

„PIRATENSENDER“ TM3

SEIT JAHREN OHNE LIZENZ AUF SENDUNG

Triumph und Untätigkeit

Ausgabe 66 • März 2019

Sehr geehrte Damen und Herren,

die einzige Voraussetzung für den Triumph des Bösen ist die Untätigkeit der Guten, heißt ein geflügeltes Wort. Untätig ist die Politik in Sachen Breitbandausbau zwar nicht, aber zu viel des Guten ist eben auch schlecht. Im Klartext: Es ginge auch mit weniger Fördergeld, wie Heinz-Peter Labonte in seinem Beitrag darlegt.

Zur Untätigkeit verdammt sind hingegen die Landesmedienanstalten im Fall von tm3, vormals Family TV. Die Medienwächter haben ihr Arsenal abgeschossen. Jetzt entscheiden Gerichte. Und so lange die Urteile ausbleiben, bleibt tm3 auf Sendung – ohne gültige Sendelizenz. Wenn plötzlich im Programm am Nachmittag Horrorfilme oder Pornos auftauchen würden, könnte keiner was machen – außer umschalten. Reichlich zwiespältig ist hierbei das Verhalten der Plattformbetreiber, über die tm3 trotz Lizenzzugs immer noch verbreitet wird.

Das klingt ein wenig nach den großen US-Konzernen, die ebenfalls gerne die Verantwortung von sich schieben. Dennoch sind sie drauf und dran, Europa digital abzuhängen, wie Breitbandexperte Ari Huczkowski meint. Im Interview erklärt der Finne, was die skandinavischen Länder in Sachen Breitband besser machen als der Rest der Alten Welt.

Glücklicherweise gibt es aber noch willige Politiker und Beamte – und das sogar in Brüssel, denn die EU-Kommission will sich den Deal zwischen Liberty Global und Vodafone genauer anschauen. Welche Auswirkungen ein Verkauf von Unitymedia haben könnte, beleuchtet unser Rechtsexperte Ramón Glaßl von der Kanzlei Schalast und Partner.

Unitymedia ist zudem der Kabelnetzbetreiber, der im B2B-Bereich sehr aktiv ist und neue Geschäftsmodelle auslötet. Aber auch für mittelständische und kleine Kabelnetzbetreiber sind Smart Home, Smart Building und Smart City interessant, wenn die Netzbetreiber jetzt ihre Hausaufgaben machen. Hier ist alles andere als Untätigkeit gefragt.

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

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

Inhalt

[„Amerika schläft nicht“ – Breitbandexperte Ari Huczkowski über die Gefahr, digital abgehängt zu werden](#)

[Warum denn einfach, Herr Minister Scheuer, wenn es doch so schön kompliziert geht?](#)

[Smart Cable – wie Mittelständler vom B2B-Geschäft profitieren können](#)

[Der Unitymedia-Deal: Auswirkungen für Kabelnetzbetreiber, TV-Sender und Verbraucher](#)

[Das stumpfe Schwert der Medienwächter](#)

[Veranstaltungshinweise](#)

[Kurzmeldungen](#)

in Ländern wie Finnland. Hier entwickelt Ari Huczowski, CEO von Lumintel Ltd., seit mehr als 20 Jahren Innovations-Ecosysteme und berät Unternehmen, wie sie digital wachsen können. Für MediaLAB.com erklärt Huczowski, was die Finnen anders machen als wir Deutsche und warum er nur ungern auf der Autobahn zwischen Hamburg und Berlin fährt.

[Lesen Sie mehr](#)

Warum denn einfach, Herr Minister Scheuer, wenn es doch so schön kompliziert geht?

Heinz-Peter Labonte

Machen wir es kurz: Die Bundesregierung hat mal wieder den Mund zu voll genommen. Alle wissen es und keiner gibt es zu. Am Ende schiebt 2025 wieder jeder die Schuld auf den anderen. Dabei hat das Wirtschaftsministerium seit 2014 den einfachen Vorschlag auf dem Tisch. Und FDP-Politiker Michael Theurer (heute MdB) hat ihn schon am 22. Juni 2017 in Berlin (damals noch MdEP und Berliner APO) aufgegriffen.

[Lesen Sie mehr](#)

Smart Cable – wie Mittelständler vom B2B-Geschäft profitieren können

Marc Hankmann

Wenn eine Straßenlaterne nicht nur nächstens die Wege erhellt, sondern auch Feinstaubwerte misst, für WLAN sorgt, mit einer Kamera die Umgebung observiert, einen Notrufknopf und sogar ein Display mit Informationen für Passanten parat hält, dann beginnt mit dieser Super-Laterne die Smart City. Solche Straßenlampen entwickelt Innogy zusammen mit Vodafone. Der Netzbetreiber ist für die Vernetzung und Kommunikationstechnologie zuständig.

[Lesen Sie mehr](#)

Der Unitymedia-Deal: Auswirkungen für Kabelnetzbetreiber, TV-Sender und Verbraucher

RA Ramón Glaß

Der Kauf bestimmter Assets von Liberty Global durch Vodafone ist bereits seit geraumer Zeit Gegenstand der journalistischen Berichterstattung; auch die Europäische Kommission beschäftigt dieses Vorhaben seit Ende des vergangenen Jahres. Am 11. Dezember 2018 beschloss die Kommission, in das Verfahren zur Prüfung des Zusammenschlusses einzusteigen – der Kauf wird also nun eingehend durch die Kommission geprüft.

[Lesen Sie mehr](#)

Das stumpfe Schwert der Medienwächter

Marc Hankmann

Ende Oktober 2018 feierte die Medienanstalt der Länder Hamburg und Schleswig-Holstein (MA HSH) einen großen Erfolg, als Facebook auf Drängen der Medienwächter das Profil „Bürger sagen Nein“ vom Netz nahm. „Die tendenziöse Ausrichtung des Profils provozierte hasserfüllte und volksverhetzende Kommentare“, schreibt die MA HSH. Sie meldete den Verstoß gegen den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag über den neu eingerichteten Government Reporting Channel und innerhalb weniger Tage löschte Facebook das Profil. Dem ging jedoch ein wahrer Kampf gegen Windmühlen voraus.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweise

Die Perspektiven von Connected TV

Welche Chancen und Nutzungsmöglichkeiten bietet Connected TV Fernsehveranstaltern, der Werbewirtschaft und den Zuschauern? Die Veranstaltung „Connect! The Future of TV“ wirft am 11. April 2019 in München einen Blick auf den neuen TV-Markt und sich verändernde Geschäftsmodelle.

[Lesen sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Stadtwerke Unna setzen auf Open Access

Die Stadtwerke Unna öffnen ihr Glasfasernetz über die BREKO-Handelsplattform für Dritte: Die Glasfaseranschlüsse, die bis direkt in die Häuser beziehungsweise Wohnungen reichen (FTTH), können auf diesem Weg auch von anderen Providern genutzt werden, um eigene Angebote zu vermarkten. Das Vermarktungspotenzial für Glasfaseranschlüsse werde dadurch erheblich gesteigert, teilten die Stadtwerke Unna und BREKO mit. Denn nur mit einer möglichst hohen Netzauslastung ließen sich Glasfasernetze wirtschaftlich betreiben. Die Handelsplattform steht allen Marktteilnehmern – unabhängig von einer Verbandsmitgliedschaft – offen.

[Lesen Sie mehr](#)

Deutschland liegt zwar geografisch im Zentrum Europas, doch das digitale Zentrum liegt weiter nördlich, in Ländern wie Finnland. Hier entwickelt Ari Huczkowski, CEO von Lumintel Ltd., seit mehr als 20 Jahren Innovations-Ecosysteme und berät Unternehmen, wie sie digital wachsen können. Für MediaLABcom erklärt Huczkowski, was die Finnen anders machen als wir Deutsche und warum er nur ungern auf der Autobahn zwischen Hamburg und Berlin fährt.

MediaLABcom: Herr Huczkowski, die skandinavischen Länder gelten allgemein hin als führend in Sachen Breitband. Wie sieht es in Finnland mit der Breitbandversorgung aus?

Ari Huczkowski: Wir können uns über eine sehr gute Versorgung freuen. Gemäß Tefficient, einem Unternehmen, das die globale Mobile-Industrie erforscht, ist Finnland hinsichtlich der genutzten Gigabyte pro SIM-Karte weltweit die Nummer 1 in Sachen mobiles Breitband. Und das bereits seit einigen Jahren. Den zweiten Rang nimmt übrigens Taiwan ein. Außerdem verfügt Finnland dank der Zusammenarbeit mit dem TK-Unternehmen Elisa über das weltweit erste kommerziell genutzte 5G-Netzwerk in den [Städten Tampere](#) sowie im estnischen Tallinn.

MediaLABcom: Was war ausschlaggebend für den finnischen Breitbandausbau? Welche politischen Weichen wurden gestellt?

Ari Huczkowski: Jeder Finne hat das Recht auf Breitband. Die vor zehn Jahren von der Regierung unter dem früheren Premierminister Vanhanen in Gang gebrachte Initiative, dass jeder finnische Bürger das fundamentale Recht auf Zugang zu Breitband erhalten soll, spielt eine sehr wichtige Rolle. Seit Juli 2010 ist das Recht auf einen Breitbandzugang mit mindestens 1 Mbit/s Gesetz. Finnland war das erste Land, dass dieses Recht [in ein Gesetz goss](#). Diese politische Entscheidung ebnete den Weg für schnelles Breitband, insbesondere im mobilen Sektor. Das hat dazu geführt, dass die durchschnittliche mobile Breitbandgeschwindigkeit in Finnland die durchschnittliche Festnetz-Geschwindigkeit in Deutschland bereits vor zwei Jahren [überholt hat](#).

MediaLABcom: Wo liegen Ihrer Meinung nach die Gründe, warum es in Deutschland so schleppend vorangeht?

