitymedia-Kunden können weiterhin Inhalte der Sendergruppe zeitversetzt über die Unitymedia-Videothek abrufen - sowohl zuhause als auch unterwegs per Smartphone oder Tablet. Für Pay-TV-Kunden stehen zukünftig noch mehr Inhalte - beispielsweise ganze Serienstaffeln - auf Abruf bereit. Auch Zusatzdienste wie Restart TV - bereits laufende Sendungen per Knopfdruck neu starten - sind durch die Vereinbarung möglich.

ProSiebenSat.1-Sender weiter in SD-Auflösung auf Astra

Die Free-TV-Sender von ProSiebenSat.1 sind weiterhin in herkömmlicher Bildauflösung (SD) über Astra (19,2° Ost) empfangbar. Der Medienkonzern verlängerte seine Partnerschaft mit dem Astra-

Satellitenbetreiber SES um mehrere Jahre. Der neue Distributionsvertrag umfasst die unverschlüsselte Verbreitung von Sat.1, ProSieben, kabel eins, sixx, Sat.1 Gold, ProSieben Maxx, kabel eins Doku und der Sat.1-Regionalfensterprogramme in Bayern und Nordrhein-Westfalen in SD-Qualität sowie weitere technische Dienstleistungen der SES-Tochter MX1.

"46 Prozent der TV-Zuschauer in Deutschland empfangen unsere Programme über Satellit - immer mehr Haushalte auch in höchster HD-Qualität über die SES-Plattform HD+. Mit der neuen Vereinbarung sichern wir weiterhin die hohen Reichweiten unserer Free-TV-Sender über Satellit in Standardauflösung", sagte Nicole Agudo Berbel, Chief Distribution Officer und Executive Vice President Digital Publishing von ProSiebenSat.1. Christoph Mühleib, Geschäftsführer von Astra Deutschland, erklärte: "ProSiebenSat.1 ist einer unserer wichtigsten Kunden. Die Vereinbarung ist aber nicht nur für uns sehr erfreulich, sondern auch für alle Haushalte mit Satellitenempfang, die weiterhin die Sender der ProSiebenSat.1-Gruppe unverschlüsselt und kostenlos empfangen können. Satellit ist und bleibt der einzige Übertragungsweg, der Zuschauern die gesamte Bandbreite der Programme ohne monatliche Zusatzkosten ermöglicht."

Vorstand Thomas Ebeling verlässt ProSiebenSat.1

Der langjährige Vorstandsvorsitzende Thomas Ebeling wird ProSiebenSat.1 nach der für 22. Februar 2018 angesetzten Bilanzpressekonferenz für das Geschäftsjahr 2017 verlassen. Hierauf haben sich der Vorstandsvorsitzende und der Aufsichtsrat des Medienkonzerns verständigt, heißt es in einer Mitteilung. Ebeling hatte noch einen Vertrag bis Mitte 2019. Bereits im Rahmen seiner letzten Vertragsverlängerung hatte er allerdings mitgeteilt, anschließend für eine weitere Verlängerung nicht mehr zur Verfügung zu stehen. Vor diesem Hintergrund hatte der Aufsichtsrat vor einiger Zeit die Suche nach einem Nachfolger begonnen und will zu gegebener Zeit einen Nachfolger benennen. Conrad Albert, derzeit Vorstand External Affairs & Industry Relations sowie General Counsel von ProSiebenSat.1, wurde mit sofortiger Wirkung zum stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden ernannt. Dies dient vor allem dazu, für den Fall, dass der Nachfolger sein Amt nicht unmittelbar im Anschluss an die Bilanzpressekonferenz antreten kann, die Kontinuität im Unternehmen zu sichern und die Umsetzung der Strategie zu garantieren, erklärte das Unternehmen.

Deutsche Telekom und Netflix vereinbaren Partnerschaft

Die Deutsche Telekom hat eine internationale Partnerschaft mit dem Streaming-Dienst Netflix geschlossen, von der alle internationalen Tochtergesellschaften des Telekommunikationskonzerns profitieren werden. Mit der Vereinbarung will die Telekom die Inhalte von Netflix auf sämtliche Bildschirme ihrer Kunden bringen. In Deutschland, den Niederlanden und Polen kooperiert die Telekom bereits mit Netflix. So ist der Video-on-Demand-Anbieter in Deutschland auf der IPTV-Plattform Entertain TV integriert und für Mobilfunkkunden Teil der Zero-Rating-Tarifooption StreamOn. "Diese Partnerschaft baut auf den bereits bestehenden engen Beziehungen zur Telekom auf", sagte Maria Ferreras, Vice President Business Development Europe, Middle East & Africa von Netflix. "Wir freuen uns sehr, Millionen TV- und Mobilfunkkunden der Telekom in Europa eine neue Welt zu eröffnen: exklusive Unterhaltung, die auch von der Kritik begeistert aufgenommen wird."

