

1:0 FÜR DEN MITTELSTAND

EIN NETZBETREIBER SETZT SICH DURCH

Zahlemann und Söhne

Ausgabe 56 • Mai 2018

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Breitbandausbau kostet Geld, keine Frage. Dort, wo das Netz nicht wirtschaftlich ausgebaut werden kann, fördern Länder und Bund. Für kleine und mittelständische Netzbetreiber zieht der Förderer aber hohe Hürden ein, wie der Bürgschaftszwang nahelegt. Von derartigen förderpolitischen Stolpersteinen berichtet auch Bernd Nitzschner. Dennoch ist es ihm gelungen, eine moderne Glasfaserstadt zu errichten – und zwar ganz ohne Fördermittel.

Während die einen kein Geld vom Steuerzahler bekommen, geben es die anderen in Form von Rundfunkgebühren aus. ARD und ZDF einigen sich mit Vodafone und Unitymedia im Streit um Einspeiseentgelte – die weiterhin in Richtung Kabelnetzbetreiber fließen. Allerdings nur für die beiden genannten großen Player, die zudem demnächst unter einem Dach firmieren könnten. Reicht da ein Monopol dem anderen die Hand?

Im Netzausbau und bei den Einspeisegebühren geht es um die harte Währung. Eine Währung ganz anderer Art steht im Mittelpunkt, wenn Facebook und Co. im Kreuzfeuer stehen. Das begehrte Gut sind unsere Daten, die durch die Datenschutz-Grundverordnung besser geschützt werden sollen. Juristen rätseln aber wenige Wochen vor deren Inkrafttreten immer noch, was uns der EU-Gesetzgeber mit dieser Verordnung eigentlich sagen will. Dagegen ist ziemlich klar, was Facebook mit unseren Daten macht. Die Frage ist nur, ob ARD und ZDF dieses zweifelhafte Spiel weiter mitspielen sollten.

Neuigkeiten vom Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation, ein Veranstaltungshinweis und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

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

Inhalt

„Glasfaser ist die moderne Steinschleuder“ – wie sich ein Mittelständler gegen die Branchenriesen im TK-Markt durchsetzt

Breitbandförderung mit Bürgschaftszwang als Wettbewerbsnachteil... oder wie man lokale Kabelnetzbetreiber förderpolitisch ausschließt

Datenschutz reloaded: Juristen debattieren immer noch über die Auswirkungen der DS-GVO auf Medienunternehmen

ARD und ZDF verteidigen Facebook-Präsenz

Hereinspaziert zum Datenklau! Müssen die Öffentlich-Rechtlichen auf Facebook präsent sein?

Kabelstreit beendet: ARD und ZDF zahlen aber weiterhin Einspeiseentgelte

Der Einspeisegebühren-Kompromiss... oder gebührenunterstützte Verdrängung unabhängiger Kabelnetzbetreiber

Urteil zur Störerhaftung: Gericht sieht Unterscheidung zwischen Neu- und Altfällen vor

Neues vom FRK

Veranstaltungshinweis

Kurzmeldungen

Beim Breitbandausbau dominieren die großen Namen der TK-Branche die Schlagzeilen: die Telekom baut hier aus, Vodafone investiert Milliarden Euro dort, Unitymedia startet Docsis 3.1 usw. Doch mit den Gewerbegebieten in der Lausitz, die mit 10 Gbit/s angebunden sind, hat keines dieser Unternehmen etwas zu tun. Das geht auf das Konto der LKG Lausitzer Kabelbetriebsgesellschaft mbH aus Lauchhammer. Geschäftsführer Bernd Nitzschner verrät im Interview mit MediaLABcom, wie er sich als David gegen die TK-Goliaths durchgesetzt hat.

[Lesen Sie mehr](#)

Breitbandförderung mit Bürgerschaftszwang als Wettbewerbsnachteil... oder wie man lokale Kabelnetzbetreiber förderpolitisch ausschließt

Heinz-Peter Labonte

Manchmal kann man politische Absichten im konkreten Handeln besser erkennen als in Sonntagsreden. Wenn zum Beispiel der Förderung des Breitbandausbaus in bisher unterversorgten Gebieten im Koalitionsvertrag das Wort geredet wird. Dann wird viel von Chancen für „den Mittelstand“ geredet. Darunter fallen auch mittelständische Kabelnetzbetreiber. Über die Angebotsausschreibung wird dann aber diesen Mittelständlern die Teilnahme fast unmöglich gemacht.

[Lesen Sie mehr](#)

Datenschutz reloaded: Juristen debattieren immer noch über die Auswirkungen der DS-GVO auf Medienunternehmen

Marc Hankmann

Eine Zeitenwende steht an. Wer sie verpasst, darf bis zu 20 Millionen Euro oder vier Prozent des Jahresumsatzes zahlen. Studien zeichnen ein düsteres Bild: Nur wenige Unternehmen sind vorbereitet. Die Rede ist von der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO), die am 25. Mai 2018 in Kraft tritt. Mit ihr wird alles anders, außer für Medienunternehmen – insofern sich klar abgrenzen lässt, was unter Medien zu verstehen ist. Und das ist natürlich nicht so einfach.

[Lesen Sie mehr](#)

ARD und ZDF verteidigen Facebook-Präsenz

Dr. Jörn Krieger

ARD und ZDF sehen Facebook als wichtige Informations- und Kommunikationsplattform und lehnen die Forderung des Fachverbands Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) ab, das umstrittene Social-Media-Netzwerk angesichts des jüngsten Datenskandals und der ungeklärten Verwertung der Nutzerdaten zu verlassen.

[Lesen Sie mehr](#)

Hereinspaziert zum Datenklau! Müssen die Öffentlich-Rechtlichen auf Facebook präsent sein?

Marc Hankmann

Ach, waren das noch ruhige Zeiten, als der öffentlich-rechtliche Rundfunk nur Rundfunk war und kein Telemedium! Das Signal wurde über Antenne, Satellit und im Kabel verbreitet. Das genügte, um den Versorgungsauftrag zu erfüllen und die Zuschauer zu erreichen. Heute hetzen ARD, ZDF und Deutschlandfunk dem Nutzer hinterher, gerade dem jungen, der sich in den sogenannten sozialen Medien tummelt. Um ihn zu erreichen, lassen sich die sonst so mächtigen Öffentlich-Rechtlichen einiges gefallen. Vielleicht zu viel gefallen?

[Lesen Sie mehr](#)

Kabelstreit beendet: ARD und ZDF zahlen aber weiterhin Einspeiseentgelte

Dr. Jörn Krieger

Die ARD und die beiden großen Kabelgesellschaften Vodafone (ehemals Kabel Deutschland) und Unitymedia haben ihren Streit um die Zahlung von Einspeiseentgelten für die Kabelverbreitung der öffentlich-rechtlichen Sender beigelegt. Das ZDF erzielte eine entsprechende Einigung mit Vodafone, nicht aber mit Unitymedia. Im Rahmen der Vereinbarungen schlossen die Beteiligten neue, langjährige Partnerschaften für die Kabelverbreitung, die die Einspeisung weiterer HD-Sender und der Mediatheken-Inhalte der öffentlich-rechtlichen Anbieter umfasst. ARD und ZDF zahlen für die Kabelverbreitung ihrer regulären, linearen Sender als Teil der Vereinbarungen mit dem Unternehmen Einspeiseentgelte, wie eine Vodafone-Sprecherin gegenüber MediaLABcom bestätigte.

[Lesen Sie mehr](#)

Jetzt zahlen sie wieder und privilegieren die großen Kabelnetzbetreiber. Und demnächst einen Kartellbruder? ARD und ZDF zahlten bis vor einigen Jahren bis zu 60 Millionen Euro pro Jahr für die Einspeisung ihrer Programme in die Netze von Kabel Deutschland (KDG) und Unitymedia. Kleine und mittelständische Kabelnetzbetreiber erhielten diese von der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (KEF) Ende der 1990er-Jahre durchgewunkene Kupferkoaxialförderung mit Gebührengeldern natürlich nicht.

[Lesen Sie mehr](#)

Im Juli 2016 haben wir uns bereits mit der Störerhaftung von Betreibern offener und freier WLAN-Netze sowie den Plänen der damaligen Bundesregierung, diese einzuschränken, befasst. Nunmehr hat sich auch das Oberlandesgericht München in einem Urteil vom 15. März 2018 (Aktenzeichen 6 U 1741/17) mit dem Telemediengesetz sowohl in alter als auch in neuer Fassung auseinandergesetzt und entschied, dass eine Haftung des WLAN-Betreibers nur für Altfälle besteht.

[Lesen Sie mehr](#)

Keine Unterstützung mehr für Facebook mit Rundfunkgebühren - ARD und ZDF sollten sich sofort zurückziehen und Zeichen setzen

Der Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) fordert ARD und ZDF zum sofortigen Rückzug aus Facebook auf. „Mit Rundfunkgebühren finanzieren ARD und ZDF seit Jahren den gezielten Ausbau ihrer Reichweite auf Facebook. In dieser Zeit haben sie dem Unternehmen viele Millionen Nutzerdaten ihrer Zuschauer zugeführt, von denen niemand weiß, wie diese verwertet und von wem diese letztlich genutzt werden. Es kann doch nicht sein, dass Facebook noch länger gebührenfinanziert unterstützt wird und damit die Zuschauer den Missbrauch ihrer eigenen Daten mitfinanzieren“, erklärt der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte. Wenn selbst die Geschäftsführerin von Facebook, Sheryl Sandberg, nicht wüsste, welche Daten zum Beispiel Cambridge Analytica abgreife, sei dies für die Gebührenzahler ein Alarmzeichen.

[Lesen Sie mehr](#)

7. HbbTV Symposium in Berlin

Die HbbTV Association wird ihr diesjähriges HbbTV Symposium am 7. und 8. November 2018 in Zusammenarbeit mit der Deutschen TV-Plattform in Berlin durchführen. Die siebte Auflage der Veranstaltung beleuchtet in Vorträgen und Diskussionsrunden die aktuellen Entwicklungen und Perspektiven der Smart-TV-Welt. Nach der Einführung beim HbbTV Symposium in Rom 2017 findet in Berlin zum zweiten Mal die Verleihung der HbbTV Awards statt, mit der die besten HbbTV-Anwendungen in verschiedenen Kategorien ausgezeichnet werden. Der Branchenverband will in Kürze weitere Informationen zum inhaltlichen Schwerpunkt der diesjährigen Veranstaltung und der Teilnahme an der Preisverleihung veröffentlichen.

Infos: www.hbbtv.org

Satellit bleibt führender TV-Empfangsweg in Deutschland

Der Satelliten-Direktempfang bleibt der meistgenutzte TV-Empfangsweg in Deutschland. Die Reichweite stieg 2017 um rund 130.000 Haushalte auf 17,72 Millionen. Das Kabelfernsehen verlor dagegen 180.000 Haushalte und rutschte auf 16,39 Millionen Haushalte ab. IPTV verzeichnete mit einem Zuwachs von 300.000 auf 2,64 Millionen Haushalte den stärksten Anstieg. Der terrestrische Empfang blieb mit 1,83 Millionen Haushalten auf dem Niveau des Vorjahres. Für den Satelliten-Direktempfang haben sich damit 45,9 Prozent der insgesamt 38,58 Millionen TV-Haushalte entschieden, für Kabel 42,5 Prozent, für IPTV 6,8 Prozent und für die Terrestrik 4,7 Prozent. Zu diesen Ergebnissen kommt der Astra TV-Monitor 2017, den das Marktforschungsinstitut Kantar TNS jährlich im Auftrag von Astra Deutschland durchführt. Die Befragung der deutschlandweit insgesamt 6.000 Haushalte fand Ende 2017 statt. Bei der Auswertung wurde jeweils der Erstempfangsweg, also das Hauptempfangsgerät der Haushalte, berücksichtigt.

[Lesen Sie mehr](#)

Beim Breitbandausbau dominieren die großen Namen der TK-Branche die Schlagzeilen: die Telekom baut hier aus, Vodafone investiert Milliarden Euro dort, Unitymedia startet Docsis 3.1 usw. Doch mit den Gewerbegebieten in der Lausitz, die mit 10 Gbit/s angebunden sind, hat keines dieser Unternehmen etwas zu tun. Das geht auf das Konto der LKG Lausitzer Kabelbetriebsgesellschaft mbH aus Lauchhammer. Geschäftsführer Bernd Nitzschner verrät im Interview mit MediaLABcom, wie er sich als David gegen die TK-Goliaths durchgesetzt hat.

