

# ERFOLGREICHE VERBRAUCHERVERWIRRUNG

Ingenieure entwickeln Endgeräte für Ingenieure

## Smart, aber nicht clever

### Sehr geehrte Damen und Herren,

mit Smart-TV-Fernsehern gelangen Internet-Angebote wie die Mediatheken der Fernsehsender, Online-Videotheken wie maxdome und Lovefilm oder Videoportale wie YouTube und MyVideo auf den großen TV-Bildschirm im Wohnzimmer - zumindest theoretisch. Ein Blick auf die Nutzungszahlen zeigt jedoch, dass die Zuschauer davon kaum Gebrauch machen. Einige fühlen sich technisch überfordert und versuchen es gar nicht erst, andere geben nach den ersten Versuchen genervt auf. Die Bedienung ist einfach zu kompliziert: Die Hersteller haben ihre TV-Geräte zwar smart, aber nicht clever ausgestattet. Mangelnde Zuschauerfreundlichkeit herrscht auch bei den Satellitenprojekten der Landesmedienanstalten für Lokalfernsehen. Statt sich auf ein einheitliches Vorgehen zu einigen, herrscht wirres Durcheinander. Mal wird das tatsächliche Programm via Satellit verbreitet, mal nur eine Signalkennung, mal im Alleingang, mal im Verbund. Die weiteren Beiträge befassen sich mit den Möglichkeiten für Netzbetreiber, eigene Umsätze mit Video-Angeboten in ihren Breitbandnetzen zu erzielen statt Trittbrettfahrern das Spielfeld zu überlassen, und mit der Frage, wie die Medienregulierung dagegen einschreiten kann, dass Smart-TV-Hersteller die Platzierungen der Fernsehsender in ihren Senderlisten nach finanziellen Gesichtspunkten vergeben: Wer mehr zahlt, kommt nach vorne. Außerdem gibt's Neuigkeiten vom Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) und dem Bundesverband Lokal TV (BLTV), einen Veranstaltungshinweis und Kurzmeldungen.

Die nächste MediaLABcom-Ausgabe erscheint wegen der Weihnachtsfeiertage bereits am 19. Dezember 2013.

Herzliche Grüße  
Heinz-Peter Labonte, Herausgeber  
Dr. Jörn Krieger, Redaktionsleiter

## Inhalt

[Erfolgreiche  
Verbraucherverwirrung](#)

[Organisierte Unordnung](#)

[Aufbau statt Aufschrei:  
Internet als Umsatzquelle](#)

[Smart-TV & Co.: Brauchen  
wir eine Endgeräte-  
Regulierung?](#)

[Neues vom FRK](#)

[Neues vom BLTV](#)

[Veranstaltungshinweis](#)

[Kurzmeldungen](#)

## Ingenieure entwickeln Endgeräte für Ingenieure

Analog-TV, Digitalisierung: SD verschlüsselt / unverschlüsselt, Digital-TV HD: frei / verschlüsselt, HD+, 4K, 3D, HbbTV, Smart-TV, IPTV...

Noch Fragen? Nein? Dann sind Sie sicher Ingenieur und nicht einfacher Fernsehzuschauer oder Technik-

Freak. Dann wissen Sie natürlich sofort, wovon die Rede ist.

[Lesen Sie mehr](#)

## Organisierte Unordnung

*Heinz-Peter Labonte*

### Warum denn einfach, wenn es auch kompliziert geht?

Bayern ist der größte Finanzausgleichszahler der Bundesländer, Berlin der größte Empfänger. Auch die anderen Länder wie Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern oder Sachsen dürfen am Bayerischen Wirtschaftswesen genesen. Aber die Bayern holen sich das Geld zurück.