Entertain TV bleibt auf Wachstumskurs

Die Deutsche Telekom hat im dritten Quartal 2017 insgesamt 65.000 neue Kunden für ihre IPTV-Plattform Entertain TV gewonnen. Die Gesamtkundenzahl stieg damit um 2,1 Prozent auf 3,089 Millionen Kunden. Der Zuwachs war etwas geringer als im zweiten Quartal, in dem 69.000 neue Kunden dazu kamen. Innerhalb der vergangenen zwölf Monate konnte Entertain TV seine Kundenzahl um 9,6 Prozent steigern. Auch beim Breitband-Internet legte die Telekom zu: Im dritten Quartal kamen 700.000 neue Glasfaserbasierte Anschlüsse (FTTC/Vectoring, FTTH) dazu. Damit sind insgesamt 8,9 Millionen Anschlüsse in Betrieb - 45 Prozent mehr als vor einem Jahr. 28,8 Millionen Haushalte haben nun Zugang zu Glasfaserbasierten Produkten - ein Anstieg um 15 Prozent im Jahresvergleich.

waipu.tv und Amazon starten TV-Shopping

Die IPTV-Plattform waipu.tv ermöglicht es in Zusammenarbeit mit Amazon erstmals TV-Zuschauern, in einem Werbeblock vorgestellte Produkte direkt zu bestellen. Das Angebot, das zunächst Nutzern der Amazon-Fire-TV-App zur Verfügung steht, wird ab November 2017 in einem Pilotprojekt mit mehreren TV-Sendern und unterschiedlichen Artikeln getestet. Die ersten Partner sind der RTL-Werbevermarkter IP Deutschland und der Kosmetikhersteller L'Oréal. Während der TV-Ausstrahlung des Werbespots erscheint ein Shopping-Button auf dem TV-Bildschirm, der auf das jeweilige Produkt hinweist. Mit einem Klick auf der Amazon-Fire-TV-Fernbedienung springt der Nutzer direkt auf die Produktseite des beworbenen Artikels bei Amazon, wo er weitere Informationen und eine Bestellmöglichkeit findet.

BBV, Bouwfonds und ZTE kooperieren bei Glasfaserausbau

Mit der Breitbandversorgung Deutschland (BBV), Bouwfonds Investment Management und der ZTE Deutschland betritt ein neuer Partner für den privatwirtschaftlich finanzierten Glasfaserausbau in strukturschwachen Regionen den deutschen Markt. Die drei Unternehmen wollen künftig gemeinsam bestehende Versorgungslücken in vernachlässigten Regionen durch den Aufbau leistungsstarker Netze schließen. Dabei finanziert Bouwfonds gemeinsame Projekte. Die von der ZTE Deutschland gebauten und mit ZTE-Technologie ausgestatteten Netze werden von der BBV vermarktet und betrieben. Dies sieht eine jetzt unterzeichnete Kooperationsvereinbarung zwischen den drei Partnern vor. Als Finanzberater der BBV fungiert dabei der Bereich Infrastructure & Energy der Privatbank Berenberg.

Insgesamt steht den Kooperationspartnern im ersten Schritt ein zweistelliger Millionenbetrag für gemeinsame Projekte zur Verfügung. Das erste Projekt ist die Errichtung eines Glasfasernetzes in der Stadt Bretten in der Nähe von Karlsruhe. Der Bouwfonds Communication Infrastructure Fund II (BCIF II) wird die passive Infrastruktur nach der Fertigstellung kaufen, die BBV wird das Netzwerk dann anmieten und betreiben. Im Rahmen ihrer Kooperation haben die Partner bereits weitere potenzielle Ausbaucorridore im Raum Nordbaden und in der Metropolregion Rhein-Neckar identifiziert, die schrittweise in naher Zukunft angegangen werden sollen.