Ari Huczkowski: Tefficient hat 2017 die mobile Breitbandgeschwindigkeit pro SIM-Karte in 36 Ländern untersucht und Deutschland kam auf den drittletzten Platz. Länder wie Indien, Kroatien, China, Spanien, Portugal, Polen oder Lettland sind schneller als Deutschland und Ihr südlicher Nachbar Österreich ist sogar das fünfthschnellste Land der Welt. Die genauen Gründe dafür kenne ich zwar auch nicht, aber ich kann über meine Erfahrungen sprechen. Wenn ich auf der Autobahn zwischen Hamburg und Berlin unterwegs bin, eine Straße, die zwei der drei größten Städte Deutschlands verbindet, habe ich gefühlt auf 40 Prozent der Strecke keinen Mobilempfang, wenn überhaupt dann 2G. Von 3G kann man nur träumen und von 4G wollen wir gar nicht erst sprechen. Wenn es doch einmal Empfang gibt, gehen die Preise durch die Decke. In Deutschland kostet ein mobiles Gigabyte rund 17 Euro. Das ist der viert teuerste Preis der Welt. Nur Belgien, Griechenland und Kanada sind noch teurer. Ich denke, dass diese hohen Preise das Breitbandwachstum ausbremsen. In den meisten Märkten sind hohe Preise ein Zeichen von zu wenig Wettbewerb. Könnte das der Grund sein in Deutschland?

MediaLABcom: Wie könnten wir aus Ihrer Sicht den Breitbandausbau in Deutschland beschleunigen?

Ari Huczkowski: Es müssen Wege gefunden werden, um den Wettbewerb zu erhöhen, den Fokus weniger auf Festnetz und mehr auf mobiles Breitband zu legen und um Mobilfunkunternehmen dazu zu bringen, unterschiedliche Preismodelle anzubieten. Warum sollte es Deutschland nicht so machen wie überall auf der Welt und unlimitierte Datenpakete einführen? Es funktioniert! Das kann ein profitables Geschäft sein, wenn man Businessstrategien aus anderen Ländern wie Finnland, Estland, Dänemark oder Schweden adaptiert, um nur einige zu nennen. In diesen Ländern bieten die Mobilfunkunternehmen einen schnellen und kostengünstigen Breitbandzugang an und sind dennoch profitabel.

MediaLABcom: Die deutsche Wirtschaft ist bekannt für ihren starken Mittelstand. Könnte eine stärkere Berücksichtigung kleiner und mittelständischer Netzbetreiber den Breitbandausbau in Deutschland beschleunigen?

Ari Huczkowski: Möglicherweise, insbesondere jetzt, wo 5G vor der Tür steht. Die fünfte Mobilfunkgeneration benötigt hochwertige lokale Infrastrukturen, die von kleinen und mittelständischen Netzbetreibern bereitgestellt werden könnten.

MediaLABcom: Eine flächendeckende Breitbandversorgung ist Voraussetzung für die Digitalisierung. Wie sieht das digitale Leben, privat und beruflich, in Finnland aus?

Ari Huczkowski: Folgendes Beispiel: Wenn Sie ein erfolgreicher Skispringer werden wollen, brauchen Sie Orte wie etwa Innsbruck mit guten Skisprungschancen. Oder Sie wollen Surfer werden. Dann ist Hawaii der Ort mit der richtigen „Infrastruktur“. Und wenn Sie ein globales und schnell wachsendes Unternehmen zum Beispiel im Bereich Smart Traffic oder Virtual Reality aufbauen wollen, benötigen Sie eine sehr robuste digitale Infrastruktur. Länder mit geringen Bandbreiten werden zurückfallen. So ist das halt.

MediaLABcom: Industrie 4.0 ist ein Schlagwort, das in Deutschland kreiert wurde. Welche Chancen rechnen Sie der deutschen Wirtschaft, insbesondere dem Mittelstand zu, in Zukunft bei Industrie 4.0 führend zu sein? Oder verschläft der Mittelstand hierzulande die Digitalisierung?

Ari Huczkowski: Deutschland verfügt in Sachen Smart Industry und Industrie 4.0 über eine ausgezeichnete Infrastruktur, allerdings ist sie sehr lokal strukturiert. Deutschland muss in Bezug auf mobile Breitbandgeschwindigkeit pro SIM möglichst schnell unter die weltweiten Top 5 kommen. Wenn es auf der Autobahn zwischen Hamburg und Berlin durchgehend 4G-Empfang gibt, kann man den nächsten Schritt in Angriff nehmen. Dinge wie Smart Traffic oder Smart Logistics werden sonst nicht möglich sein.

MediaLABcom: Was droht Europa, wenn es die digitale Entwicklung verschläft?

Ari Huczkowski: Amerika schläft nicht. China und Indien ebenfalls nicht. Wenn wir schlafen, werden wir zum Frühstück verspeist. Und das wird passieren, wenn wir weiterhin nur auf unsere eigenen Füße starren, anstatt die Dinge in Europa gemeinsam anzugehen.

MediaLABcom: Und was gibt Ihnen die Zuversicht, dass Europa in einer zukünftigen digitalen und globalisierten Wirtschaft weiterhin mithalten kann?

Ari Huczkowski: Zum Beispiel die Gespräche, die ich mit deutschen Investoren, Mittelständlern, Konzernen, Startups, Verbänden und Politikern geführt habe. In der Regel sind alle daran interessiert, Dinge gemeinsam anzugehen und sie fürchten sich vor einer Zukunft, in der wir das versäumt haben.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Warum denn einfach, Herr Minister Scheuer, wenn es doch so schön kompliziert geht?

Heinz-Peter Labonte

Machen wir es kurz: Die Bundesregierung hat mal wieder den Mund zu voll genommen. Alle wissen es und keiner gibt es zu. Am Ende schiebt 2025 wieder jeder die Schuld auf den anderen. Dabei hat das Wirtschaftsministerium seit 2014 den einfachen Vorschlag auf dem Tisch. Und FDP-Politiker Michael Theurer (heute MdB) hat ihn schon am 22. Juni 2017 in Berlin (damals noch MdEP und Berliner APO) aufgegriffen.

Die Fakten

Alle jammern über mangelnde Gigabit-Versorgung. 5G soll es jetzt lösen. Flächendeckende 50 Mbit/s waren schon für Ende 2018 von der letzten Bundesregierung versprochen worden. Wie 2014 fehlen immer noch in 25 Prozent der bundesdeutschen Haushalte schnelle (mehr als 30 Mbit/s) Breitbandanschlüsse. Der Grund? Überbordende Bürokratie! Überforderte Kommunen und Unternehmen. Zuständigkeitsanmaßung der Regierung und Misstrauen in die Eigenverantwortlichkeit der Bürger und ihrer kommunalen Selbstverwaltung. Die Folge: Weiterhin sind rund zehn Millionen Haushalte in Deutschland breitbandig unterversorgt.

Viele Konzepte werden diskutiert. Die babylonische Konzept- und Sprachvielfalt beschäftigt Legionen von Beratern und Lobbyisten – in Deutschland und Brüssel. Die FDP könnte als Opposition ihren Vorschlag aufgreifen und die auf Staatsanmaßung treffende Subventionsmentalität und ihre Zwillingschwester, die organisierte Verantwortungslosigkeit der gesellschaftlichen und politischen formalen Verantwortungsträger entlarven bzw. überwinden helfen. Aber vielleicht ist der Vorschlag nur zu einfach. Und das Subsidiaritätsprinzip nur die Bedrohung subjektiven Wichtigkeitsempfindens.

Der Vorschlag

Von den zehn Millionen breitbandig nicht ausreichend versorgten Haushalten sind rund vier Millionen mit einer Investition von 1.500 Euro pro Wohneinheit bis in den Keller mit Glasfaser versorgbar. Hierzu werden neun Milliarden Euro benötigt. Für einen Zinssatz von acht Prozent sind ausreichend private Geldgeber vorhanden, diese Investitionsmittel mittel- und langfristig bereitzustellen. Die restlichen sechs Millionen Haushalte sind - und das wissen sowohl die Bundesregierung als auch die Länderregierungen seit 2014 - für durchschnittlich 2.500 Euro pro Wohneinheit bis in den Keller mit Glasfaser versorgbar. Auch hiervon sind 1.500 Euro über Privatinvestoren bei einer Verzinsung mit acht Prozent einwerbbar.

Bleiben also für die öffentliche Hand ganze sechs Milliarden Förderung notwendig. Also nochmal zu mitrechnen: vier Millionen Haushalte mal 1.500 Euro gleich sechs Milliarden Euro plus sechs Millionen Haushalte mal 1.500 Euro gleich neun Milliarden Euro ergeben 15 Milliarden Euro, die nicht vom Steuerzahler über den Bundes- oder die Länderhaushalte finanziert werden müssen. Die Steuerzahler würden lediglich sechs Millionen Haushalte mit 1.000 Euro fördern. Also sechs Milliarden Euro Staatsknete. Es geht aber doch auch teurer und komplizierter.

Judex non calculat

Dieser Vorschlag ist wahrscheinlich zu einfach für die Juristen in den staatlichen Betreuungsbehörden. Außerdem sichert die angekündigte Verteilung der doppelten Geldmenge auch mehr staatliche Bürokratenarbeitsplätze bis 2025 durch Komplexitätserweiterung der vermehrt notwendigen Verwaltungsvorschriften nebst deren ständiger Überprüfung und permanenter Anpassung „an die Praxis und den technischen Fortschritt“.

Berater- und Lobbygespräche sowie die erhöhte Anzahl von Dienstreisen unter anderem nach Brüssel sichern ebenfalls die öffentlichen Arbeitsplätze zulasten der Effizienz. Diese subjektiv notwendigen Aspekte getreu des Peterprinzips sollte man wirklich nicht unterschätzen.