[Lesen Sie mehr](#)

## Aufbau statt Aufschrei: Internet als Umsatzquelle

*Dr. Jörn Krieger*

Die jüngst veröffentlichten Quartalszahlen von Kabel Deutschland, Unitymedia Kabel BW und des Schweizer Kabelverbands Swisscable zeigen es deutlich: Das stärkste Wachstum erzielen die Kabelnetzbetreiber inzwischen mit Breitband-Internetzugängen. Das ursprüngliche Kerngeschäft, das klassische TV-Kabelfernsehen, verzeichnet hingegen kaum mehr neue Zugewinne, teilweise gehen die Kundenzahlen sogar zurück. Die Entwicklung bedeutet einen Paradigmenwechsel für die Kabelnetzbetreiber, die sich die Frage stellen müssen: Was wollen wir künftig sein? Bloßer Infrastrukturbereitsteller oder aktiver Mitspieler bei neuen Diensten?

[Lesen Sie mehr](#)

## Smart-TV & Co.: Brauchen wir eine Endgeräte-Regulierung?

*RA Sören Rößner*

Ein zentrales Anliegen des Rundfunkrechts ist die Sicherung von Meinungsvielfalt im Fernsehen. So sieht der Rundfunkstaatsvertrag schon in seiner Präambel ausdrücklich vor, dass öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung sowie der Meinungsvielfalt verpflichtet ist. Diese grundsätzliche Vorgabe korrespondiert mit der ebenfalls rundfunkrechtlichen Zielsetzung, vorherrschende Meinungsmacht eines Unternehmens zu verhindern.

[Lesen Sie mehr](#)

## Neues vom FRK

### FRK will einfachere TV-Bedienung

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) kritisiert die weit verbreitete Bedienerunfreundlichkeit von Fernsehern und fordert die Industrie dazu auf, die Geräte einfacher bedienbar zu machen.

[Lesen Sie mehr](#)

## Neues vom BLTV

### Lokal-TV soll Gebührengelder erhalten

Der Bundesverband Lokal TV (BLTV) hat sich dafür ausgesprochen, die lokalen Fernsehsender an den erwarteten Mehreinnahmen von ARD und ZDF aus den Rundfunkgebühren zu beteiligen, um deren wirtschaftliche Situation zu verbessern und die lokale Medienvielfalt zu sichern.

[Lesen Sie mehr](#)

## Veranstaltungshinweis

### TV Komm. 2014 erkundet neue Medienwelt

Smart-TV, Tablet-PCs, Smartphones und Mediatheken machen's möglich: Die Mediennutzer von heute

erwarten, alle gewünschten Inhalte auf dem Endgerät und zu dem Zeitpunkt ihrer Wahl abrufen zu können. Der Medienkongress [TV Komm.](#), der am 25. Februar 2014 in Karlsruhe stattfindet, befasst sich mit den Geschäftsmöglichkeiten und Perspektiven, die sich für die Anbieter von Medieninhalten aus der zunehmend plattformübergreifenden und zeitunabhängigen Nutzung ergeben.

[Lesen Sie mehr](#)

## Kurzmeldungen

*Dr. Jörn Krieger*

### **Werbefinanziertes Fernsehen im Wandel**

Das Internet und seine Möglichkeiten scheint alle traditionellen Massenmedien in seinen Bann zu ziehen. Mediatheken, Abrufvideos, Smart-TV-Fernseher und Fernsehzuschauer, die ständig online sind, bleiben für die reichenweitenstarken, werbefinanzierten TV-Sender nicht ohne Folgen.

[Lesen Sie mehr](#)

## Erfolgreiche Verbraucherwirrung

*Heinz-Peter Labonte*

### **Ingenieure entwickeln Endgeräte für Ingenieure**

Analog-TV, Digitalisierung: SD verschlüsselt / unverschlüsselt, Digital-TV HD: frei / verschlüsselt, HD+, 4K, 3D, HbbTV, Smart-TV, IPTV...

Noch Fragen? Nein? Dann sind Sie sicher Ingenieur und nicht einfacher Fernsehzuschauer oder Technik-Freak. Dann wissen Sie natürlich sofort, wovon die Rede ist.