"Das Investment in Bretten steht exemplarisch für unsere Investitionsstrategie. Der BCIF II investiert in

Infrastruktur unterversorgen, ländlichen Raum. Ziel dabei ist es, aus mehreren Teilnetzen ein flächendeckendes, regionales Glasfaserkabelnetz aufzubauen und auf diese Weise sowohl Privathaushalte als auch Unternehmen mit Highspeed-Internet zu versorgen", sagte Dr. Peter Selgert, Direktor Asset Management Kommunikationsinfrastruktur bei Bouwfonds IM. "Der Bouwfonds Communication Infrastructure Fund II wird zwischen 500 und 600 Millionen Euro in passive Telekommunikationsinfrastruktur wie Glasfasernetze, Sendemasten und Datenzentren investieren."

QVC startet in Ultra HD über Astra

Der Teleshopping-Sender QVC strahlt sein Programm ab dem Jahreswechsel auch im neuen Bildformat Ultra HD auf Astra (19,2° Ost) aus. Die Verbreitung wurde für zehn Jahre vereinbart, wie Astra Deutschland und MX1 mitteilten. Gesendet wird unverschlüsselt. QVC ist der siebte Kanal, der in Deutschland in Ultra HD via Astra auf Sendung geht. Die Astra-Techniktochter MX1 übernimmt für QVC das HEVC-Encoding des Ultra-HD-Live-Signals sowie den Uplink auf den Astra-Satelliten. Gleichzeitig vereinbarten beide Seiten die Verlängerung der HD- und SD-Ausstrahlung von QVC über Astra für die nächsten Jahre.

M7 holt Eurosport 1 HD

Der Plattformbetreiber M7 Deutschland legt nach dem Ausbau seiner Pay-TV-Angebote Premium HD und Family HD auch bei Basis HD nach und erweitert sein Basispaket um Eurosport 1 HD. Das Bouquet für die digitale Grundversorgung umfasst damit 23 TV-Programme, darunter alle großen deutschen Privatsender. Die Zuschauer können den Sportkanal ohne Aufpreis empfangen. "Damit stärken wir die Attraktivität der digitalen Grundversorgung unserer Partner", sagte Christian Heinkele, Geschäftsführer von Eviso Germany. "M7 bietet das größte und vollständigste Content-Portfolio für den deutschsprachigen Raum. Wir schaffen so neue Anreize für die Vermarktung und bieten den Zuschauern noch mehr Auswahl aus dem enormen Programmangebot der Entertainment-Welt von M7. Und das über alle Übertragungswege hinweg, für OTT, IPTV und Kabel, inklusive aller Zusatzrechte."

PÿUR holt neue Sender ins Kabelnetz

Der Kabelnetzbetreiber PÿUR erweitert sein Pay-TV-Paket "Premium TV Plus" um drei Programme. Die Neuzugänge sind ProSieben Fun HD, Sport 1 US und der Heimatkanal. Gleichzeitig vergrößert PÿUR die Reichweite von Welt der Wunder TV. Der Free-TV-Sender, der bislang nur in einem Teil der Netze verfügbar war, ist ab sofort in weiteren Netzen zu empfangen - unverschlüsselt. Seit kurzem ist zudem Eurosport 1 HD bei PÿUR verfügbar; Eurosport 1 SD bleibt weiterhin im Angebot.

Magine TV streamt ProSiebenSat.1-Sender in HD

Durchbruch im OTT-Markt: Erstmals sind die Free-TV-Sender einer der beiden großen TV-Gruppen in HD-Qualität übers offene Internet verfügbar. Magine TV bietet ab sofort die Livestreams von Sat.1, ProSieben, kabel eins, Sat.1 Gold, sixx und ProSieben Maxx in HD-Auflösung (1080p/25) an. Die ProSiebenSat.1-HD-Sender sind Bestandteil des Abo-Pakets "Comfort HD" (ehemals "Basic"), das unverändert 10 Euro pro Monat kostet und mehr als 50 Free-TV-Sender umfasst, davon über 30 in HD-Qualität. Das größere Bouquet "Deluxe HD" (ehemals "Premium") bietet inklusive der ProSiebenSat.1-HD-Sender zum unveränderten Monatspreis von 20 Euro rund 70 Free-TV- und Pay-TV-Kanäle, davon über 40 in HD. In beiden Paketen kommt zudem kabel eins Doku dazu. Auch das 30 Sender umfassende "Free"-Paket wird aufgewertet: Waren die öffentlich-rechtlichen Sender in HD bisher zahlenden Abonnenten von Magine TV vorenthalten, sind diese nun für alle Magine-TV-Nutzer kostenlos und ohne zusätzliche Werbung in HD und somit laut Magine TV in besserer Bildqualität als in den meisten eigenen Streaming-Angeboten der Sender verfügbar. Das "Free"-Angebot in HD umfasst Das Erste, ZDF, NDR, WDR, MDR, BR, SWR, RBB, hr, SR, Radio Bremen TV, ZDFneo, ZDFinfo, One, tagesschau24, KiKA, Arte und 3sat. Im Rahmen einer [Sonderaktion](#) bietet Magine TV derzeit "Comfort HD" für drei Monate zum Preis von einem Monat an; die Pakete können monatlich gekündigt werden.