MediaLABcom: Herr Nitzschner, Sie versorgen in Lauchhammer zahlreiche Haushalte und Unternehmen mit Glasfaser. Wie sah denn die Ausgangssituation aus?

Bernd Nitzschner: Bevor wir zusammen mit der Stadt das Glasfaserprojekt Lauchhammer gestartet haben, konnten die Einwohner maximal mit 16 Mbit/s im Internet surfen. Die Stadt hatte jedoch das Ziel formuliert, Lauchhammer mit Glasfaser zu versorgen und wollte dieses Ziel mit einem lokalen Carrier erreichen. Lokaler Carrier deshalb, weil die Kommune Synergieeffekte mit anderen Versorgern ausnutzen wollte. So sind wir zum Beispiel in Grünwalde gestartet, weil dort der Stromversorger Leitungen und die Stadt die Straßenbeleuchtung erneuern wollte. Bei der Grabenteilung haben wir dann gleichzeitig Glasfaser mitverlegt. Nach diesem Prinzip funktioniert in Lauchhammer der Glasfaserausbau bis ins Haus.

MediaLABcom: Welche Bedeutung hat der Breitbandausbau für die Region um Lauchhammer, speziell mit Blick auf die hiesige Wirtschaft?

Bernd Nitzschner: Standardmäßig versorgen wir Industrie- und Gewerbegebiete mit 10 Gbit/s – ein absolutes Novum, wie wir insbesondere im Rahmen der Meldung unserer Daten bei der Bundesnetzagentur, zum Beispiel zur Verwendung für den Breitbandatlas, feststellten. Den Unternehmen geht es aber nicht unbedingt um große Bandbreiten, sondern oftmals um geringe Latenzzeiten. Hierbei ist die Glasfaser natürlich unschlagbar. Und für die Stadt ist die Breitbandanbindung ihrer Gewerbeflächen mit Glasfaser natürlich ein erheblicher Wirtschaftsfaktor, um neue Unternehmen in Lauchhammer anzusiedeln. Mit der zunehmenden Digitalisierung der Industrie wird der Bedarf nach Bandbreite weiter steigen. Lauchhammer kann sich hierbei zurücklehnen. Die Kommune hat in Sachen Breitband ihre Hausaufgaben bereits mit Bestnote gemacht.

MediaLABcom: Warum hat die Stadt Wert darauf gelegt, einen lokalen Netzbetreiber auszuwählen?

Bernd Nitzschner: Wir bringen als lokaler Carrier mehrere Vorteile mit: Wir können die Breitbandanbindung sehr schnell herstellen. Es gibt immer wieder Unternehmen, die auf uns zukommen und in vier bis acht Wochen einen Breitbandanschluss benötigen. In solchen Fällen können wir die Anbindung zum Beispiel zunächst über Richtfunk herstellen. Außerdem kann man uns auch testen. Viele Unternehmen glauben, große Namen bringen große Qualität mit sich. Denen schlagen wir gerne vor, dass sie unsere Leistungen ein paar Wochen lang ausprobieren. In den meisten Fällen können wir sie dann von uns überzeugen. Letztendlich ist es aber auch der Preis, den wir bieten. Im Gegensatz zum Wettbewerber verlangen wir keine Erschließungskosten im höheren fünfstelligen Bereich.

MediaLABcom: In Brandenburg baute und baut auch die Deutsche Telekom mit nicht unerheblicher finanzieller Unterstützung aus EU-Fördertöpfen und mit Bundesfördermitteln aus. Wie können Sie als vermeintlicher David gegen diesen Goliath bestehen?

Bernd Nitzschner: Salopp gesagt: Wir fangen einfach an zu bauen. Allerdings immer in enger Abstimmung mit der jeweiligen Kommune. Während wir als vermeintlich kleiner David Glasfaser verlegen, sitzt der Goliath auf seinem Kupferdraht. Man könnte glatt sagen: Glasfaser ist die moderne Steinschleuder. Aber im Ernst: Natürlich verlegt die Telekom ebenfalls Glasfaser. Das soll nicht unter den Tisch fallen. Aber unser Vorteil ist, dass wir die Bandbreiten, die wir versprechen, auch liefern können. Im Rahmen des Landesförderprogramms „Brandenburg Glasfaser 2020“ wurde ja viel versprochen – auch vieles, das technisch gar nicht umgesetzt werden kann: die berühmten „bis zu“-Angaben. Daher stellen wir fest, dass selbst die Haushalte, die mit VDSL im Internet surfen, zu uns wechseln, weil wir nicht nur schneller, sondern auch günstiger sind. Und was noch hinzukommt: Wir sind als lokaler Carrier näher am Kunden. Unsere Außendienstmitarbeiter beraten auch nach Feierabend und am Wochenende. Bei uns muss keiner eine Geschäftsstelle aufsuchen.

MediaLABcom: Sie waren mit dem Glasfaserprojekt Lauchhammer für die European Broadband Awards 2017 nominiert. Welche Gründe hat die EU-Kommission für Ihre Nominierung aufgeführt?

Bernd Nitzschner: Ausschlaggebend waren die beschriebenen Synergieeffekte beim Netzausbau, die zur Nominierung für den Award führten. Aus meiner Sicht ist das ein Beleg dafür, dass zwar vielerorts von derartigen Effekten die Rede ist, sie aber doch nur selten in der Praxis umgesetzt werden. In Lauchhammer gelingt uns das dank einer reibungslosen Kommunikation zwischen Stadt, Versorgern und uns als Netzbetreiber sehr erfolgreich. Diese Synergieeffekte reduzieren die Investitionen in den Netzausbau. Auf diese Weise haben wir ganz ohne Fördermittel eine nahezu 100-prozentige Ersterschließungsquote erreicht, das heißt, wer den FTTH-Anschluss nutzen will, muss keine

Erschließungskosten bezahlen, die in vielen Fällen eine vierstellige Summe für Privathaushalte ausmachen können. Dementsprechend hoch ist die Wechselquote vom Wettbewerb zu uns.

MediaLABcom: Sie waren zur Preisverleihung in Brüssel. Ein besonderes Erlebnis?

Bernd Nitzschner: Auf jeden Fall. Es war schon faszinierend, mit anderen Unternehmen aus ganz Europa zusammenzukommen und sich mit ihnen sowie den Mitarbeitern der EU-Kommission über die Erfahrungen im Breitbandausbau auszutauschen. Die Preisverleihung selbst war sehr ergreifend. Ein würdiger Rahmen. Da kam schon etwas Gänsehaut-Feeling auf.

MediaLABcom: Ein breites mediales Echo lösen die European Broadband Awards nicht aus. Woran liegt das Ihrer Meinung nach?

Bernd Nitzschner: Das ist ganz einfach: Auf der Preisverleihung habe ich keinen einzigen Journalisten gesehen. Anscheinend hat die EU keinerlei PR-Arbeit gemacht, obwohl ihr das Thema Breitband beziehungsweise Digitalisierung durchaus wichtig ist. Mit dem Award hätte man einige interessante Leuchtturmprojekte einer breiten Öffentlichkeit präsentieren können. Aber diese Möglichkeit haben die Veranstalter schlicht tatenlos verstreichen lassen. Davon war ich schon etwas enttäuscht.

MediaLABcom: Hat denn die Politik, auf Landes- oder Bundesebene, Notiz von Ihrer Nominierung genommen?

Bernd Nitzschner: Auf Landes- und lokalpolitischer Ebene schon. Es gab Glückwünsche, auch von Geschäftspartnern. Allerdings muss man festhalten, dass das nicht geschah, weil Brüssel PR gemacht hätte, sondern weil wir und die Stadt Lauchhammer selbst mit der Nominierung in die Medien gegangen sind.

MediaLABcom: Dadurch haben Sie es auf den Titel der überregionalen "Lausitzer Rundschau" geschafft. Welche Auswirkungen hatte die Berichterstattung der Zeitung?

Bernd Nitzschner: In dem Moment, in dem wir in der Zeitung standen, kamen die umliegenden Kommunen auf uns zu und wollten wissen, wie man das Lauchhammeraner Modell übertragen könnte. Wir haben zwar schon vorher versucht, das Projekt in die Medien zu tragen, aber so richtig schien sich die Lokalpolitik, auch aus anderen Landkreisen, nicht dafür zu interessieren. Das änderte sich schlagartig mit der Berichterstattung der "Lausitzer Rundschau".

MediaLABcom: Was empfehlen Sie denn Unternehmen, die wie Sie im Glasfaserausbau tätig sind und daher auch mit bürokratischen Fallstricken, geringer politischer Unterstützung und größeren Wettbewerbern zu kämpfen haben?

Bernd Nitzschner: Man darf sich einfach nicht beirren lassen und sollte nicht zu sehr auf Fördermittel setzen. In diesem Bürokratie-Wahn geht man sehr schnell unter, weil man als Mittelständler kaum in der Lage ist, die Anforderungen zu erfüllen, um Fördermittel zugewiesen zu bekommen.

MediaLABcom: Das heißt, die Politik muss hier was ändern?

Bernd Nitzschner: Auf jeden Fall. Meines Erachtens sind die Förderbedingungen vom Bund und der EU so ausgelegt, dass sie nur von großen Netzbetreibern erfüllt werden können. In unserem Landkreis Oberspreewald-Lausitz sind derzeit zum Beispiel nur zwei Lose für Bundesfördermittel ausgeschrieben. Bei einer kleinteiligeren Vergabe könnten aber auch Mittelständler wie wir zum Zuge kommen und Projekte wie das in Lauchhammer könnten noch kostengünstiger umgesetzt werden. Die Ausschreibung von Fördermitteln erfolgt jedoch in einem immer größer werdenden Umfang und Stil, so dass nur noch Konzerne zum Zuge kommen können, die über die entsprechenden Rechts- und Ausschreibungsabteilungen verfügen.

MediaLABcom: Die Bundesregierung will ein neues Förderprogramm auflegen. Wird sie derartige Kritikpunkte berücksichtigen?

Bernd Nitzschner: Die Hoffnung stirbt zwar zuletzt, aber vorstellen kann ich mir das ehrlich gesagt nicht. Es ist offenbar politischer Wille, der Telekom im europäischen Digitalmarkt eine führende Rolle zukommen zu lassen, also muss sie auf nationaler Ebene gestärkt werden. Anders lässt sich für uns nicht erklären, warum Ausschreibungen eine Breitbandversorgung mit 50 Mbit/s vorsehen, die über den bestehenden Kupferdraht realisiert werden kann. Unter solchen Umständen wird man mit Glasfaser niemals das wirtschaftlichere Ausbauprojekt im Rahmen einer Wirtschaftlichkeitslückenförderung vorlegen können. So bleiben der Mittelstand und der Glasfaserausbau natürlich auf der Strecke. Unsere Lösung heißt deshalb: Flucht nach vorne. Das Glasfaserprojekt Lauchhammer demonstriert eindrucksvoll, dass auch mittelständische Netzbetreiber gegen die Branchenriesen bestehen und den Breitbandausbau in Deutschland vorantreiben können – ganz ohne Fördermittel vom Staat oder der EU.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Manchmal kann man politische Absichten im konkreten Handeln besser erkennen als in Sonntagsreden. Wenn zum Beispiel der Förderung des Breitbandausbaus in bisher unterversorgten Gebieten im Koalitionsvertrag das Wort geredet wird. Dann wird viel von Chancen für „den Mittelstand“ geredet. Darunter fallen auch mittelständische Kabelnetzbetreiber. Über die Angebotsausschreibung wird dann aber diesen Mittelständlern die Teilnahme fast unmöglich gemacht.

Prohibitive Praxis

Nehmen wir also einmal das Thema „Bürgschaften bei Angebotsabgabe“ als Beispiel. So erscheint in den Vertragsentwürfen der Kommunen (beziehungsweise deren Berater) vor der Endverhandlung oftmals der Passus, dass die Anbieter zum Vertragsabschluss eine Bürgschaft stellen sollen. Diese umfasst dann in etwa eine bis anderthalb Jahresnetzmieten. Und natürlich wird verlangt, dass diese Bürgschaften von Beginn an gleich die ganze Laufzeit des Netzbetriebsvertrages abdecken. Das bedeutet teilweise mehr als 15 Jahre, was bei Bürgschaften „normaler“ Unternehmen in ihrem wirtschaftlichen Praxisalltag in dieser Länge vollkommen unüblich ist. Mitunter wird sogar darauf hingewiesen, es wäre im kommunalen Bereich oder für Stadtwerke üblich.