Warum das alles so ist? Ganz einfach, damit die Industrie ausreichend Geräte verkauft. Damit die Sender neue "Geschäftsmodelle" - neudeutsch "Business Models" - "am Markt" durchsetzen können. Was der Verbraucher dazu sagt? Der wird doch gar nicht gefragt. Der soll gefälligst lernen, kaufen, zahlen - oder "erzogen werden".

In der analogen Welt hat noch jeder seinen Fernseher verstanden. Jetzt aber wird er systematisch verwirrt. Schließlich geht es nicht um den "gemütlichen Fernsehabend" sondern um "gewandeltes Fernsehverhalten". So haben es Soziologen und Wissenschaftler für den globalen Markt herausgefunden - etwa im Auftrag der interessierten Anbieter?

In der analogen Welt hatte ein Fernseher noch eine Lebensdauer von durchschnittlich 14, 15 Jahren. Heute ist es erstaunlich, wenn ein Fernseher ohne Mucken länger als fünf Jahre hält. Absicht der Hersteller? Natürlich nicht. In der Verschleißgesellschaft wird doch nur "Bedarf geweckt" - von der Werbeindustrie für die Hersteller. Die Hersteller müssen sich dann wiederum gemeinsam mit dem übrigen Markt organisieren. Es werden neue Infrastrukturen gebraucht, die selbstverständlich "in der globalen Welt wettbewerbsfähig sein müssen". Bandbreiten werden benötigt, damit der internetfähige Fernseher auch Bandbreitenbedarf schafft. Alles notwendig. Nur sollte die Industrie, sollten die Infrastrukturanbieter und alle am Verkauf und der Marktdurchdringung Interessierten nicht auch mal den Verbraucher fragen, ob er mit all dem noch zurechtkommt?

### **Standardisierung, Vereinheitlichung der Geräte Fehlanzeige**

Der Verbraucher wird alleine gelassen. Viel Geld wird einzig von den öffentlichen Haushalten ausgegeben: für Verbraucherberatung zur Aufklärung der Verbraucher und für Beratung bei der Beseitigung der von Herstellern und Ingenieuren, Senderstrategen, Infrastrukturverantwortlichen und Lobbyisten geschaffenen Probleme. Reden Sie mal mit einem Verbraucherberater, welche Fragen ihm die Ratsuchenden stellen.

Den Unterschied zwischen digitaler Standardqualität (SD) und analoger Bildauflösung war noch für Otto Normalverbraucher nachvollziehbar - beim Blick auf den Bildschirm. Gilt das noch für digitales High Definition (HD)? Das ist schon schwieriger. Warum wurde jahrelang SD von einigen verschlüsselt und von anderen frei angeboten? Das war wohl notwendig, um die teuren Preise für Kabelfernsehtetze zu amortisieren. Oder doch auch, um Satelliten- beziehungsweise Senderkartelle zu erreichen? So meinte ja das Kartellamt. Nächster Hit: 3D - dreidimensionales Fernsehen. Alle setzen sich eine Brille auf, um vor dem Fernseher möglichst ernsthaft zu wirken. Übernächster Hit: 4K, die weitere "Qualitätserhöhung" der gesendeten Bilder. Die gleichen TV-Gerätehersteller kommen, um es übertrieben zu sagen, jedes Quartal, spätestens aber zu jeder Funkausstellung mit technischen "Revolutionen". Bedarf wird geweckt. Und wer kann die Geräte noch bedienen? Ingenieure und Freaks. Otto Normalverbraucher ist froh, wenn er das gerade erworbene Gerät versteht. Oder es wenigstens anschließen kann. Schauen Sie mal auf Ihr

womöglich neues Fernsehgerät. Verstehen Sie, ob es MPEG-4-tauglich ist? Heißt das, Sie verstehen MPEG-4? Kann es nur Smart TV oder schon HbbTV? Verbraucheraufklärung durch Gerätehersteller, Sender? Das wird dem Handel und den Netzbetreibern auf deren Kosten überlassen. Ach ja, und den mit Steuergeldern finanzierten Verbraucherschützern. Die Sender und ihr Satelliten"dienstleister" tragen derweil durch ständigen Transponderwechsel zur weiteren Verwirrung bei. Es war doch schließlich eine Glanzleistung der Öffentlich-Rechtlichen, in der Nacht der Abschaltung der analogen Satellitenverbreitung auch noch Transponder zu verlegen. Verbraucherverwirrung vom Feinsten.