GoldStar TV startet bei Zattoo und M2M TV

Der Schlagerkanal GoldStar TV, der seit 31. Oktober 2017 nicht mehr bei Sky empfangbar ist, hat zwei weitere Verbreitungspartner gewonnen: Das Programm ist seit 1. November 2017 auf den OTT-Plattformen Zattoo und Mobile2Morrow (M2M TV) zu empfangen.

Bei Zattoo erhalten Neukunden GoldStar TV einen Monat lang gratis, danach kostet der Empfang des Pay-TV-Senders 2,99 Euro pro Monat. Der Bezug kann monatlich gekündigt werden. GoldStar TV ist über Zattoo in Deutschland und in der Schweiz verfügbar. Ebenfalls 2,99 Euro pro Monat kostet GoldStar TV bei M2M TV. Auch hier gibt es einen kostenlosen Probemonat. Über M2M TV ist das Programm in Deutschland, Österreich und der Schweiz verfügbar. Ebenfalls seit 1. November 2017 ist GoldStar TV auf der IPTV-Plattform waipu.tv empfangbar.

Hintergrund ist die Nichtverlängerung des Vertrags mit dem bisherigen Verbreitungspartner Sky, der den Sender exklusiv ausstrahlte. GoldStar TV kündigte daraufhin an, alternative Distributionswege zu suchen.

Zattoo führt Aufnahmefunktion ein

Die OTT-Plattform Zattoo bietet ab sofort eine Aufnahmefunktion in Deutschland an. Über einen Klick im Programmführer können die Nutzer das Programm von über 50 TV-Kanälen aufzeichnen, darunter die Sender von ARD, ZDF und Viacom sowie Sport1. Weitere Sender sollen in den nächsten Wochen folgen. Die Abonnenten von Zattoo Premium haben Speicherplatz für 30 Sendungen. Aufnahmen können dabei in jeder Zattoo-App programmiert und dank Cloud-Speicherung auf jedem Gerät und an jedem Ort abgerufen werden. Dies ermöglicht zum Beispiel die Programmierung einer Aufzeichnung unterwegs auf dem Smartphone, um die Sendung dann im Wohnzimmer über eine Smart-TV-App von Zattoo anzuschauen. Mit der Serienaufnahme-Funktion lassen sich regelmäßige Programminhalte automatisch aufzeichnen.

"Die Aufnahmefunktion ist für uns ein Meilenstein. Mit ihr können wir die Vorteile von TV-Streaming gegenüber klassischen Empfangswegen wie Antenne, Kabel und Satellit weiter ausbauen", sagte Jörg Meyer, Chief Officer Content & Consumer bei Zattoo. "Dass Sender die Rechte für Online-Recording an

Streaming-Plattformen wie Zattoo lizenziert, zeigt, dass TV-Streaming zunehmend an Bedeutung in der Distributionsstrategie der Sender gewinnt." Die Aufnahmefunktion ergänzt die von Zattoo ebenfalls angebotene Replay- und Restart-Funktion für zeitversetztes Fernsehen.

Discovery Channel startet bei Amazon Channels

Der Dokumentationskanal Discovery Channel ist ab sofort auf der OTT-Plattform Amazon Channels in Deutschland und Österreich empfangbar. Amazon-Prime-Kunden können den Pay-TV-Sender als Livestream in HD-Qualität sowie einzelne Programme aus den Bereichen Abenteuer, Wissenschaft und Technik auf Abruf ansehen. Der Schwesterkanal Animal Planet steuert mehrere hundert Stunden Dokumentationen und Serien rund um die Tierwelt bei. Der Zugang erfolgt über die Prime-Video-App auf Smart-TV-Fernsehern, Smartphones und Tablets (iOS/Android), Amazon Fire TV, Fire TV Stick und Fire-Tablets sowie direkt übers [Web](#). Der Discovery Channel kostet bei Amazon Channels 3,99 Euro pro Monat - zusätzlich zur Amazon-Prime-Mitgliedschaft für 69 Euro pro Jahr; der Bezug ist monatlich kündbar. In Großbritannien ist der Discovery Channel seit dem Start von Amazon Channels im Mai 2017 im Angebot enthalten. Nach dem Eurosport Player, der im August 2017 dazu kam, ist Discovery Channel das zweite Angebot, das Discovery Networks Deutschland über Amazon Channels verbreitet.