Existenzielles Risiko ins Blaue

Das Angebot wird vom Betreiber verbindlich verlangt, obwohl das der kommunalen Gebietskörperschaft beziehungsweise ihrem Regiebetrieb gehörende passive Breitbandnetz häufig noch nicht begonnen beziehungsweise nicht fertig gestellt wurde. Das Angebot bedarf lediglich der Annahme beziehungsweise Zustimmung der Kommune sowie der finalen Prüfung des Breitbandbüros. Ohne Berücksichtigung der wirtschaftlichen Notwendigkeiten konfrontiert man - beispielsweise in einem Netz mit am Ende insgesamt 10.000 zahlenden Kunden - mittelständische Anbieter mit praxisfernen Herausforderungen.

Praxisferne Anforderungen

Wenn in diesem Beispiel vom Netzinhaber pro Kunde im Durchschnitt eine Netzmiete von 17 Euro netto monatlich, also 204 Euro netto pro anno beziehungsweise 306 Euro bei 1,5 Jahren eine Bürgschaft verlangt wird, ergeben 10.000 zahlende Kunden einen Bürgschaftsbedarf bei einem Jahr Netzmiete von 2,04 Millionen Euro oder bei 1,5 Jahren Netzmiete sogar von 3,06 Millionen Euro.

Dies geschieht vor dem Hintergrund, dass der Anbieter seiner Bank, die nach seiner Vorstellung die Bürgschaft stellen soll, für die Angebotsphase noch nicht einmal die konkreten Abschlüsse/Verträge vorlegen kann, sondern lediglich die Ausschreibungsunterlagen für jene Betreibermodelle, für die der mittelständische Anbieter bindende Angebote abgeben soll. Dies wird verlangt im Wissen, dass eine (pauschale) Bürgschaftsvereinbarung mit einer Bank oder einem Kreditversicherer natürlich die Finanzierungsstruktur des mittelständischen Netzbetreibers belastet, ohne dass er eine Garantie für eine Auftragserteilung in Händen hält.

Weitere Betreiberrisiken

Zusätzlich Risiken für den Betreiber stellt noch die Vorgabe von Regelungen im Netzbetriebsvertrag dar, dass nämlich im Falle von Problemen bei Bürgschaften der Netzbetreiber für alle Kosten aufkommt, die im Falle einer Kündigung durch den Netzanbieter, also die kommunale Gebietskörperschaft oder ihren Regiebetrieb, entstehen sollten. Dabei bleibt unklar, ob dies auch Risiken aus der Vergabe von zugesagten Bürgschaften umfasst.

Gleichzeitig soll damit auf der anderen Seite der Netzbetreiber aber auch alle Risiken eines verzögerten Netzausbaus übernehmen, wie zum Beispiel Vorhaltung des Personals, die entstehenden Kosten für die Reservierung oder Schaltung der Backbone-Anbindung, die Kosten für eine Vorvermarktung, die auch der Investitionssicherheit des Netzinhabers dient usw. usf.

Fazit

Ob hier nur Verantwortung wegorganisiert oder eine eigene Tochtergesellschaft wettbewerblich bevorzugt werden soll, kann an dieser Stelle offenbleiben. In jedem Fall erschwert es Mittelständlern die Teilnahme an Ausschreibungen für Betreibermodelle, wenn doch eigentlich erst mit Netzübergabe die Stellung der Bürgschaft erforderlich ist. Dann natürlich auch mit betragsmäßig beschränkten „Strafen“, falls zu diesem Zeitpunkt keine Bürgschaft vorgelegt wird.

Wenn die Breitbandverantwortlichen der GroKo vorankommen wollen, sollten sie dabei helfen, dass sich guter Wille nicht in praxisfernem Verwaltungskuddelmuddel verheddert. Es sei denn, man möchte die Mittelständler vor Ort nicht beteiligen. In diesem Fall kann dann aber auch von politischen Beileidsbekundungen abgesehen werden.

Jahresumsatzes zahlen. Studien zeichnen ein düsteres Bild: Nur wenige Unternehmen sind vorbereitet. Die Rede ist von der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO), die am 25. Mai 2018 in Kraft tritt. Mit ihr wird alles anders, außer für Medienunternehmen – insofern sich klar abgrenzen lässt, was unter Medien zu verstehen ist. Und das ist natürlich nicht so einfach.

Ein Beispiel aus der Praxis: Eine Unternehmerin gibt dem NDR-Magazin „Panorama“ ein Interview zum Thema Arbeitsschutz und kommt dabei auf einen Fall aus ihrer Firma zu sprechen. Im Nachhinein hält sie das für keine gute Idee und bittet den NDR, den Beitrag mit dem Interview aus der Mediathek zu entfernen. Der wehrt sich und behält auch vor Gericht Recht. Die Unternehmerin verklagt daraufhin YouTube, um die Verbreitung des Beitrags auf dieser Plattform zu unterbinden – erstinstanzlich gewinnt sie, verliert dann zwar in der zweiten Instanz, strengt nun aber eine Verfassungsbeschwerde gegen den YouTube-Besitzer Google an.

Das Medienprivileg

Dem NDR war deshalb nicht beizukommen, weil er sich auf das Medienprivileg beruft. Journalistisches Arbeiten wäre nicht möglich, wenn, wie es die DS-GVO vorsieht, vor der Verwendung persönlicher Daten zuerst die Genehmigung der jeweiligen Person eingeholt werden müsste. Eine investigative Recherche wäre undenkbar, die Funktion der Meinungsbildung und Kontrolle in einer freiheitlich-demokratischen Gesellschaft gefährdet. Also gibt es das Medienprivileg, das besagt, dass der Datenschutz für die journalistische Arbeit nicht vollumfänglich angewendet wird, es für die redaktionelle Datenverarbeitung gesonderte Regeln und Aufsichtsinstanzen gibt.

Um dieses Medienprivileg gab es im Rahmen des Gesetzgebungsverfahrens der DS-GVO heftige Debatten. Und selbst jetzt, kurz vor dem Inkrafttreten der Verordnung sind sich die Juristen über mögliche Konsequenzen uneins, wenngleich es inzwischen als Konsens gilt, dass das Medienprivileg nahezu unverändert fortbestehen wird. Daher schafft nicht etwa die DS-GVO Schwierigkeiten bei der Medienunterscheidung, es sind vielmehr die Medienunternehmen selbst, die über Mediengattungen sowie über den Bereich der Medien hinweg tätig werden.

Autarke Datenschutzkontrolleure

Der Fortbestand des Medienprivilegs heißt aber nicht, dass sich nicht auch für Medienunternehmen etwas ändert. Rundfunksender, private wie öffentlich-rechtliche, bekommen ab dem 25. Mai 2018 Datenschutzbeauftragte an die Seite gestellt. Für die Privaten werden sie von den Landesmedienanstalten ausgestattet und ernannt, sind ansonsten allerdings weitgehend autark, was die Frage aufwirft, wer die Datenschutzkontrolleure eigentlich kontrolliert.

Darüber hinaus wird befürchtet, dass es eine Debatte um die Zuständigkeiten im Rahmen der Durchsetzung der DS-GVO geben wird. Ein Beispiel: Die Mediengruppe RTL Deutschland hat ihren Sitz in Köln. Somit ist die Landesanstalt für Medien (LfM) aus Düsseldorf für das Telemedienangebot von RTL zuständig. Das Fernsehangebot ist jedoch bei der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM) lizenziert, so dass dafür Hannover zuständig ist. Das war bislang auch ohne DS-GVO der Fall, aber durch die Grundverordnung befürchten einige Juristen eine zunehmende Fraktionierung der Zuständigkeiten.

Außerdem können sich Medienunternehmen nicht pauschal auf das Medienprivileg berufen. Wenn es beispielsweise um die Verwertung von Kundendaten geht, gilt auch für Medienunternehmen die DS-GVO, denn sie erlaubt die Medienprivilegierung nur für den journalistischen, wissenschaftlichen oder künstlerischen Zweck. Der Verkauf von Kundendaten an Dritte ist davon beispielsweise ausgeschlossen. Hier würde wieder gelten: nicht ohne Zustimmung des Nutzers.

Medienprivileg für Privatpersonen

Viel drängender ist aber die Frage, wer sich auf das Medienprivileg berufen kann und wer unter die „normale“ Datenschutzregulierung fällt. Insbesondere im Bereich Social Media wird sie diskutiert. Kann sich ein Blogger auf das Medienprivileg berufen? „Der Zugang zur Medienprivilegierung ist sehr niederschwellig“, sagte Christoph Fiedler, Geschäftsführer Europa- und Medienpolitik im Verband der Deutschen Zeitschriftenverleger (VDZ) Mitte April 2018 auf einer Veranstaltung des Kölner Forums Medienrecht. Es gibt weder eine für Journalisten vorgeschriebene Ausbildung noch eine Anzeigepflicht für entsprechende Produkte oder Tätigkeiten. Wer Journalist werden will, kann einfach anfangen zu bloggen.

Ein Konsens unter Juristen besteht zwar nicht, aber es spricht vieles dafür, dass auch ein Blogger das Medienprivileg genießt, insofern einige Voraussetzungen erfüllt sind: Seine Beiträge müssen eine meinungsbildende Funktion erfüllen, er muss sich an den journalistischen Grundlagen der Sorgfalt orientieren und der journalistisch-redaktionelle Gehalt in seinem Angebot muss im Vordergrund stehen.

Problem Intermediär

Das Beispiel des NDR-Beitrags offenbart, dass auch die Situation der Intermediäre keineswegs einfach ist. Dass die Auflistung journalistischer Inhalte durch eine Suchmaschine nicht das Gleiche ist wie die Erstellung dieser Inhalte und deshalb auch keinen privilegierten Schutz genießt, leuchtet ein. Dies ändert sich laut Expertenmeinungen auch nicht durch die DS-GVO, weshalb besagte Unternehmerin gute Chancen mit ihrer Verfassungsbeschwerde hat. „Als Suchmaschine sind wir aber im Umfeld des

Medienprivilegs tätig“, sagt indes Dennis Kaben, Legal Director bei Google Germany, „Es gibt Überschneidungen.“

Sie beginnen dort, wo die reine Mittlertätigkeit eines Intermediärs aufhört und er ein Mindestmaß an redaktioneller Bearbeitung vornimmt, wie etwa eine Vorab- oder Nachkontrolle der vermittelten Inhalte. Dass aber nach dem 25. Mai aus Intermediären plötzlich reihenweise Medienhäuser werden, ist nicht zu erwarten, denn im Schutze des Medienprivilegs gelten für Unternehmen auch andere Haftungsregularien. Für ein Medienunternehmen gilt zum Beispiel nicht das Notice-and-Takedown-Verfahren, demzufolge ein Intermediär einen Inhalt entfernen muss, wenn er darauf hingewiesen wurde, dass dieser gesetzeswidrig ist. Publiziert ein Medienhaus einen rechtswidrigen Inhalt, haftet es direkt für die Folgen der Veröffentlichung.

Kampfansage der Datenschutzbehörden

Das mag alles relativ konkret klingen, jedoch diskutieren Juristen noch immer darüber, wie sich die DS-GVO in Grenzfällen wie Social Media oder bei Intermediären letztendlich auswirken wird. Für Nicht-Juristen muten diese Debatten bisweilen seltsam an, wenn sich die Experten uneins darüber sind, wie man einen Gesetzestext zu verstehen hat. Nachfragen beim Gesetzgeber kommt anscheinend nicht in Frage. Wahrscheinlich weil sich die Juristen einig sind, dass derartige Debatten letzten Endes ihren Stand erhalten. Wäre ja auch zu schön, wenn Laien einen Gesetzestext auf Anhieb verstünden und es keine juristischen Übersetzer mehr bedürfe. Damit das nicht passiert, enthält die DS-GVO Sätze, die über 900 Zeichen lang sind. Die Verordnung selbst fordert indes von den Unternehmen eine einfache Sprache in Sachen Datenschutz.