Doch merke auch: Juristen in den Ministerien machen Gesetzentwürfe. Judex non calculat. Eben! Die Juristen werden doch schließlich nicht für einfache Lösungen und fürs Rechnen bezahlt. Dann hätten sie

vielleicht die Vorschlag von 2014 schon aufgegriffen. Aber die Juristen der Ministerien treffen auf Juristen der Regierungs- und Oppositionsfractionen die ebenfalls nicht fürs Rechnen, sondern für die Schaffung komplexer Lebensumstände „in die Politik gegangen sind“.

Fazit

Anstatt vorliegende, sinnvolle Vorschläge umzusetzen, veranstalten die Parteien jetzt lieber Bürgergespräche, Innovationscamps, Workshops, Onlinebefragungen ihrer Mitglieder oder Fraktions-, Regierungsanhörungen mit Selbstbespiegelungspodien. Und das Breitbandbüro veranstaltet öffentlichkeitswirksame Busreisen durchs Land und zu Kommunalveranstaltungen.

Ach ja, und die Bundesregierung stellt verbal doppelt so viel Steuergeld wie nötig, nämlich zwölf Milliarden Euro, für den Ausbau der Gigabitnetze zur Verfügung. Damit ist die Selbstbeschäftigung der Administration, vulgo: der Bürokratienjuristen, ihrer Berater und der Lobbyisten gesichert, das Thema besetzt und die Zielerreichung erfolgreich auf die nächste Legislaturperiode vertagt.

Außerdem kann man mit der 5G-Debatte so schön von eigenen Versäumnissen bei der flächendeckenden Breitbandversorgung ablenken. Ach, man möchte konstruktive Opposition in der Berliner Politikglocke sein und der Regierung ebenso wie ihrer loyalen Opposition und Medien mal Dampf machen.

Smart Cable – wie Mittelständler vom B2B-Geschäft profitieren können

Marc Hankmann

Wenn eine Straßenlaterne nicht nur nächstens die Wege erhellt, sondern auch Feinstaubwerte misst, für WLAN sorgt, mit einer Kamera die Umgebung observiert, einen Notrufknopf und sogar ein Display mit Informationen für Passanten parat hält, dann beginnt mit dieser Super-Laterne die Smart City. Solche Straßenlampen entwickelt Innogy zusammen mit Vodafone. Der Netzbetreiber ist für die Vernetzung und Kommunikationstechnologie zuständig.

Auch Unitymedia ist im B2B-Sektor hochaktiv. Das jüngste Projekt ist ein Long Range Wide Area Network (LoRaWAN) in der Westfalenmetropole Münster. Zusammen mit dem Internet Service Provider und Richtfunkspezialisten Webdiscount bauen die Kölner ein Funknetz für das Internet der Dinge (Internet of Things, IoT) auf. Typische IoT-Anwendungen in der Smart City sind neben einer intelligenten Parkplatzsuche die Messung von Umweltwerten und eine präzise Steuerung der Straßenbeleuchtung. Bleibt die Frage, welche Businessmodelle sich für mittelständische und kleine Kabelnetzbetreiber anbieten, wenn sich die Branchengrößen auf Deutschlands Straßenlaternen werfen. City, Building, Home – alles smart. Doch wie smart ist das Kabel?

Hilfreich, aber zu teuer

Das Internet der Dinge regt die Phantasie an: von der Fernsteuerung der Waschmaschine über eine intelligente Gebäudeautomation bis zum vernetzten Verkehrsleitsystem. Solche Vorstellungen sind weit mehr als reine Luftschlösser. Welche Wohnungsgesellschaft würde nicht gern in Erfahrung bringen, wann der nächste Aufzug gewartet werden muss - und zwar bevor er ausfällt? Ein großes Schlagwort ist Ambient Assisted Living (AAL); technische Assistenzsysteme, die nicht nur älteren oder körperlich eingeschränkten Menschen das Leben erleichtern.

Für die Wohnungswirtschaft ist AAL derzeit das große Thema für zukünftiges Wohnen. Dementsprechend wird eine Vielzahl an Projekten durchgeführt, in denen AAL-Systeme getestet werden. Die Crux: Bisher wurde keine Lösung entwickelt, die flächendeckend angeboten werden könnte. In der Folge bleiben die Preise für AAL-Systeme hoch. Mieter würden die hilfreichen Assistenten zwar gerne nutzen, sind aber nicht bereit, die Preise dafür zu zahlen. Läuft dann die Projektfinanzierung aus, ist damit auch der Einsatz von AAL gestorben.

Smart Living dank Kabel

Dietmar Schickel von DSC Consulting vergleicht die derzeitige Situation mit dem Aufkommen des Videorekorders. Mit Betamax, Video 2000 und VHS konkurrierten drei Systeme miteinander. Obwohl Betamax das qualitativ bessere System war, setzte sich VHS durch, weil dessen Nutzung lizenzfrei war. „Wir brauchen eine Art Leitsoftware oder Plattform, über die man sämtliche Dienstleistungen anbieten kann“, sagt der Kabel- und Wohnungswirtschaftsexperte. Diese Plattform muss allen Marktteilnehmer zur Verfügung stehen.

Derzeit verhindern die unterschiedlichen Systeme die Einführung einer solchen Plattform, angefangen vom Sensor in der Wohnung und proprietären Gateways für den Zugang zum offenen Internet über das Datenmanagement bis zum Lösungsanbieter. Unitymedia will diese Silos aufbrechen und entwickelt dazu eine herstellerübergreifende Plattform. Kernstück ist der sichere und vor allem neutrale Datentransport über das HFC-Netz der Kölner. Damit präsentiert Unitymedia ein Ecosystem, mit dem der Netzbetreiber alle denkbaren Anwendungsfälle in den Bereichen Smart Building und Smart Home realisieren will. Quasi ein Smart Living auf Basis des Kabelnetzes.

Submetering als Chance

Im kleineren Rahmen können auch mittelständische Kabelnetzbetreiber den „Smart-Sektor“ für sich entdecken. In Absprache mit dem jeweiligen Wohnungsunternehmen können sie beispielsweise ein Smart Gateway einrichten, also ein sicheres WLAN aufbauen, über das die Daten der unterschiedlichen, in den Wohnungen befindlichen Sensoren übertragen werden. Nach diesem Prinzip geht MeterPan vor. Das Unternehmen, an dem die Deutsche Netzmarketing GmbH (DNMG) beteiligt ist, bietet eine modulare

White-Label-Plattform im Bereich Submetering an, also zur Übertragung von Strom-, Wärme-, Wasser- oder Heiz-Messdaten.

Der Kabelnetzbetreiber würde mit Submetering nicht nur sein Leistungsportfolio erweitern, sondern auch der oft gehörten Forderung aus der Wohnungswirtschaft nach einem Anbieter nachkommen, der alles aus einer Hand stemmen kann. Das Quadruple Play der Zukunft besteht nicht aus Fernsehen, Telefon, Internet und Mobilfunk, sondern aus Fernsehen, Telefon, Internet und Submetering.

Lange zögern darf man jetzt aber nicht mehr. Ab 2021 können Haus- und Grundstückseigentümer den Messstellenbetreiber (MSB) selbst wählen. Dann werden die Karten neu gemischt. Der Haken dabei: Der MSB muss neben Strom auch entweder Gas, Fern- oder Heizwärme anbieten. Wenn nicht nur der Strom-, sondern auch der Wasserzähler smart abgelesen werden muss, kommen neue Herausforderungen auf den MSB zu, denn in der Regel befindet sich der Stromzähler im Keller, der für den Wasserverbrauch aber in den Wohnungen. Hier kommt das Smart Gateway des Kabelnetzbetreibers ins Spiel.

Dreiklang und Paket

Der Submetering-Sektor ist ein Beispiel dafür, dass die Märkte in den Bereichen Smart Home, Smart Building und Smart City noch am Anfang stehen. Für Kabelnetzbetreiber geht es nun darum, sich für diese Märkte aufzustellen. „Diesen Dreiklang muss man zusammenfassen“, sagt Schickel, „dann hat man eine gute Chance, für zukünftige B2B-Geschäftsmodelle vorbereitet zu sein.“ Dabei ist die Frage nach der einzusetzenden Infrastruktur grundlegend. Schickel geht davon aus, dass über kurz oder lang die meisten Dienste audiovisuell unterstützt werden.

Dass Bewegtbild Bandbreite frisst, ist in der Kabelbranche eine Binse. Deshalb müssen sich Kabelnetzbetreiber jetzt überlegen, wie lange ihre Koax-Infrastruktur den zukünftigen Anforderungen noch gerecht wird und ab wann, aber vor allem wie sie Glasfaser in die Liegenschaften bekommen. „Parallel schaue ich mich jetzt als Kabelnetzbetreiber nach Diensten um“, ergänzt Schickel. Gelingt es, ein Paket aus zukunftsfähiger Infrastruktur und für Mieter interessanten Diensten zu schnüren, partizipieren auch kleine und mittelständische Kabelnetzbetreiber von den neuen smarten Märkten.

Der Unitymedia-Deal: Auswirkungen für Kabelnetzbetreiber, TV-Sender und Verbraucher

RA Ramón Glaß

Der Kauf bestimmter Assets von Liberty Global durch Vodafone ist bereits seit geraumer Zeit Gegenstand der journalistischen Berichterstattung; auch die Europäische Kommission beschäftigt dieses Vorhaben seit Ende des vergangenen Jahres. Am 11. Dezember 2018 beschloss die Kommission, in das Verfahren zur Prüfung des Zusammenschlusses einzusteigen – der Kauf wird also nun eingehend durch die Kommission geprüft.

Worum es genau geht

Vodafone und Liberty Global haben sich im Jahr 2018 geeinigt, dass Vodafone die Kabelnetze von Unitymedia in Deutschland, der Tschechischen Republik, Ungarn und Rumänien für einen Enterprise Value von 18,4 Milliarden Euro übernehmen wird.