auto motor und sport channel startet bei Amazon Channels

Der Autosender auto motor und sport channel ist ab sofort auch bei Amazon Channels verfügbar. Für 2,99 Euro pro Monat können ausgewählte Sendereihen des Pay-TV-Kanals in HD-Qualität abgerufen werden. Zum Ausprobieren lässt sich das [Angebot](#) 14 Tage kostenlos nutzen. Im klassischen Pay-TV-Geschäft erreicht der Autosender mittlerweile europaweit über vier Millionen Haushalte.

AMC bringt Shudder ins offene Internet

Der US-Veranstalter AMC Networks bietet Shudder, seinen Video-on-Demand-Dienst (VoD) für Horror- und Thriller-Fans, ab sofort auch außerhalb von Amazon Channels an. Das OTT-Angebot ist in Deutschland und Österreich per Smartphone/Tablet-Apps (iOS/Android), Chromecast, Amazon Fire TV und Xbox One sowie direkt über die Webseite [shudder.com](#) zum Monatspreis von 4,99 Euro beziehungsweise im Jahres-Abo für 49,99 Euro verfügbar. Der Film- und Serien-Abrufdienst war im Juli 2017 zusammen mit dem ebenfalls von AMC Networks betriebenen VoD-Angebot Sundance Now bei Amazon Channels in Deutschland und Österreich gestartet und kostet dort 3,99 Euro pro Monat. Allerdings ist für den Zugang eine Amazon-Prime-Mitgliedschaft für 69 Euro pro Jahr notwendig.

Eurosport Player und 17 weitere Partner bei StreamOn

Die Deutsche Telekom hat am 2. November 2017 weitere Video- und Audio-Streaming-Partner in ihr Zero-Rating-Angebot StreamOn aufgenommen, darunter den OTT-Dienst Eurosport Player mit den Bundesliga-Spielen von Eurosport 2 Xtra. Die weiteren neuen Video-Streaming-Partner sind France 24, Kivido, PGA Tour, Toggo, Watchbox und YouTV, wie ein Telekom-Sprecher gegenüber MediaLABcom sagte. Das Audio-Streaming-Angebot wurde erweitert um Alternative FM, Bremen Eins, ByteFM, Die neue Welle, Die neue 107.7, egoFM, Radio Citybeat, Radio Ton, Rockland.fm, Stingray Music und 106.4 Top FM. Die Tarifoption StreamOn, die die Telekom im April 2017 eingeführt hat, ist umstritten. Verbraucherschützer werfen dem Konzern die Verletzung der Netzneutralität und Schaffung eines Zwei-Klassen-Internets vor. Die Bundesnetzagentur gab kürzlich in ihrer [Entscheidung](#) zu StreamOn zwar grundsätzlich grünes Licht für Zero-Rating-Angebote, [untersagte](#) aber Teile des Tarifs wegen Verstößen gegen die Netzneutralitäts- und Roaming-Vorschriften.

Videobuster führt DVD-Verleih trotz Amazon-Rückzugs weiter

Die Online-Videothek Videobuster bietet weiterhin die Möglichkeit, DVDs und Blu-ray-Discs auf dem Postweg zu beziehen. Der starke Kundenzufluss ehemaliger Lovefilm-Kunden zeige, dass dieses Geschäftsmodell weiterhin sehr gefragt sei, teilte die Betreibergesellschaft Netleih mit. "Seit der Verkündung der Geschäftsaufgabe steigen unsere Neukundenzahlen für den DVD- und Blu-ray-Verleih explosionsartig an." Neukunden können das Angebot im ersten Monat zum halben Preis ausprobieren. "Wir freuen uns über den extrem positiven Zuspruch der ehemaligen Lovefilm-Kunden. Das bekräftigt uns in der Annahme, dass der DVD- und Blu-ray-Verleih vorerst ein relevantes Produkt bleiben wird", sagte Netleih-Geschäftsführer Radek Wagner.

Amazon hatte seinen Verleihdienst Lovefilm zum 31. Oktober 2017 eingestellt. "In den letzten Jahren haben immer mehr Kunden Streaming-Services in Anspruch genommen, während gleichzeitig die Nachfrage nach DVDs und Blu-rays zum Ausleihen gesunken ist", begründete ein Amazon-Sprecher den Schritt. Lovefilm stammte aus Großbritannien und startete 2006 sein deutsches Angebot. 2011 wurde das Unternehmen von Amazon übernommen. [Videobuster](#) bietet über 65.000 Titel verschiedener Genres. Das Angebot umfasst den DVD- und Blu-ray-Verleih per Post, Video-on-Demand per Streaming und einen Online-Shop, in dem DVDs und Blu-ray-Discs gekauft werden können.