Auch die Landesdatenschutzbehörden werden nicht unbedingt konkreter, dafür aber aus Sicht der Unternehmen bedrohlicher. „Nach dem 25. Mai findet der Datenschutz des Telemediengesetzes keine Anwendung mehr“, erklärt Kristin Benedikt, Referatsleiterin Internet und Telemedien bei dem Bayerischen Landesamt für Datenschutzaufsicht. Einen großen Spielraum für eine Interessensabwägung lasse die DS-GVO ihren Worten zufolge nicht. „Es wird einen Bereich geben, der nur mittels Einwilligung des Nutzers funktionieren wird“, mahnt Benedikt.

Das sei allerdings nicht neu, sondern schon seit jeher im EU- und Bundesrecht verankert. „Daher frage ich mich, wie es diejenigen, die jetzt laut klagen, bislang mit dem Datenschutz gehalten haben“, sagt Benedikt. Um ihre Aussagen nicht völlig wie eine Kampfansage klingen zu lassen, verweist sie auf die Beratungsfunktion der Landesdatenschutzbehörden. Von der sollte das eine oder andere Unternehmen bis zum 25. Mai eventuell noch schnell Gebrauch machen.

ARD und ZDF verteidigen Facebook-Präsenz

Dr. Jörn Krieger

ARD und ZDF sehen Facebook als wichtige Informations- und Kommunikationsplattform und lehnen die Forderung des Fachverbands Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) ab, das umstrittene Social-Media-Netzwerk angesichts des jüngsten Datenskandals und der ungeklärten Verwertung der Nutzerdaten zu verlassen.

„Auch innerhalb des ARD-Senderverbunds - in dem die Landesrundfunkanstalten weitgehend autonom agieren - werden die Fragen rund um Facebook kritisch diskutiert. Und dies nicht erst seit Beginn des jüngsten Datenskandals,“ erklärte die ARD in einer Stellungnahme gegenüber MediaLABcom. „Grundsätzlich lässt sich sagen, dass die ARD - wie andere 'klassische' Medien - Facebook keineswegs mit groß gemacht hat, sondern vielmehr erst nach einer Phase abwartender Prüfung auf Plattformen dieser Art aktiv geworden ist - nachdem sich Facebook zu einer relevanten Plattform mit Millionen von Nutzern entwickelt hatte. Die ARD ist dabei von dem Grundgedanken geleitet, dass wir Nutzer mit unseren Angeboten dort 'abholen' müssen, wo sie sich bewegen, eben auch auf Plattformen wie Facebook. Dazu kommt der Grundsatz, dass wir die Debatten in den sozialen Medien nicht jenen überlassen dürfen, die mit einseitigem Content oder gar Hetze versuchen, Meinungen zu manipulieren - diese Gefahr würde wachsen, würden wir uns dort ruckartig zurückziehen. Wir sehen es als unsere Aufgabe, mit professionell recherchierten Informationen und Fakten-basierten Inhalten Debatten zu versachlichen.“

Gleichzeitig arbeite der ARD-Senderverbund daran, eigene Plattformen attraktiver zu machen, um angesichts der Dominanz großer US-amerikanischer Player im Internet Alternativen anzubieten, die verantwortungsvoll mit den Daten der Nutzer umgehen, heißt es in der ARD-Stellungnahme. Ein Ziel sei dabei, Menschen wieder für Inhalte jenseits von Facebook zu begeistern: für Mediatheken, Websites, Apps. Und weiter: „Der amtierende ARD-Vorsitzende, BR-Intendant Ulrich Wilhelm, hat zudem eine Debatte über eine mögliche gemeinsame Plattform öffentlich-rechtlicher Qualitätsanbieter mit den Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen auf deutscher oder europäischer Ebene angestoßen. Ungeachtet dessen berichtet der ARD-Senderverbund an vielen Stellen ausführlich über den Facebook-Datenschutzskandal und klärt auf, wie man - selbst wenn man Facebook nutzt - das eigene Profil besser vor dem Zugriff von Apps und anderen Anwendungen schützen kann. Genau diese Inhalte erreichen auch auf Facebook & Co. das passende Publikum.“

Auch das ZDF verteidigt sein Engagement bei Facebook und lehnt einen Ausstieg ab. „Die Facebook-Seiten des ZDF und seiner Redaktionen sind wichtige Plattformen für den Austausch mit dem Publikum. Ein Rückzug davon ist nicht geplant“, sagte ein ZDF-Sprecher gegenüber MediaLABcom. „Unabhängig

davon setzt sich das ZDF mit Facebook und dem aktuellen Datenskandal in seiner Berichterstattung journalistisch kritisch auseinander."

Der FRK hatte zuvor ARD und ZDF zum sofortigen Rückzug aus Facebook [aufgefordert](#). "Mit Rundfunkgebühren finanzieren ARD und ZDF seit Jahren den gezielten Ausbau ihrer Reichweite auf Facebook. In dieser Zeit haben sie dem Unternehmen viele Millionen Nutzerdaten ihrer Zuschauer zugeführt, von denen niemand weiß, wie diese verwertet und von wem diese letztlich genutzt werden. Es kann doch nicht sein, dass Facebook noch länger gebührenfinanziert unterstützt wird und damit die Zuschauer den Missbrauch ihrer eigenen Daten mitfinanzieren", kritisierte der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte. Er wundert sich besonders über die Inkonsequenz der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten: "Auf der einen Seite berichten alle ARD-Sender und das ZDF quasi rund um die Uhr über den Skandal, um auf der anderen Seite ihre Zuschauer weiterhin gebührenfinanziert zur Nutzung von Facebook zu verleiten. Dabei geht inzwischen selbst das Bundeskartellamt davon aus, dass Facebook seine Marktmacht gegenüber den Kunden durch die Art und Weise, wie Daten aus Drittquellen gesammelt und verwertet werden, missbraucht."

Hereinspaziert zum Datenklau! Müssen die Öffentlich-Rechtlichen auf Facebook präsent sein?

Marc Hankmann

Ach, waren das noch ruhige Zeiten, als der öffentlich-rechtliche Rundfunk nur Rundfunk war und kein Telemedium! Das Signal wurde über Antenne, Satellit und im Kabel verbreitet. Das genügte, um den Versorgungsauftrag zu erfüllen und die Zuschauer zu erreichen. Heute hetzen ARD, ZDF und Deutschlandfunk dem Nutzer hinterher, gerade dem jungen, der sich in den sogenannten sozialen Medien tummelt. Um ihn zu erreichen, lassen sich die sonst so mächtigen Öffentlich-Rechtlichen einiges gefallen. Vielleicht zu viel gefallen?

Aus dem Datenskandal rund um Facebook ziehen die Öffentlich-Rechtlichen jedenfalls zunächst keine Konsequenzen bezüglich ihrer Präsenz auf der Plattform. Müssten sie auch nicht, weil zumindest der Verkauf von Daten kein Skandal, sondern Teil des Facebook-Geschäftsmodells ist, dem jeder Nutzer durch die Registrierung zugestimmt hat. Natürlich ist aber die Verwendung der Daten zum Zweck der Wahlbeeinflussung alles andere als ein ehrwürdiges Geschäftsgebahren.

Dem ORF jedenfalls reicht der Vorfall aus, um eine Überprüfung seiner Aktivitäten auf Facebook anzukündigen. Nun befinden sich die österreichischen Nachbarn in einer gänzlich anderen (politischen) Situation, aber wenigstens eine solche Ankündigung hätten ARD, ZDF und Deutschlandfunk verbreiten können, um den Gebührendahlern mitzuteilen, dass sie die Plattform ebenfalls kritisch sehen. ARD und ZDF rühren sich aber erst auf [Anfrage](#).

Nur Steigbügelhalter für Amerikaner?

Die Kritik wird jedenfalls lauter, wie die Pressemitteilung des Fachverbands für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) zeigt. Sind ARD, ZDF und Deutschlandfunk nicht mehr als Steigbügelhalter für das Geschäftsmodell von Facebook? Breiten sie den Amerikanern den roten Teppich zu den Daten der eigenen Nutzer aus?

Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk muss man zumindest zugestehen, den Beitragszahler überall erreichen zu wollen. Sicherlich wäre die Abhängigkeit von Facebook weniger groß, wenn das Projekt Germany's Gold nicht am Kartellrecht gescheitert wäre. Aber einerseits US-Digitalgiganten wie Facebook und Google im publizistischen Wettbewerb zu verteuflern und andererseits ihre Plattformen für die eigene Reichweite zu nutzen, spricht für ein ambivalentes Verhältnis zu den US-dominierten „sozialen“ Medien. Will man ihre Macht eindämmen, indem man sie selbst nutzt?

„ARD Buffet“ gegen Hate Speech

Der ARD glaubt man, wenn sie sagt, dass innerhalb des Senderverbands über Facebook und Co. debattiert wird. Das machen die Landesrundfunkanstalten ja bei jedem Thema. Aber eigentlich ist niemand an einen ARD-Beschluss gebunden. Es gibt schließlich keine die einzelne Rundfunkanstalt übergreifende Social-Media-Strategie der ARD. Jeder kocht sein eigenes Süppchen und so kann auch jeder dessen Zutaten wählen.

Die ARD sagt darüber hinaus, dass sie mit Information und Qualitätsjournalismus gegen Fake News und Hate Speech auf Facebook antritt. Ein ehrenwertes Vorhaben, das Sendungen wie „ARD Buffet“ oder „Rote Rosen“ aber wohl kaum erfüllen. Wäre es deshalb nicht ein bemerkenswerter Schritt, wenn reine Unterhaltungsformate der Öffentlich-Rechtlichen auf Facebook verschwinden würden?

Biedermann und die Brandstifter

Oder fühlen sich ARD, ZDF und Deutschlandfunk gegenüber Facebook so ohnmächtig, dass man gar keine Miene zum bösen Spiel macht? Die jüngste Änderung des Algorithmus führte zu einer schlechteren Sichtbarkeit von Medienangeboten. In den USA geht Facebook mit einem eigenen Videodienst namens Watch an den Start und kaufte sich Übertragungsrechte an der National Football League (NFL).

Hier wächst ein Mediengigant heran, der für die Öffentlich-Rechtlichen aufgrund seiner attraktiven

Reichweite höchst verlockend ist, sie aber gleichzeitig mit eigenen Medienangeboten an die Wand drückt. Man fühlt sich irgendwie an Max Frischs Biedermann erinnert, der sorglos die Brandstifter ins Haus lässt. Nur ist es bei Facebook umgekehrt. Das Haus wächst und gedeiht. Stattdessen sind es die sorglosen „Brandstifter“, die sich im Haus tummeln und am Ende brennen.

Betrug am Beitragszahler

Als der Doping-Skandal im Profi-Radsport ausuferte, verringerten die Öffentlich-Rechtlichen ihre Berichterstattung über die Tour de France. Der Betrug am Sport wurde geahndet. Aber was ist mit dem gefühlten Betrug am eigenen Zuschauer, dessen Daten Facebook beziehungsweise Cambridge Analytica für fragwürdige Zwecke verwendet haben?

Natürlich sanken wegen des Doping-Skandals auch die Einschaltquoten. Das dürfte die Entscheidung über die Reduzierung der Berichterstattung erleichtert haben. Im Fall von Facebook, YouTube oder Twitter sollten die Öffentlich-Rechtlichen aber nicht auf die Reaktion des Nutzers warten. Der Datenskandal bei Facebook hat bislang jedenfalls keine negativen Auswirkungen auf die Nutzung der Online-Plattform. Stattdessen könnte der öffentlich-rechtliche Rundfunk einfach einmal Rückgrat zeigen.

Kabelstreit beendet: ARD und ZDF zahlen aber weiterhin Einspeiseentgelte

Dr. Jörn Krieger

Die ARD und die beiden großen Kabelgesellschaften Vodafone (ehemals Kabel Deutschland) und Unitymedia haben ihren Streit um die Zahlung von Einspeiseentgelten für die Kabelverbreitung der öffentlich-rechtlichen Sender beigelegt. Das ZDF erzielte eine entsprechende Einigung mit Vodafone, nicht aber mit Unitymedia. Im Rahmen der Vereinbarungen schlossen die Beteiligten neue, langjährige Partnerschaften für die Kabelverbreitung, die die Einspeisung weiterer HD-Sender und der Mediatheken-Inhalte der öffentlich-rechtlichen Anbieter umfasst. ARD und ZDF zahlen für die Kabelverbreitung ihrer regulären, linearen Sender als Teil der Vereinbarungen mit dem Unternehmen Einspeiseentgelte, wie eine Vodafone-Sprecherin gegenüber MediaLABcom bestätigte.