Nach Ansicht von Vodafone ist dieser Zusammenschluss ein logischer Schritt auf dem Weg in die Zukunft, da das Unternehmen so die Netze vereinen und zu Gigabit-Netzen aufrüsten könne. Laut Unternehmensangaben ist geplant, 25 Millionen Gigabit-Anschlüsse für 50 Millionen Menschen zu bauen – und das bis zum Jahr 2022. In Deutschland will Vodafone auf diese Weise bis zum Jahr 2022 bereits zwei Drittel aller Deutschen mit Gigabit-Geschwindigkeiten versorgen und der Bundesregierung so helfen, ihre Gigabit-Ziele für 2025 schneller zu erreichen.

Vodafone sieht sich in diesem Zusammenhang als großer Wettbewerber zur Deutschen Telekom und verspricht den Kunden in Deutschland mehr Wettbewerb und mehr Wahlfreiheit.

Des einen Freud, des anderen Leid

Der Zusammenschluss hat jedoch auch eine Kehrseite, die auch die Abnehmer in Deutschland nicht unbeeinträchtigt lässt. Wird der Zusammenschluss von der Europäischen Kommission freigegeben, sind circa 75 Prozent der deutschen Kabelnetze gebündelt in der Hand von Vodafone. Die von Vodafone angeführte Wahlfreiheit der Endkunden dürfte sich also nicht auf die Wahl des Kabelnetzbetreibers beziehen. Denn eine derartige Bündelung von Kabelnetzen bei einem einzigen Betreiber führt zu einer erheblichen Marktmacht dieses Kabelnetzbetreibers, die in Deutschland allenfalls der letzte verbliebene große Kabelnetzbetreiber, Tele Columbus, anzugreifen vermag.

Auf kleinere Kabelnetzbetreiber hingegen werden harte Zeiten zukommen. So haben wir beispielsweise bereits von mehreren Marktteilnehmern gehört, dass Vodafone zum Angriff geblasen habe und versuchen soll, Kunden im Bereich der Wohnungswirtschaft abzuwerben.

Marktmacht gegenüber TV-Sendern

Doch nicht nur auf Kabelnetzbetreiberseite wird der Zusammenschluss Auswirkungen auf die Endkunden in Deutschland haben. Ein Unternehmen, das derart viele TV-Anschlüsse kontrolliert, hat auch gegenüber TV-Sendern eine gesteigerte Markt- und Verhandlungsmacht und könnte insofern die Sender- und Sendungsvielfalt beeinträchtigen.

Sollten beispielsweise Verhandlungen zwischen Vodafone und einem Rundfunksender ins Stocken

geraten und Vodafone einstweilen den betroffenen TV-Sender von der Versorgung ausschließen, würden zahlreiche Endkunden in Deutschland keine Möglichkeiten zum regulären Empfang dieses TV-Senders mehr haben. Zwar wird dieser Schritt auch die Attraktivität von Vodafone beeinträchtigen, angesichts fehlender Alternativen dürfte eine große Abwanderungswelle der Endkunden jedoch nicht bevorstehen.

Wohin die Reise geht

Derzeit läuft die zweite, intensive Prüfungsphase bei der Europäischen Kommission. Während dieser Phase holt die Kommission bei zahlreichen Marktteilnehmern Informationen ein und verschafft sich durch persönliche Treffen mit ihnen einen vollumfänglichen Marktüberblick. Die möglichen, hier geschilderten Auswirkungen der Transaktion werden der EU-Kommission also durchaus bekannt sein – es bleibt zurzeit nur abzuwarten, welches Gewicht sie ihnen zuerkennt.

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.

Das stumpfe Schwert der Medienwächter

Marc Hankmann

Ende Oktober 2018 feierte die Medienanstalt der Länder Hamburg und Schleswig-Holstein (MA HSH) einen großen Erfolg, als Facebook auf Drängen der Medienwächter das Profil „Bürger sagen Nein“ vom Netz nahm. „Die tendenziöse Ausrichtung des Profils provozierte hasserfüllte und volksverhetzende Kommentare“, schreibt die MA HSH. Sie meldete den Verstoß gegen den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag über den neu eingerichteten Government Reporting Channel und innerhalb weniger Tage löschte Facebook das Profil. Dem ging jedoch ein wahrer Kampf gegen Windmühlen voraus.

Monatelang versuchte die MA HSH das Hassportal zu stoppen, doch Facebook zeigte den Medienwächtern die kalte Schulter. Erst der Government Reporting Channel sowie die Androhung einer Geldbuße von bis zu einer halben Million Euro brachten die Wende. In anderen Fällen bleibt das Schwert der Medienanstalten jedoch stumpf, was die Frage aufwirft, wie durchsetzungsfähig die Wahrer des Jugend- und Verbraucherschutzes in den audiovisuellen Medien sind.

Senden ohne Lizenz

Seit 2017 gibt es einen TV-Sender, der ohne gültige Lizenz verbreitet wird – sozusagen ein Piratensender auf dem Festland. Die Rede ist von Family TV, das inzwischen unter dem Namen tm3 über Satellit von Astra, im Internet von Zattoo und waipu.tv sowie in diversen Kabelnetzen und in Programmpaketen einiger Stadtwerke-Töchter verbreitet wird; darunter auch M-net, an der die Stadtwerke München beteiligt sind. Ähnlich wie Uploader, deren Nutzer urheberrechtlich geschützte Werke hochladen, verbreiten die Plattformanbieter ein nicht lizenziertes TV-Programm.

Am 21. Juli 2017 setzten die Bayerische Landesanstalt für neue Medien (BLM) und die Landesanstalt für Kommunikation (LFK) einen Beschluss der Kommission für Zulassung und Aufsicht der Medienanstalten (ZAK) um, als sie sowohl Family TV als auch dessen Online-Ableger blizz, jetzt unter dem Namen tm3+, die Sendelizenz entzogen. Laut BLM wurde ein „nicht unerheblicher Teil von blizz mit Inhalten bestritten, für die der Anbieter keine Urheberrechte hatte.“ Die LFK nennt als Grund für den Lizenzentzug die fehlende Zuverlässigkeit des Veranstalters, der ITV Media Interactive e. K. unter der Führung von Timo C. Storost. „Unter anderem war es im Programm zu wiederholten Urheberrechtsverletzungen und zu Verstößen gegen medienrechtliche Bestimmungen gekommen“, heißt es in der Pressemitteilung der LFK.

Maßnahme greift ins Leere

Die Aufsichtsbehörde entzog zum ersten Mal einem Sender direkt die Lizenz und forderte in der Pressemitteilung, den Sendebetrieb „umgehend einzustellen“. Das ist jetzt eineinhalb Jahre her. Seitdem wehrt sich Storost gegen den Lizenzentzug. Wie das Online-Medienmagazin DWDL [berichtet](#), gab es mehrere Zwangsgelder, gegen die Storost Widerspruch einlegte. Die Medienbehörden erwirkten sogar eine Ersatzzwanghaft, doch auch gegen die legte Storost eine Beschwerde ein. So geschah erst einmal gar nichts und tm3 bzw. tm3+ senden munter weiter.

Für eine Kuriosität sorgte dann die ZAK selbst. Da Family TV und blizz immer noch auf Sendung waren, unterlagen sie auch weiterhin der Beobachtung durch die Medienwächter. Die monierten Ende 2017, dass blizz an vier verschiedenen Sendeterminen zwischen Mai und Oktober 2017 Teleshopping-Fenster nicht ordnungsgemäß als solche gekennzeichnet hatte. Die eigentliche Konsequenz wäre die Untersagung der Teleshopping-Fenster gewesen, doch die ZAK musste dem widerspenstigen Storost Tribut zollen. Die Maßnahme „ginge rechtlich ins Leere, da der Anbieter das Programm blizz ohnehin nicht mehr ausstrahlen darf“, teilte die ZAK mit und verzichtete auf weitere Maßnahmen.

Beschluss und Beschwerde

Die nächste Runde läutete das Verwaltungsgericht Stuttgart mit seinem Beschluss vom 12. Februar 2019 ein. Das Gericht hob den Rechtsschutz des Widerspruchs gegen den Lizenzentzug auf. Damit sei laut LFK nun auch gerichtlich bestätigt, dass die Veranstaltung des Programms tm3 „sofort zu beenden ist“. Auch die Verbreitung sei einzustellen.

Das sieht Storost hingegen ganz anders. Auf Facebook wirft er in einem Statement sowohl der Presse als auch der LFK vor, dass ihre Berichterstattung bzw. Pressemitteilung zum Beschluss des VG Stuttgart

nicht mit den rechtlichen Grundsätzen, respektive Verfahrensarten und deren Geltung übereinstimme. Von einer sofortigen Beendigung des Programms kann jedenfalls keine Rede sein, denn Ende Februar 2019 legte Storost beim Verwaltungsgerichtshof in Mannheim Beschwerde gegen den Beschluss aus Stuttgart ein. Ende offen.

Zeitweise Narrenfreiheit

Das Verfahren um den Lizenzentzug von blizz bzw. tm3+ liegt inzwischen beim Amtsgericht Augsburg. Gegenüber DWDL bekräftigt die BLM, alle Hebel in Bewegung gesetzt zu haben. Selbst die Gerichte hätten schnell gehandelt. ZAK-Vorsitzende Cornelia Holsten unterstreicht dies gegenüber MediaLABcom: „Es gab im Rahmen des Lizenzentzugs keine Phase, an der das Verfahren seitens der Landesmedienanstalten verzögert wurde.“

Allerdings ist nicht von der Hand zu weisen, dass beide Programme unverändert auf Sendung sind. Storost hat sich zumindest zeitweise eine gewisse Narrenfreiheit erkämpft. Die könnte ihm letzten Endes natürlich teuer zu stehen kommen, wenn die Gerichte gegen ihn urteilen. Bis zu einer finalen Entscheidung könnte Storost weiterhin gegen geltendes Medienrecht verstoßen, ohne dass die ZAK eingreifen kann. Ihr bleibt nur, auf die Verstöße hinzuweisen und gegebenenfalls Zuschauer vor dem Programm zu warnen.