### **HbbTV, die nationale Antwort auf Smart-TV**

Ständig neue Begriffe: HbbTV, Smart-TV, IPTV etc. Jeder weiß, was das heißt - meinen die Hersteller. Ganze Wirtschaftsbereiche in der Consumer Electronic, bei Medienagenturen, ganz zu schweigen von wöchentlich mindestens einer Medienkonferenz (mitunter auch Medientage genannt) leisten ganze Arbeit. Der Wanderzirkus ist ständig unterwegs. Es treffen sich ständig die gleichen Leute, allerdings oft mit unterschiedlichen Visitenkarten. Sie erfinden Neues, ohne das gerade noch Neue ausreichend erklärt zu haben. Warum? Damit ausländische, den weltweiten Markt bedienende Hersteller mit ihren neuen Plattformen nicht den so bequemen deutschen Werbemarkt zerstören. Zum Beispiel dadurch, dass sie die Programmplätze in der Senderliste des Smart-TV-Fernsehers gegen Geld meistbietend verkaufen. Dann müssen die Sender eben den Hersteller bezahlen, wenn sie auf den vorderen Plätzen erscheinen wollen. Und die deutsche Regulierung guckt buchstäblich in die Röhre. Die interessierten Kreise veranstalteten bereits die ersten verzweifelten Ratlos-Diskussionen über "Suchen, Finden, Navigieren" und wunderten sich, wie Servus TV auf Programmplatz 6 der vorsortierten Programmliste eines Smart-TV-Herstellers kommt. Natürlich Zufall. Geld geflossen? Natürlich nicht. Die Nachprogrammierung durch den Zuschauer? Sehr aufwändig. Und dann der ständige Transponderwechsel: Immer wieder muss eine neue Favoritenliste angelegt werden, stundenlang. Da ist es doch viel bequemer, wenn die Ingenieure der Hersteller schon revolvierend vorsortiert haben. Smart TV ermöglicht den Herstellern und Plattformanbietern den Zutritt in den Werbemarkt der Sender. Was machen daraufhin die Sender? Sie lassen HbbTV erfinden und untersagen rechtlich den Plattformern eigene Werbeformen. HbbTV als nationale Antwort auf internationale Smart-TV-Optionen, verkauft als Modell für die schöne neue Medienwelt für Verbraucher.

### **Illusionen zur schnellen Marktdurchdringung**

Natürlich werden auch Studien erstellt. Desillusionierend. So kommt zum Beispiel die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC zu dem Schluss, dass rund 23 Prozent der Internetnutzer bereits einen Fernseher mit integriertem Internetzugang besitzen und immerhin 37 Prozent die Anschaffung eines Smart-TV-Geräts in naher Zukunft in Betracht ziehen. Doch wegen der Komplexität der Anwendung nutzen lediglich 38 Prozent der in der [Studie](#) befragten Smart-TV-Besitzer ihren Fernseher auch mehrmals pro Monat oder häufiger, um im Internet zu surfen. Es macht ja auch wirklich Spaß, das alles mit der kleinen Fernbedienung zu bedienen. Früher löste man Kreuzworträtsel. Heute hat man das Geduldsspiel Fernbedienung. Kein Wunder, dass die Verbraucher Online-Angebote lieber auf dem Tablet-Computer, Notebook oder heimischen PC nutzen. Deshalb werden Hoffnungen formuliert: "Angepasste und intuitive Bedienkonzepte der neuen internetfähigen Fernseher werden aber in Zukunft für eine intensivere Nutzung der Online-Funktionen und für steigende Umsätze mit Online-Inhalten sorgen", erklärt PwC. Aber wann? Wenn die Ingenieure endlich für Verbraucher bauen?