In den seit 1992 laufenden Gerichtsverfahren ging es um die strittige Frage, ob ARD und ZDF als verpflichtend einzuspeisende Sender ("Must Carry") für die Kabelverbreitung einen Vertrag benötigen und den Kabelnetzbetreibern eine Vergütung zahlen müssen. 2011 kündigten ARD und ZDF ihre Einspeiseverträge mit den großen Kabelnetzbetreibern zum Jahresende und stellten die Zahlungen ein. Es sei nicht mehr zu rechtfertigen, dass Gebühren an Unternehmen gezahlt werden, die mit der Vermarktung der öffentlich-rechtlichen Programme gutes Geld verdienen, sagte ZDF-Intendant Thomas Bellut damals zur Begründung. Zuletzt hatten ARD und ZDF einen Rückschlag in der Auseinandersetzung erlitten: Das Oberlandesgericht Düsseldorf [entschied](#) im Juli 2017, dass die Sender zur Zahlung von Einspeiseentgelten verpflichtet seien.

Die Einigung von Vodafone mit der ARD sieht vor, dass in Kürze die Sender ARD-alpha HD, Tagesschau24 HD, One HD und SR Fernsehen HD in den Kabelnetzen aufgeschaltet werden. Mit dem ZDF hat Vodafone vereinbart, dass in Kürze ZDFinfo HD ins Angebot aufgenommen wird. Außerdem sollen den Kunden - neben den über HbbTV zugänglichen Angeboten (Red Button) - auch über die Vodafone-Unterhaltungsplattform GigaTV viele Sendungen der Mediatheken von ARD und ZDF direkt nach TV-Ausstrahlung auf der Set-Top-Box, dem Smartphone oder Tablet zum Abruf bereitgestellt werden. Laut Vodafone-Deutschland-CEO Hannes Ametsreiter sind die neuen Partnerschaften mit ARD und ZDF ein großer Schritt nach vorne: "Gemeinsam konzentrieren wir uns darauf, den Zuschauern ein einzigartiges Fernseherlebnis mit hochwertigen TV-Angeboten zu bieten, die jederzeit und überall abrufbar sind. Mit mehr Fernseh-Vielfalt und -Komfort durch künftig noch mehr HD-Qualität, Mediatheken und zahlreiche neue digitale Features auf GigaTV."

Die Einigung von Unitymedia mit der ARD sieht vor, dass die TV-Kunden von Unitymedia ab 24. April 2018 das gesamte TV- und Radio-Angebot aller ARD-Landesrundfunkanstalten empfangen können. Dazu werden sechs neue TV-Sender eingespeist: RBB Fernsehen Berlin HD, SR Fernsehen SD und HD, MDR Fernsehen Thüringen HD, tagesschau24 HD und Radio Bremen TV. Neu ins Radioangebot kommen NDR Blue, NDR Plus, Antenne Saar, Unser Ding SR, WDR2 Ruhrgebiet, WDR2 Rhein & Ruhr, BR Heimat und Bremen Next. In Kürze sollen außerdem über die TV- und Multimedia-Plattform Horizon von Unitymedia die ARD-Mediathek sowie die Tagesschau- und KiKa-App nutzbar sein.

Die Kunden können über Horizon bald auch die non-linearen Funktionen wie Replay (Sendungen können bis zu sieben Tage zurück abgerufen werden) oder Instant Restart (Zurückspringen an den Anfang einer laufenden Sendung) nutzen. "Es ist unser Anspruch, unseren Kunden die besten Inhalte – ob klassisch, auf Abruf, zeitversetzt oder über App – auf unserer TV-Plattform Horizon bereitzustellen. Dazu gehört zweifellos das umfangreiche Angebot der ARD. Wir freuen uns sehr über die erzielte langfristige Einigung", sagte Lutz Schüler, CEO von Unitymedia.

Ein Unitymedia-Sprecher bestätigte gegenüber MediaLABcom, dass die ARD-Anstalten im Rahmen der Vereinbarung eine Vergütungsleistung entrichten, "die im übergeordneten Gesamtkontext der umfassenden und langfristigen Zusammenarbeit steht". Zwischen Unitymedia und dem ZDF gebe es hingegen noch keine vertragliche Vereinbarung, weshalb die anhängenden Gerichtsverfahren weiter betrieben werden. "Wir hoffen, dass die Vereinbarung mit der ARD einen für beide Seiten gangbaren

Weg aufgezeigt hat, der in den noch ausstehenden Verhandlungen Orientierung bietet", sagte der Sprecher.

Der Einspeisegebühren-Kompromiss... oder gebührenunterstützte Verdrängung unabhängiger Kabelnetzbetreiber

Heinz-Peter Labonte

Jetzt zahlen sie wieder und privilegieren die großen Kabelnetzbetreiber. Und demnächst einen Kartellbruder? ARD und ZDF zahlten bis vor einigen Jahren bis zu 60 Millionen Euro pro Jahr für die Einspeisung ihrer Programme in die Netze von Kabel Deutschland (KDG) und Unitymedia. Kleine und mittelständische Kabelnetzbetreiber erhielten diese von der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (KEF) Ende der 1990er-Jahre durchgewunkene Kupferkoaxialförderung mit Gebührengeldern natürlich nicht.

Unter anderem deshalb und aus Kosteneinsparungsgründen stellten ARD und ZDF mit Unterstützung der KEF vor einigen Jahren die Zahlung der Einspeisegebühren ein. Dagegen klagten Unitymedia und Vodafone, das inzwischen die KDG übernommen hatte. Deutsche Gerichte deuteten an, ARD und ZDF hätten ihre Wettbewerbsmacht missbraucht. Eine Steilvorlage für den kommenden Kartellbruder Vodafone.

Preistreiber für Telekom-Kabel

Wenn man sich der damaligen Zusammensetzung der KEF und die politischen Interessen der damaligen Inhaber des Bundesunternehmens nebst ihrer medienpolitischen Absichten erinnert, wird sehr deutlich: Diese Einspeisegebühr war eine Subvention des Verkaufspreises des Kupferkoaxialnetzes der Deutschen Telekom in Höhe von rund 600 Millionen Euro.

Die zur besseren Verkäuflichkeit in Regionalgesellschaften organisierten Kabelnetze wurden von der Telekom entsprechend der politischen Vorgaben für viele Milliarden Euro verkauft. Für den rund 10-fachen EBITDA. Da die öffentlich-rechtlichen Programme ohnehin als wesentliche Treiber der Werte der Kabelnetze galten und gelten, wurden und werden sie selbstverständlich zur Kundenbindung der Kabelabonnenten in die Netze eingespeist. Den Kaufpreis über Gebührengelder zu erhöhen ist nur angesichts der damaligen politischen Ziele und der personellen Zusammensetzung der KEF nachvollziehbar.

Augenwischerei Gebührensenkung

Die heutige KEF will ARD und ZDF zum Sparen zwingen. Die Ministerpräsidenten fordern desgleichen, weil sie die Gebühren senken beziehungsweise eine Gebührenerhöhung vermeiden wollen. Und was tun die Sender? Sie vereinbaren nach der Einstellung der Zahlungen vor einigen Jahren nunmehr die erneute Zahlung – allerdings unter dem Schein der Vermeidung wettbewerbsrechtlich relevanter Absprachen.

Wenn das ZDF mit dem einen und die ARD mit dem anderen Marktbeherrscher im Kabel diese Gebühren nun wieder vereinbaren und dies mit einigen Zusatzpunkten für Internetdienste und deren Einspeisung verbinden, sind sie scheinbar aus dem Schneider. Und sie haben zusätzlich einen Grund für die Notwendigkeit einer Gebührenerhöhung, mindestens aber für die Abwehr von deren Senkung. Und natürlich gehen die mittelständischen und kommunalen Kabelnetzbetreiber inklusive der Tele Columbus AG samt Tochterfirmen wieder leer aus, obwohl sie die gleichen Leistungen für ARD und ZDF erbringen.

Politik für die Kartellbrüder

Merkwürdige Parallelität am Rande: Wie Ende der 1990er-Jahre mutet auch dieser Schritt wie eine Preistreiberei für einen Marktbeherrscher an. Seit einiger Zeit will laut [Medienberichten](#) John Malone Unitymedia an Vodafone verkaufen. So kommen 20 Jahre nach der Teilung und dem Verkauf der Koaxialnetze der Telekom diese wieder zu einem einzigen Besitzer. Denn Vodafone hatte bereits vor einigen Jahren die KDG gekauft und verkauft deren Leistungen inzwischen als Vodafone-Kabel. So kommt auch hier wieder zusammen, was zusammengehört. Und die KEF mitsamt Ministerpräsidenten sind bei der Oligopolisierung des Kabelmarktes als Geburtshelfer dabei. Denn auch aus deren Sicht scheinen Oligopole erstrebenswerter als ein funktionsfähiger Mittelstand.

Wenn Elefanten tanzen,

leidet das Gras. Allerdings stört der Mittelstand als mit politisch unterstützter Marktmacht plattgetrampelt Gras nicht mehr, denn mit Vodafone und Telekom zu reden und über die Aufsichtsgremien in ARD und ZDF sowie Gesetzesgestaltung der KEF-Zusammensetzung ist erheblich einfacher, als mit diesem Flohzirkus wettbewerbsorientierter Mittelständler und ihren potenziell untreuen Wählern mit ihren blöden ordnungspolitischen Reminiszenzen umgehen zu müssen. Das Gras soll also ruhig beim Tanz der Elefanten leiden. Man bleibt lieber unter sich.

Fazit

Zwischenzeitlich hat der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) die Verantwortlichen

bei ARD und ZDF über seinen Justiziar angeschrieben und die gleichen Vereinbarungen für seine Mitglieder angeboten, die immerhin mehr als fünfenehalb Millionen Kunden über ihre Kabelnetze beliefern, also auch mit ARD- und ZDF-Empfang versorgen.

Zwei Dinge sind anders als vor rund 20 Jahren: Die Mittelständler sind juristisch aufmerksamer und wehrhafter als damals und haben den damals Begünstigten an der Seite: die Telekom. Wenn nämlich, wie über die "Financial Times" bekannt wurde, Vodafone jetzt die Unitymedia-Netze tatsächlich für rund 16,5 Milliarden Euro übernimmt, reduziert sich das Oligopol auf zwei Mitglieder. Und dies macht manche Dinge dann schon transparenter. Schließt man die Öffentlich-Rechtlichen jedoch wieder mit ein, stimmt auch die Arithmetik wieder und der öffentliche Telekom-Widerstand ist vielleicht auch nur Teil der Inszenierung.

Urteil zur Störerhaftung: Gericht sieht Unterscheidung zwischen Neu- und Altfällen vor

RA Ramón Glaß

Im Juli 2016 haben wir uns bereits mit der Störerhaftung von Betreibern offener und freier WLAN-Netze sowie den Plänen der damaligen Bundesregierung, diese einzuschränken, [befasst](#). Nunmehr hat sich auch das Oberlandesgericht München in einem Urteil vom 15. März 2018 (Aktenzeichen 6 U 1741/17) mit dem Telemediengesetz sowohl in alter als auch in neuer Fassung auseinandergesetzt und entschieden, dass eine Haftung des WLAN-Betreibers nur für Altfälle besteht.

Der Fall McFadden

Im Jahr 2010 wurde der Politiker und Netzaktivist Tobias McFadden von Sony Music Entertainment Germany abgemahnt, weil über das offene WLAN seines Büros illegal ein Song heruntergeladen wurde. Da nicht mehr herauszufinden war, welcher Nutzer konkret den Song heruntergeladen hatte, wurde McFadden als Betreiber des WLAN-Netzes auf Unterlassung und Zahlung der Abmahnkosten in Anspruch genommen. Hiergegen ging er vor den Münchener Gerichten vor.