Weitere Verstöße möglich

Die Kennzeichnungspflicht von Teleshopping-Fenstern zu missachten, erscheint in einem eher harmlosen Licht angesichts der Vorstellung, dass tm3 demnächst FSK-18-Filme im Nachmittagsprogramm zeigen könnte. Für Jugendschützer der blanke Horror – im wahrsten Sinne des Wortes. Zumal der Sender aufgrund seines vorherigen Namens häufig unter dem Genre Familienprogramm läuft. Kindersendungen zeigt tm3 laut Webseite aber nicht, sondern mit „Bubble Gum TV“ nur eine Sendung für Jugendliche. Das Programm dominieren die bestenfalls zweitklassigen Serien wie „Acapulco H.E.A.T.“, „Conan, der Abenteurer“ und „Tarzan, die Rückkehr“.

„Wie in allen Rechtsgebieten hat auch im Medienrecht der Betroffene das Recht, Rechtsmittel gegen Entscheidungen einer Landesmedienanstalt einzulegen, wodurch die Rechtskraft gehemmt wird“, erklärt Holsten. „So lange aber eine Entscheidung nicht rechtskräftig ist, kann sie eben auch nicht vollzogen werden.“ Bis es soweit ist, kann es aber noch dauern. Im Fall von tm3 scheint Storost gewillt, das Verfahren bis zum Verwaltungsgerichtshof zu führen. Den Lizenzentzug von tm3+ prüft derweil das Amtsgericht Augsburg. Natürlich steht Storost auch hier der Beschwerdeweg offen.

Keine Lizenz, keine Verbreitung?

Für die Medienanstalten ist das natürlich ärgerlich, aber nicht zu ändern. Sicherlich handelt es sich um eine Ausnahmerecheinung, in der eine ungewöhnlich große Kumulation von Verfahren vorliegt. Daraus lässt sich nicht unbedingt schließen, dass die Landesmedienanstalten weitere Durchsetzungsmaßnahmen bräuchten.

Zumal man meinen könnte, dass eine Sendelizenz Grundlage für einen Verbreitungsvertrag mit Astra, Zattoo oder waipu.tv sein sollte. Anders gesagt: keine Lizenz, keine Verbreitung. Bis zum Redaktionsschluss dieser Ausgabe konnte man tm3 über Satellit empfangen. Astra verweist auf das laufende Verfahren, weshalb die Luxemburger den Fall gegenüber MediaLABcom nicht kommentieren wollen. Zattoo schiebt Vertragsdetails vor, zu denen sie nichts sagen können, um die Fragen unbeantwortet zu lassen. Der waipu.tv-Betreiber Exaring mochte zunächst ohne Angaben von Gründen keine Stellung beziehen, erklärt dann aber gegenüber MediaLABcom, dass man tm3 aus dem Programm nehme, ohne jedoch zu sagen, ob der Lizenzentzug oder andere Gründe zu diesem Schritt geführt haben. Und M-net reagierte bis zum Redaktionsschluss gar nicht. Alle weichen damit auch der Frage aus, was für ein Rechtsverstoß vorliegen müsste, damit sie die Verbreitung einstellen. Wäre zum Beispiel das Kindeswohl gefährdet, würden die Zuschauer bei den Plattformbetreibern wohl vergebens nach Verantwortlichen suchen.

Monatelange Diskussion wegen fünf Minuten weniger Nachrichten

Sind die Medienwächter im Fall tm3 auf die Schützenhilfe der Gerichte angewiesen, fehlt es ihnen anderswo an klaren Definitionen. Im Oktober 2018 wollte die ZAK eigentlich darüber entscheiden, ob RTL 2 noch als Vollprogramm durchgeht, nachdem der Sender die „RTL 2 News“ um fünf Minuten gekürzt und den Sendeplatz von der Primetime um 20.00 Uhr auf den unattraktiveren Nachmittag um 17.00 Uhr verlegt hatte.

Der relativ kleine Eingriff in das Programm von RTL 2 beschäftigt die ZAK nun bereits seit vier Monaten. Man sollte meinen, dass es klare Grenzen gibt, ab wann ein TV-Programm ein Vollprogramm ist und ab wann nicht (mehr). Doch genau daran hapert es. Es gibt keine Definition, wie viele Minuten ein Programm mit Nachrichten, Dokumentationen oder fiktionalen Inhalten pro Tag, Woche oder Monat senden muss, damit es ein Vollprogramm ist. Oder welche Inhalte ein Vollprogramm zeigen muss, um als Vollprogramm eingestuft zu werden. Gehören zum Beispiel Sportübertragungen dazu? Wenn ja, dann wäre ProSieben kein Vollprogramm mehr. Wer würde das behaupten?

Eine Frage des Prestiges?

Dass die Entscheidung im Fall von RTL 2 dennoch so lange auf sich warten lässt, führt zu Spekulationen in den Medien. Das [Hamburger Abendblatt](#) vermutet, dass sich die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) querstellt, bei der RTL 2 lizenziert ist. Der Verlust eines Vollprogramms sei für die Medienanstalt gleichzeitig ein Prestigeverlust, schreibt das Abendblatt. Das lehnt Holsten, die der Bremischen Landesmedienanstalt vorsteht, kategorisch ab. „Die ‚Wertigkeit‘ einer

Landesmedienanstalt hängt nicht von den durch sie lizenzierten Programmen ab“, sagt Holsten gegenüber MediaLABcom.

Die Entscheidung, ob RTL 2 ein Vollprogramm ist oder nicht, hätte für den Sender durchaus Konsequenzen. Angesichts des absehbaren Endes der analogen TV-Verbreitung im Kabel dürfte es für die Einspeisung des Programms unerheblich sein, ob es ein Voll- oder Spartenprogramm ist. Allerdings könnte RTL 2 als Spartensender in den EPGs nach hinten rutschen, was mit einem Verlust der Wahrnehmbarkeit einherginge. Weniger Aufmerksamkeit durch den Zuschauer heißt geringere Quoten heißt weniger Werbeeinnahmen. Da kann man schon verstehen, wenn RTL 2 bei der LPR Hessen vorstellig würde, um Einfluss auf die Entscheidung zu nehmen.

Verpflichtung wie für Uploader

Im Grunde genommen beschäftigen sich die Landesmedienanstalten im Fall von RTL 2 jedoch mit Relikten der analogen TV-Ära. Die Unterscheidung zwischen Voll- und Spartenprogramm war im Rahmen der Belegung analoger Kabelkanäle von Bedeutung und ist es in Zeiten digitaler TV-Verbreitung im Kabel und über das Internet nicht mehr. Bleibt die Frage, warum die Medienanstalten dann noch monatelang über RTL 2 diskutieren.

Im Fall von tm3 wäre zumindest zu diskutieren, warum es für Plattformbetreiber nicht eine ähnliche Verpflichtung gibt wie für Uploader, die illegal hochgeladene Inhalte löschen müssen, sobald sie davon Kenntnis erlangen. Das würde das Schwert der Medienwächter ungemein schärfen.

Veranstaltungshinweise

Dr. Jörn Krieger

Die Perspektiven von Connected TV

Welche Chancen und Nutzungsmöglichkeiten bietet Connected TV Fernsehveranstaltern, der Werbewirtschaft und den Zuschauern? Die Veranstaltung „Connect! The Future of TV“ wirft am 11. April 2019 in München einen Blick auf den neuen TV-Markt und sich verändernde Geschäftsmodelle. Zu den Referenten des von den Münchner Medientagen veranstalteten Kongresses zählen Werner Ballhaus (PwC), Susanne Pfab (ARD), Markus Härtenstein (Exaring), Olivier Jollet (Pluto TV), Thomas de Buhr (DAZN), Mike Henkelmann (Samsung), Kristina Faßler (WELT), Tanja Hüther (BR), Jörg Meyer (Zattoo) und Holm Münstermann (Google).

Infos & Anmeldung: www.medientage.de/connected-tv/

Gigabitnetze: Wohin bewegen sich Festnetz und Mobilfunk?

Die Frage, wie sich die Betreiber von Fest- und Mobilfunknetzen in Deutschland fürs Gigabit-Zeitalter aufstellen sollten, steht im Mittelpunkt der 20. ZfTM-Jahreskonferenz am 15. Mai 2019 in Duisburg. Sollen TK-Unternehmen eigene Glasfasernetze aufbauen oder auf Vorleistungen zurückgreifen? Sollte sich der Ausbau zunächst auf Ballungszentren beschränken? Welche innovativen Geschäftsmodelle sind in 5G-Mobilfunknetzen profitabel? Was kann Deutschland beim 5G-Netzausbau von anderen Ländern lernen? Muss der Regulierungsrahmen verändert werden? Diese und weitere Fragen diskutieren unter anderem Torsten J. Gerpott (ZfTM), Thilo Höllen (Telekom Deutschland), Stefan Kühne (1&1 Versatel), Uwe Nickl (Deutsche Glasfaser), Cara Schwarz-Schilling (BNetzA), Adrian Bollier (Swisscom), Rickmann von Platen (Freenet) und Martin Bouchard (DFMG Deutsche Funkturm).