### **Ständig neue Technik**

Der Sinn des Ganzen ist, ständig neue Fernsehgeräte in den Markt zu drücken. Die Verbraucher sollen entweder mit Zusatzboxen (Aufrüstboxen/Set-Top-Boxen) ihre noch nicht HbbTV-fähigen, internetfähigen, 3D- oder 4K-fähigen Fernseher aufrüsten und einen Zwischenumsatz generieren oder sie sollen dazu verleitet werden, neue Fernsehgeräte zu kaufen. Und die Sender freuen sich, dass PwC meint: "Wir gehen davon aus, dass 'schlaue' Fernsehgeräte schon bald nicht nur in jedem Wohnzimmer stehen, sondern auch für mehr als nur Fernsehen genutzt werden. Denn gerade die junge Consumer-Generation steht den neuen Möglichkeiten sehr aufgeschlossen gegenüber." Und die Demographie? Und die Inhalte? Wie sagt Neil Postman im vergangenen Jahrhundert? "Wir amüsieren uns zu Tode." Betrachtet man die reale Welt heute, könnte man ergänzen: "Herrschaftssicherung durch geistige Anspruchslosigkeit verbunden mit technischer Überforderung."

### **Fazit**

Und wer reguliert das alles? 14 Landesmedienanstalten. Und eine Vielzahl von Normierungsgremien, Koordinierungsausschüssen, natürlich Medienausschüsse von allen möglichen Organisationen. Nicht zu vergessen sind die Legionen von Beratern. So sichern wir Arbeitsplätze - für Verwaltungen, Lobbyisten und "Dienstleister", den Medienwanderzirkus der sich wechselseitig Informierenden und über die Zustände Klagenden. Und die Hersteller? Sie schaffen Arbeitsplätze in Asien und Know-how-Transfer der Ingenieure von Deutschland ins Ausland. Die fehlende Vereinheitlichung beziehungsweise Standardisierung der komplizierten Bedienungen der unterschiedlichsten Geräte ist und bleibt nicht nur

entsprechend der jüngst ermittelten Ergebnisse der PwC-Studie das größte Hindernis für die Nutzung der Möglichkeiten. Bedienerfreundlichkeit ist dringend gefragt. Die Gremien für die Standardisierung von Endgeräten sollten einmal anfangen mit der Lektüre der Bedienungsanleitungen. Ach so, die gibt es ja kaum noch schriftlich. Dazu muss man ja zunächst den Fernseher verstehen, der angeblich selbsterklärend durchs Menu führt und bei Fragen auf die Internetadressen verweist. Kunststück bei den Bandbreiten, insbesondere bei Updates dieser Fernseher. Sie sind für Otto Normalverbraucher eine Wissenschaft für sich. Bleibt zu hoffen, dass der Verbraucherstreik bei der Komplexität der Geräte die Ingenieure besser früher als später zwingt, für den normalen Nutzer zu produzieren und nicht für Freaks, Geduldskünstler oder für die Kollegen Ingenieure.

## Organisierte Unordnung

Heinz-Peter Labonte

### Warum denn einfach, wenn es auch kompliziert geht?

Bayern ist der größte Finanzausgleichszahler der Bundesländer, Berlin der größte Empfänger. Auch die anderen Länder wie Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern oder Sachsen dürfen am Bayerischen Wirtschaftswesen genesen. Aber die Bayern holen sich das Geld zurück.