Das Landgericht München I hatte McFadden mittels Urteil vom 20. April 2017 (Aktenzeichen 7 O 14719/12) verurteilt, die von Sony geltend gemachten Abmahnkosten zu zahlen. Grundlage für diese Entscheidung war die Störerhaftung des WLAN-Betreibers. Nach diesem rechtlichen Konstrukt kann auch derjenige, der die rechtswidrige Handlung zwar nicht selbst begangen, sie aber in einer gewissen Weise gefördert hat, auf unter anderem Unterlassung sowie Ersatz etwaiger Abmahnkosten in Anspruch genommen werden. Voraussetzung ist, dass der Rechteinhaber zumutbare Anstrengungen unternommen hat, um gegen Täter oder Teilnehmer vorzugehen. Wenn diese Anstrengungen scheitern, kann grundsätzlich auch der Access Provider, in diesem Fall also der WLAN-Betreiber, in Anspruch genommen werden.

Frage der Störerhaftung vorm EuGH

Während des Verfahrens vor dem Oberlandesgericht München legte dieses die Frage der Störerhaftung auch dem Europäischen Gerichtshof vor. Auf Basis der Entscheidung des EuGH entschied das OLG München nun den Fall McFadden. Es kommt zu dem Urteil, dass bei der Frage der Störerhaftung zwischen Altfällen und Neufällen zu unterscheiden sei. Denn zwischenzeitlich wurde die Störerhaftung von Betreibern offener WLAN-Netze durch eine Novelle des Telemediengesetzes geändert (wir [berichteten](#) über die Anfänge).

Solche Fälle, die sich vor der Neufassung des Telemediengesetzes zugetragen haben, also vor dem 12. Oktober 2017, fallen nach Ansicht des OLG München auch unter die entsprechende Fassung des Telemediengesetzes. Betreiber offener WLAN-Netze haften in solchen Fällen also weiterhin für von Dritten begangene Urheberrechtsverletzungen. Anders verhält es sich nach Ansicht des OLG München mit solchen Fällen, die sich nach der Neufassung des Telemediengesetzes ereignet haben – hier soll keine Haftung des WLAN-Betreibers für Urheberrechtsverletzungen Dritter bestehen. Das OLG München hat die Revision zugelassen; das Urteil ist noch nicht rechtskräftig.

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

Neues vom FRK

Keine Unterstützung mehr für Facebook mit Rundfunkgebühren - ARD und ZDF sollten sich sofort zurückziehen und Zeichen setzen

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) fordert ARD und ZDF zum sofortigen Rückzug aus Facebook auf. „Mit Rundfunkgebühren finanzieren ARD und ZDF seit Jahren den gezielten Ausbau ihrer Reichweite auf Facebook. In dieser Zeit haben sie dem Unternehmen viele Millionen Nutzerdaten ihrer Zuschauer zugeführt, von denen niemand weiß, wie diese verwertet und von wem

diese letztlich genutzt werden. Es kann doch nicht sein, dass Facebook noch länger gebührenfinanziert unterstützt wird und damit die Zuschauer den Missbrauch ihrer eigenen Daten mitfinanzieren“, erklärt der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte. Wenn selbst die Geschäftsführerin von Facebook, Sheryl Sandberg, nicht wüsste, welche Daten zum Beispiel Cambridge Analytica abgreife, sei dies für die Gebührenzahler ein Alarmzeichen.

ARD und ZDF setzten schon seit Jahren auf Facebook und andere soziale Medien zur Zuschauerbindung und zum Ausbau ihrer Reichweite. Unter fast allen Artikeln und Beiträgen in den Online-Bereichen der öffentlich-rechtlichen Sender befänden sich Links, welche die Zuschauer dazu bewegen sollen, Facebook zu nutzen. Der FRK-Vorsitzende wundert sich besonders über die Inkonsequenz der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten: „Auf der einen Seite berichten alle ARD-Sender und das ZDF quasi rund um die Uhr über den Skandal, um auf der anderen Seite ihre Zuschauer weiterhin gebührenfinanziert zur Nutzung von Facebook zu verleiten. Dabei geht inzwischen selbst das Bundeskartellamt davon aus, dass Facebook seine Marktmacht gegenüber den Kunden durch die Art und Weise, wie Daten aus Drittquellen gesammelt und verwertet werden, missbraucht.“

ARD und ZDF sollten ihre Unterstützung von Facebook durch ihr Nutzungsverhalten mindestens solange aussetzen, bis der US-Konzern seinen Nutzern endlich völlige Transparenz über die Verwendung der eigenen Daten gewährleiste, fordert Labonte abschließend.

Veranstungshinweis

Dr. Jörn Krieger

7. HbbTV Symposium in Berlin

Die HbbTV Association wird ihr diesjähriges HbbTV Symposium am 7. und 8. November 2018 in Zusammenarbeit mit der Deutschen TV-Plattform in Berlin durchführen. Die siebte Auflage der Veranstaltung beleuchtet in Vorträgen und Diskussionsrunden die aktuellen Entwicklungen und Perspektiven der Smart-TV-Welt. Nach der Einführung beim HbbTV Symposium in Rom 2017 findet in Berlin zum zweiten Mal die Verleihung der HbbTV Awards statt, mit der die besten HbbTV-Anwendungen in verschiedenen Kategorien ausgezeichnet werden. Der Branchenverband will in Kürze weitere Informationen zum inhaltlichen Schwerpunkt der diesjährigen Veranstaltung und der Teilnahme an der Preisverleihung veröffentlichen.

Infos: www.hbbtv.org

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Satellit bleibt führender TV-Empfangsweg in Deutschland

Der Satelliten-Direktempfang bleibt der meistgenutzte TV-Empfangsweg in Deutschland. Die Reichweite stieg 2017 um rund 130.000 Haushalte auf 17,72 Millionen. Das Kabelfernsehen verlor dagegen 180.000 Haushalte und rutschte auf 16,39 Millionen Haushalte ab. IPTV verzeichnete mit einem Zuwachs von 300.000 auf 2,64 Millionen Haushalte den stärksten Anstieg. Der terrestrische Empfang blieb mit 1,83 Millionen Haushalten auf dem Niveau des Vorjahres. Für den Satelliten-Direktempfang haben sich damit 45,9 Prozent der insgesamt 38,58 Millionen TV-Haushalte entschieden, für Kabel 42,5 Prozent, für IPTV 6,8 Prozent und für die Terrestrik 4,7 Prozent. Zu diesen Ergebnissen kommt der Astra TV-Monitor 2017, den das Marktforschungsinstitut Kantar TNS jährlich im Auftrag von Astra Deutschland durchführt. Die Befragung der deutschlandweit insgesamt 6.000 Haushalte fand Ende 2017 statt. Bei der Auswertung wurde jeweils der Erstempfangsweg, also das Hauptempfangsgerät der Haushalte, berücksichtigt.

Die Zahl der HD-Haushalte in Deutschland stieg innerhalb eines Jahres von 22,54 Millionen auf 27,48 Millionen Haushalte. Damit schauten bereits 71 Prozent aller Haushalte Fernsehen in HD-Qualität. Mit 12,66 Millionen erreichten Haushalten ist der Satellitenempfang der führende HD-Verbreitungsweg. Kabel (10,86 Millionen) und IPTV (2,52 Millionen) folgen auf den Plätzen zwei und drei. Allerdings: Von den 12,66 Millionen HD-Satellitenhaushalten beziehen lediglich 2,1 Millionen die kostenpflichtige HD-Plattform HD+, auf der die privaten Free-TV-Sender in HD-Qualität zu empfangen sind. 2017 gab es im Vergleich zu 2016 keinen Zuwachs bei HD+. Der Großteil der HD-Satellitenhaushalte ist offenbar damit zufrieden, die privaten Free-TV-Sender in SD-Qualität kostenfrei zu empfangen. Für Aufwind könnten die beiden neuen Plattformen Diveo von M7 und Freetv von Media Broadcast (MediaLABcom [berichtet](#)) sorgen, die ebenfalls die Privatsender in HD-Qualität auf Astra anbieten.

Nach der Umstellung auf den neuen Standard DVB-T2 taucht auch das terrestrische Fernsehen mit 1,44 Millionen Haushalten erstmals in der HD-Verbreitungsstatistik auf. Die Nachfrage nach Ultra HD steigt weiterhin: 2017 wurden laut Branchenverband gfu 2,7 Millionen UHD-Fernseher verkauft, ein Jahr zuvor waren es weniger als zwei Millionen. Insgesamt wurden bis Ende 2017 fast sechs Millionen UHD-Geräte in Deutschland verkauft. Der Astra TV-Monitor 2017 kann auf der Astra-Webseite als [PDF-Dokument](#) heruntergeladen werden.

Verbraucherschützer kritisieren Beibehaltung des Geoblockings in Europa

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) kritisiert, dass frei zugängliche audiovisuelle Online-Angebote wie TV-Livestreams oder Mediatheken weiterhin durch Geoblocking auf das Inland beschränkt werden können, während die Verbraucher ihr Abonnement kostenpflichtiger Diensten wie Netflix, Amazon Prime Video oder Sky Go seit 1. April 2018 auch im EU-Ausland nutzen können. "Im Osterurlaub in Frankreich können Verbraucher zwar Netflix schauen, bei ARD und ZDF bleibt der Bildschirm häufig

schwarz. Das muss endlich ein Ende haben", fordert Martin Madej, Referent Team Digitales und Medien beim vzbv.

Hinzu komme, dass Abonnements von Streaming-Diensten aus dem EU-Ausland von der Portabilitätsverordnung nicht erfasst werden. Eine von der Europäischen Kommission vorgeschlagene weitere Verordnung, die OnlineCabSat, hätte hier zumindest eine gewisse Verbesserung bringen können. Ziel der Verordnung ist es, den Zugang zu Mediatheken und Livestreams von Fernsehsendern über innereuropäische Grenzen hinweg zu vereinfachen. Doch die Verordnung stößt auf Widerstand im Europäischen Parlament und Rat. Insbesondere die Filmwirtschaft befürchtet finanzielle Einbußen und wehrte sich mit intensiver Lobbyarbeit dagegen. Durch einen solchen Vorschlag, so die Angst, würde die Axt an die Grundpfeiler ihrer Finanzierung gelegt: den Verkauf von Lizenzrechten in jedem einzelnen EU-Land.

Zwei Drittel aller jungen Leute in Europa sehen laut Verbraucherzentrale über das Internet Filme und Serien. "Es ist im ureigenen Interesse Europas, dass Bürger Kultur- und Informationsangebote aus der gesamten EU nutzen können. Nur so kann die EU dem Ziel einer gemeinsamen europäischen Öffentlichkeit und Identität näherkommen", sagte Madej. "In Zeiten großer Europaskepsis sollten die EU-Parlamentarier und Mitgliedsstaaten für eine bessere Verbreitung europäischer Inhalte in Europa sorgen." Heute könnten Verbraucher überall in Europa problemlos Autos kaufen und arbeiten. Nur bei digitalen Inhalten haben die Grenzbäume weiterhin Bestand, beklagen die Verbraucherschützer. Der vzbv fordert deshalb vom Europäischen Parlament und Rat, seine Blockadehaltung zugunsten aller Verbraucher in der EU aufzugeben – und damit auch ein Stück europäische Identitätsstiftung zu betreiben. Die wichtigsten Informationen und Forderungen zu Geoblocking hat der vzbv in einem [Faktenblatt](#) zusammengefasst.

BB-MV-Lokal-TV bleibt / Integration ins Lokal-TV-Portal der bmt

Die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) muss die Verbreitung der Lokal-TV-Sender über Astra (19,2° Ost) im Rahmen des Projekts BB-MV-Lokal-TV nun doch nicht einstellen. Der Landtag des Landes Brandenburg hat im Rahmen eines Nachtragshaushaltsgesetzes beschlossen, die Ausstrahlung von Lokalfernsehen über Satellit zu fördern. In diesem Zusammenhang stellt der Landtag der MABB Mittel zur Verfügung, um den Satellitenkanal BB-MV-Lokal-TV für Brandenburger Sender weiter zu betreiben. BB-MV-Lokal-TV ist ein Gemeinschaftskanal lokaler Programmveranstalter aus Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern. "Die Entscheidung des Landtags für die Unterstützung von Lokal-TV ist aus unserer Sicht richtig und gut", sagte MABB-Direktorin Anja Zimmer. "Denn lokale Medieninhalte müssen die Menschen erreichen und der Satellit ist für lokales Fernsehen für eine Übergangszeit nach wie vor wichtig. Gleichzeitig steigt auch die Zahl der Haushalte, die ihr Fernsehprogramm über Internet per Smart TV empfangen."