ARD/ZDF zeigen Länderspiele der Fußball-Nationalmannschaft

ARD und ZDF werden auch künftig Länderspiele der deutschen Fußball-Nationalmannschaft übertragen. SportA, die Sportrechteagentur der öffentlich-rechtlichen Sender, hat sich mit dem europäischen Fußballverband UEFA auf eine Vereinbarung über insgesamt zwölf Länderspiele der DFB-Nationalmannschaft der Männer im Zeitraum von 2018 bis 2022 verständigt. Die Vereinbarung, deren finanzielle Details nicht genannt wurden, umfasst die Spiele der deutschen Mannschaft in der neu geschaffenen UEFA Nations League, die die bisherigen Freundschaftsspiele ersetzen und in der das DFB-Team auf hochkarätige Gegner aus Europa treffen wird. Gegen welche Fußballnationen es in der anstehenden Spielzeit 2018/19 konkret anzutreten gilt, wird die Auslosung der Gruppenphase am 24. Januar 2018 ergeben. Mit dabei sind unter anderem die Nationalmannschaften aus Großbritannien, Italien, Spanien, Frankreich und Portugal. Gegenstand der Vereinbarung mit der UEFA ist auch die Hörfunkberichterstattung von sämtlichen Spielen des deutschen Teams inklusive der Qualifikationsspiele zur FIFA Weltmeisterschaft und der UEFA Europameisterschaft im Zeitraum bis 2022.

Cornelia Holsten wird DLM-Vorsitzende

Cornelia Holsten, Direktorin der Bremischen Landesmedienanstalt, wird ab Januar 2018 neue

Vorsitzenden der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) und der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK). Die Gesamtkonferenz der Medienanstalten (GK) wählte die 47-Jährige zur Nachfolgerin von Siegfried Schneider (BLM). Ihre Amtszeit beträgt zwei Jahre. Zu stellvertretenden Vorsitzenden wählte die GK die drei Vorsitzenden der Fachausschüsse, Joachim Becker (LPR Hessen), Thomas Fuchs (MA HSH) und Jochen Fasco (TLM). Als neuer Vorsitzender der Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) folgt Werner Schwaderlapp (LFM) auf Winfried Engel, der mit Ablauf des Jahres die maximale Amtszeit von sechs Jahren in Folge erreicht. Zu seinem Stellvertreter wurde Albrecht Bähr (LMK) gewählt.

Matthias Nieswandt neuer Deutschland-Chef von Servus TV

Matthias Nieswandt ist neuer Senderchef von Servus TV Deutschland. Im Zuge des Ausbaus von Servus TV im deutschen Markt übernimmt Nieswandt ab sofort in seiner neuen Funktion als Country Manager die Gesamtverantwortung für die Bereiche Sales, Marketing und Programm, wie der Sender mitteilte. Nieswandt war seit 2011 Leiter der Vermarktung bei Servus TV in Deutschland. Unterstützung erhält der neue Senderchef von Julia Fitzen, die die Führung für den Bereich Marketing und Kommunikation übernimmt, sowie von Mirsad Halilovic, der als Communication Manager die Kommunikationsabteilung leitet. Michail von Tsurikov wird im Zuge der Neuausrichtung ab sofort Mitglied der Verkaufsleitung. Die neue Personalstruktur und die stärkere Marktfokussierung sollen das Wachstum des Senders in Deutschland beschleunigen.

UPC wächst in Österreich und der Schweiz

Der Kabelnetzbetreiber UPC blieb im dritten Quartal 2017 auf Wachstumskurs in Österreich und in der Schweiz. In Österreich wurden 4.000 neue Breitband-Internetkunden gewonnen, 9.000 neue Festnetz- und 8.000 neue Mobilfunkkunden. Die Anzahl der Premium-TV-Kunden beträgt unverändert 373.000. In der Schweiz hingegen kletterte die Anzahl der Premium-TV-Kunden um 8.000 auf 680.000. Triebfeder ist der neue UPC-Sportkanal MySports, der exklusiv im Kabel empfangbar ist. Am 30. September 2017, drei Wochen nach dem Start, verzeichnete UPC bereits 26.000 Abonnenten des MySports-Pro-Pakets. Zudem empfangen mehr als drei Millionen Schweizer Haushalte den Basissender MySports Basic ohne Zusatzkosten, davon über 1,2 Millionen bei UPC. Beim Breitband-Internet legte UPC in der Schweiz um 11.000 Kunden zu, beim Festnetz-Telefonanschluss um 9.000 Kunden und beim Mobilfunk um 13.000 Kunden.