### Wirrwarr der Lokal-TV-Transponder nutzt nur Astra

Die in Bayern ansässigen Tochterfirmen des Astra-Satellitenbetreibers SES befinden sich in einer sehr komfortablen Situation. Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) initiierte die Bayerische Medien Technik (BMT), eine Technikfirma, die gemeinsam mit Astra den Lokal-TV-Transponder auf Astra (19,2° Ost) betreibt. Geht man auf diesen Transponder, so kann man bei entsprechender Menüführung die Lokalsender der Länder Bayern und Baden-Württemberg empfangen - obwohl laut Eröffnungsmenü alle Bundesländer ihre Lokalsender auf diesem Transponder zu bündeln scheinen. Immerhin hat nun die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) beschlossen, dass sie sich ebenfalls zur Satellitenverbreitung von Lokalfernsehprogrammen dieser Plattform bedient. Natürlich mit entsprechender Bezahlung der BMT. Mit was? Selbstverständlich mit den aus der bisherigen GEZ- und jetzt Haushaltsgebühr empfangenen Geldern. So weit, so gut.

Was machen aber Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern? Sie mieten den nächsten Transponderplatz auf Astra, betrieben von der BMT, und bezahlen mit ihren Haushaltsgebührengeldern einen Sonderweg dieser drei Bundesländer.

### Cui bono?

Bei allem muss man mal wieder die alte Habermas'sche Frage stellen nach den erkenntnisleitenden Interessen bei einem solchen rationalen und koordinierten Vorgehen der Landesmedienanstalten und ihrer diversen Integrationsgremien.

Es wäre doch sinnvoll gewesen, wenn man auf dem Astra-Transponder für Lokal-TV alle Lokalsender der unterschiedlichen Bundesländer untergebracht hätte. Dann hätte man die Plattform auf dem eigenen Fernseher gespeichert, wäre auf das Eröffnungsmenü gegangen und hätte das jeweilige Bundesland angeklickt, um dann die dort vorhandenen Sender zu erreichen. Damit wären auch für Satellitenempfangshaushalte Interessen geweckt worden, Lokal-TV empfangbar zu machen. Stattdessen gehen die Haushalte auf den "Bayerischen Transponder" und ernten beim Klicken auf Brandenburg oder Mecklenburg-Vorpommern... **nichts**. Noch nicht einmal den Hinweis, dass Berlin-Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern einen eigenen Transponder auf Astra gemietet haben.

### Absichtliches Durcheinander?

Im Oktober verkündet die sächsische Medienanstalt SLM einen "Barker-Channel-Feldtest": da verweist ein HbbTV-Satellitenkanal auf den Livestream der Lokal-TV-Sender im Internet. Damit fördert die SLM einen "Feldtest zur alternativen Erschließung von Sat-Haushalten". Sie begründet dies damit, dass die Situation für Lokal-TV-Veranstalter nicht einfach sei. Denn aufgrund fehlender Satellitenverbreitung, nämlich rund einer Million unerreichter Satellitenhaushalte in Sachsen, liege rund die Hälfte der potenziellen Zielgruppe brach. Gleichzeitig sei es für die einzelnen Sender aus finanziellen Gründen nicht möglich, ihr Programm über Satellit zu verbreiten, zumal die Abstrahlung in ganz Europa keine maßgeblichen Auswirkungen auf die Erhöhung der Zuschauerzahl oder die Attraktivität für lokal werbende Unternehmen habe. So fördert und betreut die SLM aktuell einen Feldtest mit dem Ziel, die Möglichkeiten für die Erschließung von Satellitenhaushalten über den Verbreitungsweg Internet zu bewerten. Die beteiligten Unternehmen sind die SLM sowie unter anderem die ORS Comm GmbH & Co. KG, HMS GmbH und der Sendernetz e.V.

In diesen Feldtest werden derzeit zwei Programmkanäle über Satellit signalisiert, die von jedem HDTV-fähigen Satellitenempfangsgerät gefunden und in die Kanalliste einsortiert werden können. Nichts

gegen Tests. Es bleibt aber abzuwarten, auf welchem der beiden Transponder dieser Barker-Kanal untergebracht wird. Oder gibt es vielleicht sogar einen neuen Transponder? In jedem Fall wird Astra oder die BMT verdienen. Holt man sich so auf Umwegen die Mittel aus dem Länderfinanzausgleich zurück?