Die Ergebnisse der von der MABB in Auftrag gegebenen und von der INFO GmbH durchgeführten Funkanalyse 2017 belegen, dass die Satellitenverbreitung für das Lokalfernsehen weiterhin relevant ist. In Brandenburg liegt der Anteil der Satellitenhaushalte bei 53 Prozent. Der Satellit ist hier trotz eines Rückgangs um gut fünf Prozent seit 2015 demnach weiterhin der bedeutendste Empfangsweg. Aktuell verfügen bereits 35 Prozent der Brandenburger Haushalte über einen Smart-TV-Fernseher, ein Anstieg um 67 Prozent binnen zwei Jahren. Das deutliche Smart-TV-Wachstum eröffnet den lokalen TV-Sendern einen zusätzlichen Weg zum Zuschauer.

Vor dem Hintergrund der Chancen, die die Verbreitung über Smart TV für lokales Fernsehen bedeutet, hat der Medienrat der MABB den Einstieg in das Lokal-TV-Portal der Bayerischen Medien Technik (bmt) beschlossen. Aktuell sind über das Portal bundesweit bereits mehr als 60 Lokalfernsehsender verfügbar. Es wird über einen Satellitenkanal auf Astra signalisiert und bietet den Zuschauern auf einer einheitlichen Benutzeroberfläche Zugang zu Lokal-TV-Angeboten an ihrem Smart-TV-Gerät. Portal und Programminhalte werden dabei über Internet im HbbTV-Standard bereitgestellt. Lokalfernsehen aus Berlin und Brandenburg kann damit auch in Zukunft über Satellit gefunden und als Livestream oder Mediathek abgerufen werden.

Kabelnetzbetreiber gewinnen 500.000 Internetkunden

Die deutschen Kabelnetzbetreiber haben im vergangenen Jahr rund 500.000 Internetkunden hinzugewonnen und versorgen derzeit insgesamt 7,7 Millionen Haushalte mit einem Breitband-Internetzugang. Das entspricht einem Anstieg um sieben Prozent im Vorjahresvergleich, wie der Verband Deutscher Kabelnetzbetreiber (ANGA) mitteilte. Besonders gefragt sind hohe Geschwindigkeiten: Über 40 Prozent der Kabel-Internetkunden buchen Anschlüsse mit Bandbreiten zwischen 100 und 400 MBit/s. "Mit Angeboten von mehreren hundert MBit/s und einer Verfügbarkeit in 74 Prozent der Haushalte bleiben die Kabelnetzbetreiber im Breitband-Internetmarkt auch 2018 auf der Überholspur", sagte ANGA-Präsident Thomas Braun. "Der kommende Übertragungsstandard Docsis 3.1 wird die Leistungsfähigkeit der Kabelnetze in Richtung Gigabit noch einmal deutlich erhöhen." Steigende Zahlen vermelden die Kabelnetzbetreiber auch bei der Nachfrage nach Telefonie. Gegenüber dem Vorjahr entschieden sich weitere 400.000 Haushalte für einen Telefonanschluss übers Kabelnetz - ein Zuwachs von sechs Prozent. Die Zahl der Kabelfernsehhaushalte ist mit 17,6 Millionen weitgehend stabil geblieben.

Sky zeigt Fußball-WM 2018 in Ultra HD

Sky Deutschland hat sich die exklusiven Ultra-HD-Übertragungsrechte an 25 Begegnungen der FIFA WM 2018 in Russland gesichert. Die mit der SportA, der Sportrechteagentur von ARD und ZDF, geschlossene Vereinbarung räumt dem Pay-TV-Veranstalter das Recht ein, an allen Turniertagen jeweils das Topspiel des Tages live in ultrahochauflösender Bildqualität zu übertragen. Finanzielle Details wurden nicht

genannt. Das Angebot auf Sky Sport UHD steht allen Sky-Kunden in Deutschland zur Verfügung, die den Sky+-Pro-Receiver nutzen und über einen Ultra-HD-Fernseher verfügen. Neben dem Eröffnungsspiel am 14. Juni 2018 umfasst das Live-Angebot unter anderem alle Spiele der deutschen Nationalmannschaft und weitere ausgewählte Topspiele des Tages, darunter auch vier Achtelfinal-, zwei Viertelfinal-, beide Halbfinalspiele, die Partie um Platz 3 sowie das Finale am 15. Juli 2018. Sämtliche Spiele, die Sky live überträgt, werden auch in zahlreichen Wiederholungen angeboten.

"Mit der erstmaligen und exklusiven Übertragung der FIFA WM 2018 in Ultra HD untermauert Sky Deutschland seine Rolle als Vorreiter und Innovationstreiber im deutschen Fernsehen", sagte Holger Enßlin, Geschäftsführer Legal, Regulatory & Distribution bei Sky Deutschland. "Wie bereits 2006 bei der erstmaligen Übertragung einer Weltmeisterschaft in HD kommen Sky Kunden auch dieses Mal als Erste in den Genuss der neuesten Technik und eines noch nie dagewesenen Seh-Erlebnisses. Die Ultra-HD-Übertragung von 25 Begegnungen aus Russland ist ein weiterer Meilenstein für die Verbreitung von Ultra HD in Deutschland."

Die Übertragungen der FIFA WM 2018 in Ultra HD sind unabhängig von den gebuchten Paketen für alle Sky-Kunden in Deutschland freigeschaltet, die den Sky+-Pro-Receiver nutzen. Empfangbar sind die Übertragungen auf Sky Sport UHD über Satellit und für fast alle Kabelkunden von Sky. ARD und ZDF, die Inhaber der Übertragungsrechte für alle 64 WM-Spiele, zeigten wie gewohnt alle Partien live in SD- und HD-Auflösung. Der Weltfußballverband FIFA lässt in diesem Jahr erstmals alle WM-Partien in Ultra HD/HDR produzieren. Seit Oktober 2016 zeigt Sky auf Sky Sport UHD und Sky Sport Bundesliga UHD bereits regelmäßig Fußballspiele aus der Bundesliga und der UEFA Champions League in Ultra-HD-Auflösung.

Sky führt Sky Q im Mai ein

Der Pay-TV-Veranstalter Sky bringt seine Multimedia-Plattform Sky Q im Mai 2018 nach Deutschland und Österreich. Im Gegensatz zu Großbritannien und Italien, wo die Kunden eine neue Set-Top-Box erhielten, wird Sky Q in Deutschland und Österreich über ein Software-Update eingeführt, das automatisch über Nacht kostenfrei in den Ultra-HD-fähigen Sky+-Pro-Receiver übertragen wird. Davon befinden sich derzeit rund eine Million Geräte in den Haushalten. Für alle Bestandskunden, die noch keinen Sky+-Pro-Receiver besitzen, sowie für Neukunden ist Sky Q ebenfalls ab Mai erhältlich.

Die Sky-Welt besteht damit künftig aus dem klassischen Abo-Modell mit Sky Q als zentraler Plattform und dem OTT-Dienst Sky Ticket für alle Zuschauer, die sich nicht lange binden wollen. Bei Sky Ticket gibt's eine verbesserte Suchfunktion sowie neue Features wie Continue Watching, Empfehlungen, persönliche Merklisten und einen personalisierten Home Screen.

Sky Q bietet Live- und On-Demand-Fernsehen sowie Apps auf einer einheitlichen Benutzeroberfläche inklusive persönlicher Empfehlungen und neuer Funktionen. Mithilfe von Restart können die Zuschauer bereits laufende Sendungen von vorne starten. Für Bingewatching-Fans sind komplette Serienstaffeln mit Autoplay automatisch aufeinanderfolgend abspielbar. Außerdem lassen sich Sendungen jederzeit auf unterschiedlichen Endgeräten an der Stelle weitersehen, an der sie unterbrochen wurden, etwa zunächst in der Bahn und dann zuhause auf dem Fernseher. Auf bis zu fünf Geräten können die Abonnenten gleichzeitig auf das Sky-Angebot zugreifen, davon drei Fernseher und zwei mobile Geräte. Die Sky-Q-App ist ab Mai über Apple TV (ab 4. Generation) und Samsung Smart-TVs (Modelle ab Baujahr 2015) kostenlos verfügbar. Sky Q verbindet das Sky-Programm außerdem mit den Streaming-Services Sky Go und Sky Kids sowie den Free-TV-Sendern. Die Mediatheken von ARD und ZDF und weitere Smart-TV-Apps sind direkt über Sky Q abrufbar.

Die nächsten Ausbaustufen stehen bereits fest: Ab Sommer 2018 werden die Sky-Soundbox, die Multiroom-IP-Box Sky Q Mini und Voice Control eingeführt, mit der sich Sky Q per Spracheingabe steuern lässt. Nach dem Start in Großbritannien wird Netflix auch in Deutschland, Österreich und Italien bei Sky Q integriert. Außerdem will Sky seine Paket- und Preisstruktur vereinfachen. Das Abo-Angebot besteht künftig aus dem Entertainment-Basispaket, zu dem die Kunden drei Premium-Bouquets dazu buchen können: Sky Fußball Bundesliga, Sky Sport und Sky Cinema, alle erweiterbar um Sky HD/UHD. Die Details sollen rechtzeitig zum Start bekannt gegeben werden. Darüber hinaus will Sky einen TV-Stick einführen, der ähnlich wie die TV-Sticks von Amazon Fire und Google Chromecast jeden Fernseher in einen Smart-TV umwandelt. Der Stick soll im Verbund mit Sky Ticket und kostengünstiger als die Sticks von Amazon und Google angeboten werden.

Zattoo zieht sich aus Großbritannien, Spanien und Dänemark zurück

Der TV-Streaming-Anbieter Zattoo fokussiert sein Endkunden-Geschäft (B2C) auf die Kernmärkte Schweiz und Deutschland und stellt sein B2C-Angebot in Großbritannien, Spanien und Dänemark im Mai 2018 ein. International will Zattoo im Geschäftskundenmarkt (B2B) mit Partnern wachsen. "Wir werden unseren Wachstumskurs in den für uns wichtigsten Märkten verfolgen", sagte Nick Brambling, CEO von Zattoo. "Unser Ziel ist, unseren Nutzern das beste TV-Streaming-Erlebnis zu bieten und die beste Alternative zu herkömmlichen TV-Empfangswegen zu sein. Wir haben uns bereits in den letzten Jahren mit unserem B2C-Geschäft auf die Schweiz und auf Deutschland fokussiert. B2B-seitig, das heißt als Technologie-Partner insbesondere von Netzbetreibern, bauen wir das internationale Geschäft weiter aus."

Zattoo hat monatlich rund 1,5 Millionen Nutzer auf der Plattform. Die neue Strategie des Unternehmens fußt auf mehreren Säulen: "Im B2C-Bereich wollen wir mit Premium-Nutzern, also durch Bezahl-Abos, wachsen. Zudem wollen wir Zattoo neben der mobilen verstärkt für die Smart TV-Nutzung etablieren",

sagte Brambring. "Darüber hinaus bieten wir Werbetreibenden mit Dynamic Ad Insertion ein innovatives TV-Werbeformat, nämlich die Einbindung von TV-Spots in den Live-Stream. Auch in diesem Bereich haben wir großes Wachstumspotenzial. Im B2B-Bereich setzen wir auf eine starke Internationalisierung. Wir haben mit Hotwire bereits unseren ersten US-Kunden und haben Anfang des Jahres unseren Standort in Singapur eröffnet."

Seit 2007 stand Zattoo in Großbritannien, Spanien und Dänemark zur Verfügung. Aufgrund lizenzrechtlicher Rahmenbedingungen gab es für Nutzer nur einen eingeschränkten Service. In Großbritannien etwa konnten Zattoo-Nutzer ihr Fernsehprogramm nur über den Computer streamen, nicht jedoch auf mobilen Geräten. In Dänemark wurde der Service von Zattoo nur als Premium-Abo und nicht als kostenlose Variante angeboten. Der Rückzug aus diesen europäischen Märkten hat keinen Einfluss auf das EU-weite Streamen, das Zattoo seinen Premium-Nutzern seit Anfang des Jahres anbietet. Deutsche Premium-Nutzer können weiterhin bei temporärem Aufenthalt in einem EU-Land - inklusive Großbritannien, Spanien und Dänemark - deutsches Fernsehen via Zattoo streamen.