Infos & Anmeldung: www.zftm.de/id-20-zftm-konferenz.html

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Stadtwerke Unna setzen auf Open Access

Die Stadtwerke Unna öffnen ihr Glasfasernetz über die BREKO-Handelsplattform für Dritte: Die Glasfaseranschlüsse, die bis direkt in die Häuser beziehungsweise Wohnungen reichen (FTTH), können auf diesem Weg auch von anderen Providern genutzt werden, um eigene Angebote zu vermarkten. Das Vermarktungspotenzial für Glasfaseranschlüsse werde dadurch erheblich gesteigert, teilten die Stadtwerke Unna und BREKO mit. Denn nur mit einer möglichst hohen Netzauslastung ließen sich Glasfasernetze wirtschaftlich betreiben. Die Handelsplattform steht allen Marktteilnehmern – unabhängig von einer Verbandsmitgliedschaft – offen.

Die Stadtwerke Unna bauen seit 2003 ein Glasfasernetz für das gesamte Stadtgebiet. Ziel ist es, neben dem Zentrum der Kreisstadt alle Stadt- und Ortsteile sowie Gewerbe- und Industriegebiete mit einer leistungsfähigen Breitband-Infrastruktur zu versorgen. Bislang hat der lokale TK-Netzbetreiber schon mehr als 100 Kilometer Glasfasertrassen in seinem Versorgungsgebiet im östlichen Ruhrgebiet verlegt. Neben der reinen Glasfaserinfrastruktur bis in die Wohnung ist Open Access die Philosophie des Unternehmens: Jeder Kunde soll seinen Provider frei wählen dürfen.

„Als kleine Sparte eines Energieversorgers haben wir kaum Möglichkeiten, mit den großen Providern zu kooperieren. Das liegt insbesondere an den geforderten einheitlichen Schnittstellen, die wir nicht abbilden können“, sagte Karsten Pfützner, der bei den Stadtwerken Unna die Breitbandthemen koordiniert. „Die BREKO-Handelsplattform stellt uns nun ein Portal zur Verfügung, mit dessen Hilfe wir genau diese Schnittstellen bedienen können. Damit ergibt sich für uns erst die Möglichkeit, den Unnaer Bürgerinnen und Bürgern Open Access über unser Netz zur Verfügung zu stellen.“

Jürgen Magull, Geschäftsführer der BREKO-Einkaufsgesellschaft, erklärte: „Die Stadtwerke Unna gehen genau den richtigen Schritt. Die BREKO-Handelsplattform stellt insbesondere für lokal und regional tätige Netzbetreiber in ganz Deutschland eine attraktive Möglichkeit dar, um die eigenen Glasfasernetze besser auszulasten und so neue Gelder für den weiteren Glasfaserausbau zu erwirtschaften. Davon profitieren nicht zuletzt Bürger und Unternehmen, denen durch die Ankurbelung des Wettbewerbs attraktive Angebote in hoher Qualität zur Verfügung stehen.“

WDR und Vodafone testen TV via 5G

Der WDR und Vodafone wollen in einem gemeinsamen Projekt erproben, wie sich TV- und Video-on-Demand-Inhalte (VoD) über den neuen Mobilfunkstandard 5G technisch verbreiten lassen. Das Angebot soll in HD-Qualität ausgestrahlt und über eine App auf mobilen Endgeräten empfangen werden. Der WDR übermittelt seine Inhalte über ein 5G-Testsystem, das Vodafone im Laufe des Projekts erstmals direkt bei einer TV-Produktionsstätte aktivieren will. Die Empfangsmöglichkeit der TV- und VoD-Inhalte soll im Laufe des Jahres – mit Hilfe entsprechender Software – auf einem sich noch in der Produktentwicklung befindenden Smartphone oder Tablet mit 5G-Unterstützung erprobt werden.

Das Kooperationsprojekt von WDR und Vodafone ist zunächst bis Ende 2020 befristet. Zum Start testen die Partner die Datenübertragung im 5G Lab in Düsseldorf und im 5G Mobility Lab in Aldenhoven. Im kommenden Jahr soll die schnelle Datenübertragung dann auch in der Kölner Innenstadt auf dem WDR-Campus im 5G-Netz von Vodafone starten. In Bayern führt der Bayerische Rundfunk zusammen mit Partnern seit Dezember 2018 einen Feldversuch zur TV-Übertragung via 5G durch.

Panasonic integriert HD+ direkt in Fernseher

Panasonic bietet ab Ende März 2019 die Möglichkeit, die TV-Plattform HD+ direkt über den Fernseher zu empfangen. Ein Receiver, CI-Plus-Modul oder TVkey sind nicht notwendig, der Haushalt muss lediglich über Satellitenempfang via Astra (19,2° Ost) verfügen. Technisch basiert die Lösung auf dem digitalen Verschlüsselungs- und Rechteverwaltungssystem (CAS/DRM) Nagra Connect, wie ein HD+-Sprecher gegenüber MediaLABcom erklärte. Neben HD- seien damit auch Ultra-HD-Programme (UHD) empfangbar.

Für die Nutzer des neuen Verfahrens führt HD+ zudem eine Restart-Funktion ein, mit der ausgewählte Sendungen per Tastendruck auf den Anfang zurückgesetzt werden können, ebenso wie den direkten Zugriff auf Mediatheken und einen interaktiven, individualisierbaren Programmführer, der herkömmliches Fernsehen und Abrufdienste abdeckt. Zusatzkosten fallen dafür nicht an. Zur Nutzung der interaktiven Funktionen muss der Fernseher lediglich mit dem Internet verbunden sein.

Erster Hardware-Partner ist Panasonic. Bei allen neuen OLED- sowie UHD-Geräten des Jahres 2019 ab der GXW804-Serie ist HD+ direkt in den Fernseher integriert. Die ersten Modelle sollen Ende März in den Handel kommen. Die Käufer können HD+ sechs Monate kostenlos testen.

„Mit unserem neuen Angebot spielen wir mit Blick auf Komfort und Einfachheit in einer eigenen Liga. Und wir bieten mehr, ohne gleich mehr zu verlangen“, sagte Timo Schneckenburger, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb bei HD+. „HD+-Kunden erwartet ein neues TV-Erlebnis ohne zusätzliche Kosten. Wir senken auf einen Schlag die Eintrittsbarrieren für HD, UHD und die Nutzung von non-linearen-Angeboten über den Fernseher.“ HD+ kann gleich bei der Ersteinrichtung des neuen Panasonic-Fernsehers installiert werden. Auch nachträglich ist eine Installation über die Home-Bar oder den App-Store des Geräts möglich.

Innogy startet IPTV-Angebot mit Zattoo

Der Energieversorger Innogy hat ein eigenes Multiscreen-IPTV-Angebot eingeführt und bietet damit Internet, Telefonie und TV aus einer Hand. Die gesamte technische Plattform wird von Zattoo gehostet und gemanagt. Innogy ist der zehnte deutsche Netzbetreiber, der auf die IPTV-White-Label-Lösung von Zattoo setzt. Die Kunden von Innogy TelNet können bis zu 130 TV-Programme empfangen, viele davon in HD-Qualität, auf bekannte Mediatheken und Apps zugreifen und via Smartphone und Tablet TV-Aufnahmen von unterwegs programmieren. Innogy TV lässt sich auf mehreren Geräten gleichzeitig nutzen: neben dem Fernseher via IPTV-Box auch auf mobilen Endgeräten und PC/Laptop.

„Glasfaser kann noch mehr, als einen schnellen Internetzugang und komfortable Telefonservices zu ermöglichen. Über unser leistungsstarkes Breitbandnetz bringen wir den Kunden das Produkt Innogy TV auf die Geräte ihrer Wahl und komplettieren mit der IPTV-Lösung von Zattoo unser Dienstleistungsangebot“, sagte Robin Weiland, Geschäftsführer von Innogy TelNet. Innogy nutzt dabei den Rahmenvertrag, den die Deutsche Netzmarketing GmbH (DNMG) im April 2015 mit Zattoo geschlossen hat.

KKR kauft Tele München Gruppe

Der österreichische Medienunternehmer Herbert G. Kloiber verkauft seine Mediengruppe Tele München an den US-Finanzinvestor KKR. Finanzielle Details wurden nicht genannt. Kloiber wird in der von KKR geführten Plattform als Mitglied des Beirates fungieren, während sein Sohn Herbert L. Kloiber unverändert Geschäftsführer der Kerngesellschaften der Tele München Gruppe bleibt.

Zur vor 50 Jahren gegründeten Tele München Gruppe (TMG) gehören der Privatsender Tele 5 sowie Beteiligungen an RTL II und an Odeon Film sowie Tochtergesellschaften wie Concorde Filmverleih und Concorde Home Entertainment. Mit rund 1.800 Mitarbeiter erreicht die Gruppe einen Gesamtumsatz von 520 Millionen Euro. Vor zwei Jahren hatte Tele München bereits seinen österreichischen Privatsender ATV an ProSiebenSat.1 verkauft.

„Ich lege das Unternehmen in die erfahrenen Hände eines großartigen Finanzinvestors, der den internationalen Medienmarkt bestens kennt und mit Fred Kogel einen hervorragenden Manager verpflichtet hat, um in den kommenden Jahren neue Impulse zu setzen“, sagte Kloiber in München. Philipp Freise, Partner und Leiter des europäischen Investmentteams für Technologie, Medien und

Telekommunikation bei KKR, sagte: „Danke an Herrn Dr. Kloiber für das Vertrauen, diese großartige Firma weiterentwickeln zu dürfen. Wir freuen uns sehr, gemeinsam mit der TMG etwas Neues im Film- und TV-Geschäft zu schaffen: eine Plattform, die vom Filmset bis ins Kino und zur TV-Auswertung die komplette Wertschöpfungskette mit starker eigener Produktion abdeckt und die wir durch weitere Firmenzukäufe ausbauen werden.“ Die Transaktion steht unter dem Vorbehalt der behördlichen Genehmigungen.