Sky sichert sich österreichische Bundesliga

Sky Österreich hat ab der Saison 2018/19 für vier Jahre die weltweiten Exklusivrechte an der österreichischen Fußball-Bundesliga erworben. Der Pay-TV-Veranstalter will in diesem Zeitraum alle Spiele über alle Verbreitungswege (Satellit, Kabel, IPTV, OTT und Mobile) live übertragen. Gleichzeitig erhielt Sky den Zuschlag für die getrennt ausgeschriebenen Rechte für die Produktion des TV-Signals der Bundesliga. Finanzielle Details wurden nicht genannt. In einer Mitteilung der Bundesliga ist lediglich davon die Rede, dass der neue Vertrag der Bundesliga ein Rekordergebnis mit einer 40-prozentigen Steigerung gegenüber dem aktuellen Vergabezeitraum bringe. Der ORF, der bislang eine Partie pro Woche im Free-TV zeigte, ging leer aus. Der öffentlich-rechtliche Sender könnte aber doch noch zum Zug kommen, denn Sky will ein Paket mit Bundesliga-Höhepunkten an einen Free-TV-Partner vergeben. Außerdem sollen pro Saison vier Partien im frei empfangbaren Fernsehen live übertragen werden. Auch diese würde Sky in Sublizenz an einen Free-TV-Partner vergeben.

UPC aktiviert Replay TV auf Horizon-Box

Der österreichische Kabelnetzbetreiber UPC hat die Replay-TV-Funktion auf der Multimedia-Box Horizon seiner Kunden verfügbar gemacht. Das kostenfreie Feature, das über ein Software Update aktiviert wird, ermöglicht den Zuschauern, bei 53 TV-Sendern das Programm der vergangenen sieben Tage nachträglich anzusehen. Seit Juli 2017 bietet UPC Replay TV bereits in der Horizon-Go-App an.

Kabel-TV Lampert startet Multiscreen TV mit Zattoo und ABOX42

Der österreichische Kabelnetzbetreiber Kabel-TV Lampert setzt ab sofort die neue DVB-C/IP-Hybrid-TV-Lösung von Zattoo im Live-Betrieb ein. Das Multiscreen-Angebot verbindet das klassische Kabelfernsehen, das weiterhin im DVB-C-Standard übertragen wird, mit interaktiven IP-Zusatzfunktionen, etwa Live-Pause, Restart, Catch-up TV und Cloud-Recording. Zusätzlich werden via Internet weniger häufig genutzte Sender als IP-Datenströme übertragen. Die White-Label-Hybrid-Lösung wurde zusammen mit ABOX42 entwickelt und nutzt die ABOX42-M30-Hybrid Set-Top-Box-Plattform.

"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 war es unser Ziel, unser Kabel-TV-Produkt weiterzuentwickeln und zukunftssicher zu machen. Das haben wir nun erreicht", sagt Karoline Lampert, Geschäftsführerin von Kabel-TV Lampert. "Ich freue mich sehr, dass unsere langjährige Kooperation mit Zattoo genau diese Möglichkeit bietet und damit ein neues Level erreicht."

Kabel-TV Lampert setzt bereits seit 2015 auf die Zattoo-Plattform; bisher jedoch mit einem Fokus auf Apps für mobile Endgeräte (iOS/Android) und einen browserbasierten Service für PC und Mac. Diese Applikationen werden nun ebenfalls um die IPTV-Funktionen ergänzt und mit dem Fernseher über die Set-Top-Box verbunden. So können Kunden beispielsweise ihre Aufnahmen von unterwegs managen oder ihre Favoritenkanäle auf jedem der Geräte verwalten.

Zattoo betreibt den gesamten Hybriddienst als Komplettlösung, darunter der Multiscreen-Service, das Management der Set-Top-Boxen im Feld und 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.