Sky behält DFB-Pokal-Rechte

Sky Deutschland überträgt drei weitere Jahre alle Spiele des DFB-Pokals live. Die neue Vereinbarung mit dem Deutschen Fußball Bund (DFB) umfasst die TV-Rechte für die Spielzeiten 2019/20 bis einschließlich 2021/22. Damit wird Sky weiterhin alle insgesamt 63 Spiele des Wettbewerbs live übertragen, 50 davon exklusiv im deutschen Fernsehen. Finanzielle Details wurden nicht genannt. Alle Übertragungen stehen über die Verbreitungswege Kabel, Satellit, IPTV, Internet und Mobile TV zur Verfügung. Mit Sky Go lassen sich die Spiele unterwegs verfolgen. Über den Streaming-Dienst Sky Ticket können Fußballfans auch ohne lange Vertragsbindung tages-, wochen- oder monatsweise dabei sein. Die Free-TV-Rechte an einzelnen Partien erwarben die ARD und Sport1.

Sky startet Sky Cinema Luc Besson HD

Sky widmet dem französischen Filmemacher Luc Besson einen eigenen Sender. Auf dem Popup-Kanal [Sky Cinema Luc Besson HD](#) laufen 16 Besson-Produktionen rund um die Uhr. Neben seinen Kultfilmen "Subway", "Im Rausch der Tiefe", "Nikita", "Leon - Der Profi" und "Das fünfte Element" stehen auch die ersten drei Teile der "Taxi"-Action-Comedy-Reihe sowie "96 Hours - Taken 2" auf dem Programm. Höhepunkt ist am 6. Mai 2018 die deutsche TV-Premiere von Bessons neuem Science-Fiction-Film "Valerian - Die Stadt der tausend Planeten", dem teuersten europäischen Film aller Zeiten. Sky Cinema Luc Besson HD ersetzt von 4. bis 13. Mai 2018 den Sender Sky Cinema Hits. Viele der Filme stehen auch mobil und auf Abruf bei Sky Go, Sky On Demand und auf Sky Ticket zur Verfügung.

Sky startet Spider-Man-Kanal

Spider-Man bekommt bei Sky einen eigenen Sender: Von 1. bis 10. Juni 2018 laufen alle sechs Filmabenteuer der Kultfigur rund um die Uhr auf dem Popup-Kanal Sky Cinema Spider-Man HD. Höhepunkt ist die deutsche TV-Premiere von "Spider-Man: Homecoming" am 3. Juni. Hinzu kommen Zusatzprogramme wie das Feature "Spider-Man: Homecoming Special". Sky Cinema Spider-Man HD ersetzt Sky Cinema Hits. Alle Filme können über Sky On Demand auch in Ultra-HD-Auflösung angesehen werden und stehen über Sky Go und Sky Ticket auf Abruf und mobil bereit.

eoTV kommt ins Vodafone-Kabelnetz

eoTV, der Free-TV-Sender für europäische Spielfilme und Serien, ist ab sofort im Kabelnetz von Vodafone und über die GigaTV-App auch mobil auf Smartphones und Tablets empfangbar. "Die Verbreitung über Vodafone ist ein wichtiger Schritt beim Ausbau unserer technischen Reichweite. Das bedeutet für uns einen Zuwachs in der Empfangbarkeit über das Vodafone-Kabelnetz in 13 Bundesländern und deutschlandweit über die GigaTV-App", sagte eoTV-Chef Jürgen Hörner. Der im Dezember 2015 gestartete, werbefinanzierte Sender ist über Astra (19,2° Ost), Kabelnetze und IPTV sowie als Livestream im Internet unter www.eotv.de empfangbar. Außerdem wird abends von 20.15 bis 1 Uhr als Programmfenster beim Kinder- und Familienkanal RiC gesendet.

Christoph Vilanek bleibt CEO von Freenet

Der Aufsichtsrat der Freenet AG hat den Vertrag von CEO Christoph Vilanek um fünf Jahre bis zum 31. Dezember 2023 verlängert. "Christoph Vilanek hat die Leitung des Unternehmens 2009 in einer herausfordernden Situation übernommen, die Freenet Group neu aufgestellt und mit dem Einstieg in das TV-Geschäft strategisch für die Zukunft gut positioniert. Er genießt das Vertrauen der Investoren, des Aufsichtsrats sowie der Mitarbeiter, und entsprechend bin ich sehr glücklich, dass Christoph Vilanek für weitere fünf Jahre die Zukunft der Freenet AG gestalten wird", sagte der Aufsichtsratsvorsitzende Helmut Thoma. Vilanek erklärte: "Ich bedanke mich für das Vertrauen des Aufsichtsrats und bin hoch motiviert, gemeinsam mit meinen Vorstandskollegen den Weg der Freenet AG weiter erfolgreich zu gestalten." Der Aufsichtsrat hat außerdem Antonius Fromme und Rickmann von Platen zum 1. Juni 2018 neu in den Vorstand berufen. Fromme wird den Bereich Customer Experience verantworten, während von Platen das Partnermanagement leitet. Beide arbeiten seit über 15 Jahren im Unternehmen.

Magine TV Deutschland will unabhängig werden

Der OTT-Anbieter Magine TV Deutschland koppelt sich von der schwedischen Muttergesellschaft Magine Holding AB ab und will künftig als eigenständiges Unternehmen im Markt agieren. Durch die neue Unabhängigkeit und Agilität werde es für Magine TV einfacher, strategische Kooperationen mit lokalen Partnern und Investoren einzugehen, heißt es in einer Mitteilung. Die neue Struktur der internationalen Magine-Gruppe sowie die in den vergangenen acht Monaten umgesetzten Partnerschaften hätten bereits Wirkung gezeigt: Magine TV habe im ersten Quartal 2018 seinen Umsatz um rund 40 Prozent gesteigert. Das sei die mit Abstand höchste Wachstumsrate, die seit dem Deutschland-Start im April 2014 erzielt

worden sei. "Die OTT-Transformation in Deutschland geht in die heiße Phase. Das neue Start-up Magine TV wird helfen, die Konsolidierung in einem sich schnell entwickelnden Markt voranzutreiben", sagte Ambuj Goyal, CEO der Magine Holding AB. "Magine TV ist der geeignete agile Partner im TV-Streaming-Markt, um eine übersichtliche Plattform mit umfangreichem, professionell produziertem und hochwertigem Content weiter auszubauen." Magine TV bietet alle großen deutschen Free-TV-Sender in HD-Qualität, darunter die Programme von RTL und ProSiebenSat.1. Hinzu kommen Pay-TV-Kanäle.

ProSiebenSat.1-Sender in HD bei Zattoo

Zattoo bietet Premium-Nutzern ab sofort die Free-TV-Sender von ProSiebenSat.1 in HD-Qualität an. Dabei handelt es sich um Sat.1 HD, ProSieben HD, kabel eins HD, sixx HD, Sat.1 Gold HD und ProSieben Maxx HD. Der Bezugspreis beträgt unverändert 9,99 Euro pro Monat. Bei allen Sendern von ProSiebenSat.1 kann auch die Restart-Funktion genutzt werden, mit der sich laufende Sendungen von Beginn an sehen lassen. Demnächst soll auch kabel eins Doku in HD bei Zattoo empfangbar sein. Bis dahin steht der Sender in SD-Auflösung zur Verfügung. Insgesamt umfasst das Premiumangebot von Zattoo damit rund 50 HD-Sender.

Alchimie startet Okidoki bei Amazon Channels

Der französische TV-Dienstleister Alchimie hat das Video-on-Demand-Angebot Okidoki auf der Internet-TV-Plattform Amazon Channels in Deutschland und Österreich gestartet. Der werbefreie Abrufdienst, der 4,99 Euro pro Monat kostet, umfasst über 1.000 Episoden von Kinderserien. Zum Kennenlernen kann [Okidoki](#) 14 Tage lang gratis getestet werden. Die Zielgruppe sind Kinder im Alter von drei bis zehn Jahren; jeden Monat kommen neue Inhalte dazu. In Großbritannien bietet Alchimie Okidoki bereits seit Dezember 2017 bei Amazon Channels an.

Netzkino startet bei waipu.tv

Die Nutzer der IPTV-Plattform waipu.tv können ab sofort Spielfilme von Netzkino empfangen. Eine entsprechende Zusammenarbeit vereinbarte waipu.tv mit dem Streaming-Dienst für kostenlose Filme. Aktuell stehen 50 Titel zum kostenfreien Abruf zur Verfügung, alle in Full-HD-Qualität. Sie sind in fünf Kategorien untergliedert: Highlights, Thriller, Komödie, Horror und Drama. Die Netzkino-Filme sind in eine Playlist von waipu.tv und im On-Demand-Bereich von Netzkino integriert und stehen allen Nutzern von waipu.tv zur Verfügung, auch den Nutzern der Gratisversion.

HL komm wird PÿUR

Der Kabelnetzbetreiber Tele Columbus benennt nun auch seine Geschäftskundentochter HL komm in PÿUR um. Das Unternehmen ist spezialisiert auf Internetzugänge für B2B-Kunden und digitale Unternehmenslösungen. Sie ergänzen die Angebote für Privatkunden, die für bundesweit rund 3,6 Millionen angeschlossene Haushalte verfügbar sind. Der bisherige Markenauftritt der HL komm wird nun von der Marke PÿUR abgelöst, die seit Herbst 2017 bereits die Privatkundenangebote der Tochtergesellschaften von Tele Columbus kennzeichnet. Gleichzeitig wurde die geografische Abdeckung ausgebaut: Über das bisherige Kerngebiet Leipzig und Mitteldeutschland hinaus werden Unternehmenslösungen jetzt in allen Regionen angeboten, in denen PÿUR als deutschlandweit aktives Telekommunikationsunternehmen seine Glasfasernetze betreibt. Das Glasfasernetz mit nationalem Backbone ermöglicht Bandbreiten von 100 Gbit/s und mehr.

SRG Schweiz zeigt Fußball-WM 2018 in Ultra HD

Die öffentlich-rechtliche Schweizer Rundfunkanstalt SRG wird die Fußball-WM 2018 auf ihren Sendern in Ultra HD live übertragen. Das bestätigte ein SRG-Sprecher gegenüber MediaLABcom. Als erster Kooperationspartner wurde der Telekommunikationskonzern Swisscom gewonnen, der die Partien auf seiner IPTV-Plattform Swisscom TV in ultrahoher Bildauflösung zeigen wird. Für den Empfang benötigen die Kunden die Ultra-HD-fähige Swisscom-TV-Box und ein entsprechendes Fernsehgerät. Swisscom TV wird alle WM-Spiele in Ultra HD ausstrahlen, die auf den SRG-Sendern SRF, RTS und RSI übertragen werden, wie der SRG-Sprecher sagte. Eine Ausnahme bildet die Gruppen-Qualifikationsphase: Die letzten beiden Spiele der acht Gruppen finden jeweils gleichzeitig statt. Da diese Partien in einer Parallelschaltung gezeigt werden, wird jeweils nur eines der beiden Spiele in Ultra HD gezeigt. Somit werden bis auf acht Partien alle anderen der 64 WM-Spiele im neuen Bildformat zu sehen sein.

Nach Angaben des SRG-Sprechers führt die Rundfunkanstalt derzeit Verhandlungen über die WM-Ausstrahlung in Ultra HD mit weiteren Plattformbetreibern, sowohl Kabelnetzbetreibern als auch IPTV-Anbietern. Über Satellit werden die SRG-Programme jedoch nicht in Ultra HD zu sehen sein, betonte er. In Deutschland kooperieren die Rechteinhaber ARD und ZDF mit Sky Deutschland: Der Pay-TV-Veranstalter kann 25 Top-Spiele der WM in Ultra HD ausstrahlen (mit der Meldung „Sky zeigt Fußball-WM 2018 in Ultra HD „ verlinken). Alle 64 Partien übertragen ARD und ZDF in SD- und HD-Auflösung. Der Fußball-Weltverband FIFA lässt in diesem Jahr erstmals alle WM-Spiele im Bildformat Ultra HD/HDR produzieren.

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](#)