Brexit: Discovery erhält deutsche Lizenzen

Der Medienrat der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat Discovery Communications Deutschland die Genehmigung zur Verbreitung von 19 Fernsehprogrammen für Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden erteilt. Zudem erhielt Discovery die Zulassung zur paneuropäischen Ausstrahlung des neuen Spartenkanals Golf TV. Bei den skandinavischen Programmen handelt es sich um folgende, nicht in Deutschland ausgestrahlte Sender:

Dänemark: Kanal 4 HD, Kanal 5, 6'eren, Canal 9, Eurosport 2, Discovery Channel HD, TLC

Schweden: Kanal 5, Kanal 9, Kanal 11, Discovery Channel, TLC HD

Norwegen: MAX, FEM, VOX, Eurosport Norge, Discovery Channel HD, TLC

Finnland: Discovery Channel

Golf TV, ein Sender für Golfbegeisterte, soll als OTT-Livestream europaweit und somit auch in Deutschland verbreitet werden.

Da Lizenzen der britischen Medienaufsichtsbehörde Ofcom mit dem bevorstehenden Austritt Großbritanniens aus der Europäischen Union (Brexit) nicht mehr Rechtsgrundlage für eine europäische Verbreitung sein können, möchte der Discovery-Konzern den bestehenden Standort München ausbauen und beantragte bei der BLM neue Zulassungen für die skandinavischen Programme. Auch wenn – bis auf Golf TV – all diese Programme nicht in Deutschland, sondern in anderen EU-Mitgliedsstaaten sowie Norwegen (Mitglied der Europäischen Freihandelsassoziation) verbreitet werden, ist die bayerische Medienanstalt zuständig: Denn die Hauptverwaltung von Discovery liegt in München und die redaktionellen Entscheidungen werden ebenfalls hier getroffen.

Das Unternehmen plant, mit Aufnahme des Betriebs unter deutscher Lizenz auch neue Stellen in München zu schaffen, vor allem im Bereich Jugendschutz. „Die neuen Lizenzen bedeuten für uns eine weitere Stärkung des Medienstandorts Bayern – für die Unternehmen bedeuten sie Rechtssicherheit“, sagte BLM-Präsident Siegfried Schneider.

Rückzug vom Rückzug: Sky zeigt wieder Formel 1

Sky überträgt nach einjähriger Pause wieder die Formel 1 in Deutschland und Österreich. Die neue Vereinbarung gilt für die Saison 2019 und 2020 und umfasst alle 21 Rennwochenenden. Das Rechtspaket, dessen finanzielle Details nicht genannt wurden, enthält die Live-Übertragungsrechte via Satellit, Kabel, IPTV, Web und Mobile in Deutschland und Österreich sowie die deutschsprachigen Rechte in der Schweiz. Sky wird die Rennen sowohl im linearen Fernsehen in seinem „Sky Sport“-Paket als auch über die Streaming-Dienste Sky Go und Sky Ticket ausstrahlen.

Die [Übertragungen](#) erfolgen in HD-Qualität ohne Werbeunterbrechungen während der Rennen. Auf einem weiteren Kanal gibt es zusätzliche Perspektiven und Informationen. Kunden mit Sky-Q-Box können auf Sky Sport UHD alle Rennen live in Ultra HD sehen. Darüber werden die Live-Übertragungen auch in allen Sky-Sportsbars und Sky-Hotels verfügbar sein.

„Mit diesem großartigen Paket bieten wir ab der neuen Saison wieder die beste Berichterstattung der Formel 1 im deutschen Fernsehen“, sagte Holger Enßlin, Geschäftsführer Legal, Regulatory & Distribution von Sky Deutschland. „Damit hören wir auf die Wünsche zahlreicher unserer Kunden, die die Art, wie wir die Formel 1 zeigen, im vergangenen Jahr vermisst haben.“

Sky hatte im Januar 2018 bekannt gegeben, künftig auf die Formel 1 zu verzichten. Der Pay-TV-Veranstalter wolle sich angesichts der steigenden Rechtenkosten künftig auf Sportevents konzentrieren, die man komplett oder zumindest teilweise exklusiv ausstrahlen könne, sagte ein Sky-Sprecher in London. Das sei bei der Formel 1 nicht der Fall, weil diese zu 100 Prozent im frei empfangbaren Fernsehen übertragen werde. Zuvor hatte RTL seinen Rechtevertrag um drei Jahre verlängert und zeigt bis zu Saison 2020 alle Rennen kostenlos im Free-TV.

Nach dem Rückzug hatten zahlreiche enttäuschte Sky-Kunden ihr Abonnement gekündigt. Offenbar waren der Druck und der Image-Schaden so groß, dass Sky nun doch wieder in die Berichterstattung einsteigt - trotz der unveränderten Konkurrenz durch RTL. Die diesjährige Formel-1-Saison wird am 15. März 2019 in Melbourne beim Grand Prix von Australien eröffnet.

Graf neuer RTL-Geschäftsführer

Jörg Graf, derzeit Chief Operating Officer Programme Affairs der Mediengruppe RTL Deutschland, wurde zum 1. Februar 2019 neuer Geschäftsführer des Privatsenders RTL. Der 52-Jährige trat die Nachfolge von Frank Hoffmann (52) an, der die Mediengruppe RTL Deutschland nach 28 Jahren auf eigenen Wunsch und - wie es heißt – in bestem Einvernehmen verlässt. Die vergangenen sechs Jahre stand er an der Spitze von RTL. Zu den Gründen für den Weggang Hoffmanns und seine Zukunftspläne wurden keine Angaben gemacht.

Grafs Nachfolger wird Henning Tewes (46), der als CEO von RTL Croatia auf den Posten des Chief Operating Officers Programme Affairs & Multichannel zur Mediengruppe RTL Deutschland wechseln wird, sobald seine Nachfolge bei RTL Croatia geregelt ist. Im Vergleich zu Grafs Verantwortungsbereich wird

Tewes auch die Verantwortung für den TV-Sender RTLplus übernehmen. Darüber hinaus soll Tewes für die Mediengruppe RTL die verstärkte Zusammenarbeit innerhalb der RTL Group bei der Entwicklung von neuen Formaten vorantreiben. Bis zum Wechsel wird Graf seine bisherigen Aufgaben kommissarisch weiter wahrnehmen.

Des Weiteren wird Sascha Schwingel (47) im Frühsommer 2019 neuer Geschäftsführer von VOX und folgt damit auf Bernd Reichart, der zum 1. Januar als CEO die Gesamtverantwortung für die Mediengruppe RTL Deutschland übernommen hat. Schwingel kommt von der ARD-Tochter Degeto, wo er seit 2016 die Redaktion und das Programm-Management leitete.

Reuter wechselt von RTL II zu RTL

Julia Reuter, CFO und COO von RTL II, verlässt den Privatsender und wechselt im zweiten Quartal 2019 in die Geschäftsführung der Mediengruppe RTL Deutschland. Ihre Nachfolgerin bei RTL II wird Nicole Glatzmaier. Die Diplom-Kauffrau ist seit Januar 2018 stellvertretende CFO und COO des Senders und verantwortet zudem seit 2012 das Controlling. Die Leitung des Controllings von RTL II wird Benjamin Rußler übernehmen, der bisherige Teamleiter Programmwirtschaft und stellvertretende Leiter Controlling.

Haase wird Sky-Marketingchefin

Barbara Haase wird ab Mai 2019 als Chief Marketing Officer die Abteilungen Brand, Marketing & Communication sowie Sky Creative bei Sky Deutschland verantworten. In dieser Funktion übernimmt Haase die gesamte strategische Ausrichtung des Marketings des Pay-TV-Anbieters über alle Kanäle hinweg sowie die Weiterentwicklung der Markenstrategie mit allen Untermarken. Sie berichtet direkt an Marcello Maggioni, Chief Commercial Officer von Sky Deutschland. Die 55-Jährige verfügt über rund 27 Jahre Marketingerfahrung in unterschiedlichen Führungspositionen. Zuletzt arbeitete sie bei der TUI Group, wo sie als Chief Creative Officer die Markenführung und als Chief Marketing Officer die Marketing-Aktivitäten im deutschen Markt verantwortete.

Flecken wird Vice President Public Policy, Regulatory & EU Affairs bei Sky

Eva Flecken ist ab sofort Vice President Public Policy, Regulatory & EU Affairs und Protection of Minors bei Sky Deutschland. Seit Mai 2014 leitet Flecken das Büro des Pay-TV-Veranstalters in Berlin. Dort verantwortet sie als Director Public Policy & EU Affairs die politische Interessenvertretung von Sky in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Ab sofort übernimmt die 35-Jährige zudem die Führung der beiden in Unterföhring bei München ansässigen Teams Regulatory Affairs und Protection of Minors.

In ihrer neuen Funktion berichtet sie an Holger Enßlin, Geschäftsführer Legal, Regulatory & Distribution. Am Berliner Standort erhält Flecken zudem ab sofort Verstärkung durch den Anwalt Jürgen Hofmann, der ihr Team als Head of Public Policy & EU Affairs ergänzt. Der 38-Jährige war zuvor Ressortleiter Recht beim Privatsender-Verband VAUNET (ehemals VPRT).

Stender wird neuer Media-Broadcast-Geschäftsführer

Arnold Stender folgt zum 1. April 2019 Wolfgang Breuer als Vorsitzender der Geschäftsführung von Media Broadcast nach. Breuer verlässt den Technikdienstleister nach knapp acht Jahren aus privaten Gründen. Stender war zuvor beim Telekommunikationsunternehmen QSC sowohl als Geschäftsführer als auch im Vorstand verantwortlich tätig. Breuer wird Media Broadcast und der Muttergesellschaft Freenet auch nach seinem Ausscheiden noch beratend zur Verfügung stehen.

Media Broadcast war zuletzt wegen wirtschaftlicher Schwierigkeiten in den Schlagzeilen, die zur Einführung einer Vier-Tage-Woche führten. Die Gewerkschaft ver.di führte die Schieflage unter anderem auf Fehlentscheidungen des Managements bei der strategischen Ausrichtung des Unternehmens zurück.