A1 Telekom Austria führt Zero-Rating-Angebot ein

A1 Telekom Austria bietet als erster Telekommunikationskonzern in Österreich einen Zero-Rating-Tarif an,

bei dem Mobilfunknetzen ausgewählte Video- und Musik-Streaming-Dienste ohne Verbrauch des Datenvolumens nutzen können. Der ["A1 Free Stream"](#) umfasst im Videobereich A1 Now, Amazon Prime Video, kabel eins, kabel eins Doku, Laola1.tv, Netflix, ProSieben, ProSieben Maxx, Puls 4, Sat.1, Sat.1 Gold, sixx, Sky und Zappn. Im Musikbereich sind Apple Music, Deezer, Kronehit, Amazon Music Unlimited, Amazon Prime Music, Spotify, 88.6, 88.6 Classic Rock, 88.6 80er und 88.6 Rock dabei. Der "A1 Free Stream" ist kostenlos bei Neuanmeldungen in den Tarifen "A1 Go! M", "A1 Go! L", "A1 Go! XL" und "A1 Go! XL" enthalten. Bestehende Kunden erhalten bei Wechsel in einen dieser Tarife ebenfalls kostenlos Zugang zu "A1 Free Stream". Nach Angaben von A1 Telekom Austria kann sich jeder interessierte, legale Musik- oder Video-Streaming-Anbieter dem Partnerprogramm anschließen. Verbrauchtes Datenvolumen wird dem Kunden dann im Inland nicht mehr abgezogen. In Deutschland bieten die Deutsche Telekom und Vodafone Zero-Rating-Tarife an. Kritiker sehen darin einen Verstoß gegen die Netzneutralität, die Gleichbehandlung aller Daten im Internet. Die Bundesnetzagentur gab jüngst grünes Licht für Zero-Rating-Angebote, [bemängelte](#) aber einige Tarifbestandteile bei der Telekom. Der Vodafone-Tarif wird noch [geprüft](#).

MySports bringt Aufwind für Schweizer Kabel

Der neue Schweizer Sportkanal MySports, der exklusiv in den Kabelnetzen und nicht auf der konkurrierenden IPTV-Plattform Swisscom TV empfangbar ist, zeigt Wirkung: Der Rückgang der TV-Kunden konnte im dritten Quartal 2017 auf 11.800 gebremst werden, wie der Kabelverband Suissedigital mitteilte. "Ich bin überzeugt, dass MySports dazu beiträgt, die Kunden von den Diensten und der sehr hohen Qualität der Kabelnetze zu überzeugen", sagte Suissedigital-Geschäftsführer Simon Osterwalder in Bern. Der am 8. September 2017 gestartete Sender wird von UPC, dem größten Suissedigital-Mitglied, produziert und den weiteren Kabelnetzbetreibern zur Verbreitung zur Verfügung gestellt. Der Schwerpunkt liegt bei Schweizer Live-Eishockey. Der Wettbewerber Swisscom, der MySports nicht anbieten kann, legte im dritten Quartal 2017 nur noch um 6.000 TV-Kunden zu. Im vorherigen Quartal waren noch 9.000 Kunden dazu gekommen. Als Grund gibt der Telekommunikationskonzern "Tendenzen der Marktsättigung" an.

UPC bringt Sky Sport auf Horizon

Der Schweizer Kabelnetzbetreiber UPC integriert den OTT-Dienst Sky Sport als App auf seiner Multimedia-Box Horizon. Die Kunden können das Angebot im ersten Monat ohne Aufpreis nutzen; danach fällt der reguläre Preis von 19,90 Franken (17 Euro) pro Monat an. Sky Sport ergänzt den Sportkanal MySports, den UPC im September 2017 gestartet hat. "Wir wollen unseren Kunden Zugriff auf Dienste wie Netflix, YouTube oder Sky gewähren. Dabei ist uns wichtig, dass sie nicht verschiedene Geräte oder Bildschirme nutzen müssen, sondern direkt via ihrer TV-Plattform Horizon auf alle Apps zugreifen können", sagte Anna Gatti, Chief Marketing, Products and Digital Officer von UPC.

MySports baut Verbreitung aus

Mit Glattnet, R. Geissmann, Fiberstream und AjoieNet nehmen vier weitere Schweizer Kabelnetzbetreiber den neuen Sportkanal MySports von UPC in ihr Angebot auf. Glattnet ist in Dübendorf, R. Geissmann in der Region Nordwestschweiz, Fiberstream in Lachen und AjoieNet im Kanton Jura tätig. Die vier Unternehmen erreichen zusammen über 20.000 Haushalte. Der am 8. September 2017 gestartete Sender, der unter anderem Eishockey, Fußball, Handball und Motorsport zeigt, hat damit insgesamt 17 Verbreitungspartner.

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

Partner:

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

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

Redaktion: Marc Hankmann (Leitung), Dr. Jörn Krieger

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)