ProSiebenSat.1 und Discovery holen Verstärkung für Streaming-Dienst

ProSiebenSat.1 und Discovery erweitern die Führungsmannschaft ihres im Sommer 2019 startenden Streaming-Dienstes um CEO Alexandar Vassilev. Außerdem wechselt Katja Hofem, derzeit COO von ProSiebenSat.1 TV Deutschland und Geschäftsführerin von ProSiebenSat.1 TV Deutschland für Small Channels & New Channel Development, zum 15. März 2019 in die Geschäftsführung. Zu ihren Aufgaben gehören die Entwicklung und Produktion neuer Formate sowie der Programmeinkauf. Zudem soll sich die 48-Jährige im Zusammenspiel mit den Senderpartnern um die strategisch optimale Auswertung von TV- und Abrufinhalten kümmern. Darüber hinaus verantwortet Hofem alle Marketingthemen sowie das Partnermanagement.

Jochen Cassel, bisher Geschäftsführer von ProSiebenSat.1 Digital, zieht zum 1. April 2019 als CFO in die Geschäftsführung ein. Darüber hinaus verantwortet er die Bereiche Legal und Human Resources. Constanze Gilles, zuletzt Vice President Partner Channels bei Sky Deutschland, übernimmt als Senior Vice President ab sofort den Bereich Distribution & Partnerships. In ihrer Rolle soll sie die Vertriebs- und Plattformpartnerschaften weiter ausbauen sowie Wachstumsstrategien erarbeiten.

Die neue, noch namenlose Streaming-Plattform ersetzt das derzeitige Joint Venture 7TV und integriert die bislang eigenständigen Dienste maxdome und Eurosport Player. Mit ihrer Initiative, die allen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern offensteht, wollen ProSiebenSat.1 und Discovery eine zentrale deutsche Anlaufstelle für TV- und Abrufinhalte schaffen. Als weitere Partner konnten bislang das ZDF, Sport1 und WELT (ehemals N24) gewonnen werden. Geplant sind sowohl kostenlose, werbefinanzierte als auch kostenpflichtige Angebote.

Koch wird neue n-tv-Geschäftsführerin

Tanit Koch wird zum 1. März 2019 neue Geschäftsführerin von n-tv, dem Nachrichtensender der Mediengruppe RTL Deutschland. Die 41-jährige Journalistin wird Nachfolgerin von Hans Demmel (63), der das Unternehmen nach 26 Jahren verlässt.

In ihrer neuen Funktion soll Koch neben der Verantwortung für n-tv als künftige Chefredakteurin Zentralredaktion eine gemeinsame Redaktionseinheit aufbauen, die das inhaltliche Fundament für alle

journalistischen Produkte (TV/Digital) der Mediengruppe RTL Deutschland bildet. In ihrer neuen Funktion berichtet die ehemalige Chefredakteurin der „BILD“-Zeitung an Jan Wachtel, Geschäftsführer für digitale Medien und journalistische Inhalte der Mediengruppe RTL Deutschland.

Huber wechselt von Netflix zu RTL

Thomas Huber übernimmt ab 11. März 2019 die Leitung des Brand-Management-Teams „Digital“ im Marketing der Mediengruppe RTL Deutschland. Das Team ist zukünftig für alle Marken von RTL interactive verantwortlich, darunter der Streaming-Dienst TV NOW und das Webportal RTL.de.

Huber kommt vom Video-on-Demand-Anbieter Netflix, wo er seit 2015 für das Marketing in Deutschland, Österreich und der Schweiz mitverantwortlich war und die Etablierung der Marke mitgestaltete. Zuvor arbeitet er bei N24, MTV Networks/Viacom und in Agenturen. Huber berichtet direkt an Julian Weiss, Chief Marketing Officer bei der Mediengruppe RTL Deutschland.

SLM trennt sich vom Geschäftsführer

Der Medienrat der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) hat sich mit dem bisherigen SLM-Geschäftsführer Martin Deitenbeck einvernehmlich und abschließend auf eine Auflösung seines Arbeitsvertrages zum 31. März 2019 geeinigt. „Die Gründe für die Abberufung des langjährigen Geschäftsführers liegen in erheblichen Differenzen zu wesentlichen Fragen der strategischen Ausrichtung der Arbeit der SLM“, heißt es in einer Stellungnahme. Details wurden nicht genannt, allerdings wird betont: Zu den Gründen gehöre „ausdrücklich nicht seine Mitarbeit an dem schwierigen Verfahren um den 2. bundesweiten DAB+-Multiplex“.

Deitenbeck, der seit 2000 an der Spitze der SLM stand, wurde bereits am 7. Februar 2019 mit sofortiger Wirkung vom Entscheidungs- und Beschlussgremium der SLM abberufen und bleibt bis Ende März beurlaubt. Der Medienrat will zügig per Ausschreibung einen neuen Geschäftsführer berufen. Gleichzeitig dankte der Medienrat Deitenbeck für seinen engagierten Einsatz für den privaten sächsischen Rundfunk in den letzten 20 Jahren und hofft, dass er für die weitere Entwicklung des Rundfunks und der Medien in Deutschland seine Erfahrungen erfolgreich an anderer Stelle weiter einbringt.

Deutsche Telekom gewinnt 62.000 IPTV-Kunden

Die IPTV-Plattform Entertain TV erweist sich weiterhin als Wachstumstreiber für die Deutsche Telekom. Im vierten Quartal 2018 kamen 62.000 neue Kunden dazu - mehr als im dritten Quartal, in dem 51.000 neue Kunden gewonnen wurden. Insgesamt hatte Entertain TV zum 31. Dezember 2018 rund 3,35 Millionen Kunden. Im Gesamtjahr 2018 legte die Plattform um 214.000 Kunden zu. Das Wachstum fiel damit geringer aus als 2017 (260.000 neue Kunden), lag aber über dem Zuwachs von 2016 (196.000 neue Kunden).

Sky startet Sky Cinema Comic-Helden HD

Sky zeigt vom 8. bis 17. März 2019 auf dem Pop-up-Kanal Sky Cinema Comic-Helden HD 28 Comic-Verfilmungen rund um die Uhr. Mit dabei sind Titel wie „Batman“, „Spider-Man“, „Wonder Woman“, „Justice League“, „Avengers“ und „Blade“. Höhepunkt ist am 15. März die TV-Premiere von „Deadpool 2“, die über Sky Q auch in Ultra HD zu sehen sein wird. Sky Cinema Comic-Helden HD ersetzt zeitweilig Sky Cinema Hits. Alle Filme sind auch im Streaming-Dienst Sky Ticket abrufbar. Nach dem Herbst 2018 ist dies das zweite Mal, dass Sky Comic-Helden einen eigenen Pop-up-Kanal widmet.

waipu.tv kommt auf Samsung Smart-TVs

Der TV-Streaming-Dienst waipu.tv ist ab sofort als App auf Smart-TV-Fernsehern von Samsung verfügbar. Auf allen Geräten ab Modelljahr 2017 lässt sich waipu.tv über den Samsung Smart Hub abrufen und installieren. Innerhalb der Smart-TV-App können Nutzer via Fernbedienung durch das Live-TV-Programm navigieren, den Programmführer aufrufen, Aufnahmen programmieren, anwählen und abspielen sowie vor- und zurückspulen und sich auf Knopfdruck Sendungsdetails anzeigen lassen. Das Smartphone-Bild lässt sich über die Smartphone-Android-App von waipu.tv per Wisch-Geste auf den Fernseher übertragen.

Gleichzeitig startet waipu.tv eine Sonderaktion für Kunden des Wettbewerbers Magine TV, der seinen Dienst am [28. Februar 2019 einstellte](#): Sie erhalten das „Perfect“-Paket drei Monate lang kostenlos. Die Aktion läuft bis 10. März 2019 unter www.waipu.tv/wechselaktion.

Zattoo holt TNT Film, TNT Serie, TNT Comedy an Bord

Der Streaming-Anbieter Zattoo erweitert sein Bezahlpaket „Zattoo Plus“ um die Pay-TV-Kanäle TNT Film, TNT Serie und TNT Comedy. Die Sender sind ab sofort als Livestreams in HD-Qualität verfügbar. Mit den Neuzugängen umfasst „Zattoo Plus“ insgesamt 21 TV-Sender, davon 14 in HD-Qualität. Das Bouquet lässt sich für 9,90 Euro pro Monat zu einem „Zattoo Premium“- oder „Zattoo Ultimate“-Abonnement dazu buchen.

„Die Nachfrage nach hochwertigen TV-Inhalten steigt und Zuschauer sind zunehmend bereit, für ihren Interessen entsprechende Inhalte zu bezahlen. Hier zeigt sich, wie Video-on-Demand-Dienste wie Netflix und Musik-Streaming-Dienste wie Spotify die Zahlungsbereitschaft für digitale Inhalte beeinflusst haben“, sagte Jörg Meyer, Chief Officer Content and Consumer bei Zattoo. „Die drei TNT-Sender werden unser ‚Zattoo Plus‘-Paket weiter auf, so dass sich Zattoo auch im Bereich Pay-TV zu einer Alternative zu klassischen TV-Verbreitungswegen entwickelt.“

Swisscom steigert TV-Kundenzahl

Der Schweizer Telekommunikationskonzern Swisscom hat im vergangenen Jahr 52.000 neue Kunden für seine IPTV-Plattform Swisscom TV gewonnen. Das Wachstum war größer als 2017, als lediglich 49.000 neue Kunden dazu kamen. Insgesamt legte Swisscom TV damit um 3,5 Prozent auf 1,52 Millionen Kunden zu. Ende 2017 waren es noch 1,47 Millionen Kunden. Die Zahl der Festnetz-Breitbandanschlüsse stieg um 0,9 Prozent auf 2,03 Millionen.

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](#)