## Fazit

Es ist zum Verzweifeln. Da werden einerseits HbbTV und Smart TV eingeführt. Mal nicht davon zu reden, dass Smart TV auch gleichzeitig den Kampf zwischen Sendern und Herstellern forciert - beide wollen nämlich am Werbekuchen teilhaben. Wie an anderer Stelle dieses Infodienstes erläutert, werden die Verbraucher systematisch verwirrt. Und jetzt tragen auch noch die Landesmedienanstalten mit unterschiedlichen Ansätzen zur Verfügbarmachung von Lokal-TV für Satellitenhaushalte dazu bei. Aber es nützt immerhin Astra und BLM/BMT. Wie es scheint, ist es wohl doch eine ausgeklügelte Strategie zur Rückholung der von Bayern an die betroffenen Länder gezahlten Finanzausgleichsmittel. Darüber hinaus werden mit diesen Mitteln selbstverständlich bayerische Arbeitsplätze gesichert, was dazu führt, dass der Finanzausgleich Bayerns auf Dauer gegenüber den mit höherer Arbeitslosigkeit ausgestatteten Bundesländern gesichert wird. Vielleicht ist es aber auch nur der subtile Versuch, Deutschland in Europa beliebt zu machen, damit die Erträge aus Deutschland an Luxemburger Unternehmen mit immerhin jenseits der 70 Prozent Verdiensteanteil vor Steuern, Abschreibung und Zinsen (EBITDA) fließen. Oder ist es doch nur eine raffinierte Unterstützung des Niedrigsteuerlands Luxemburg aus Mitteln der steigenden Haushaltsabgabe?

## Aufbau statt Aufschrei: Internet als Umsatzquelle

*Dr. Jörn Krieger*

Die jüngst veröffentlichten Quartalszahlen von Kabel Deutschland, Unitymedia Kabel BW und des Schweizer Kabelverbands Swisscable zeigen es deutlich: Das stärkste Wachstum erzielen die Kabelnetzbetreiber inzwischen mit Breitband-Internetzugängen. Das ursprüngliche Kerngeschäft, das klassische TV-Kabelfernsehen, verzeichnet hingegen kaum mehr neue Zugewinne, teilweise gehen die Kundenzahlen sogar zurück. Die Entwicklung bedeutet einen Paradigmenwechsel für die Kabelnetzbetreiber, die sich die Frage stellen müssen: Was wollen wir künftig sein? Bloßer Infrastrukturbereitsteller oder aktiver Mitspieler bei neuen Diensten?

Die lebhafteste Diskussion um die Drosselung der Datenrate bei Erreichen der vertraglich festgelegten Volumengrenze durch die Deutsche Telekom hat viele Augen geöffnet: Es müssen Lösungen für die ungleiche Kostenverteilung beim Betrieb und Ausbau der Breitbandnetze gefunden werden. Die Netzbetreiber beschwerten sich, dass sie ihre Breitbandnetze kostspielig aufrüsten, die dann von Video-Anbietern wie YouTube, maxdome, Lovefilm, iTunes oder Watchever für eigene Geschäftsmodelle genutzt werden, ohne dass sich diese am Netzausbau finanziell beteiligen. Im Gegenteil: Durch das Angebot immer bandbreitenintensiverer Dienste wie HD-Videos schüren sie bei ihren Kunden die Erwartungen an gut ausgebaute Netze, die das hohe Datenaufkommen bewältigen. Ruckeln die Videos, beschwerten sich die Kunden in der Regel beim Netzbetreiber - nicht etwa bei den Video-Anbietern.

Wie lässt sich vermeiden, dass Trittbrettfahrer die Umsätze mit den Kunden der Netzbetreiber machen, während die Netzbetreiber in der undankbaren Rolle stecken, die Kosten für den Betrieb und Ausbau der Infrastruktur zu tragen, mit der andere ihre Geschäfte machen? Die Großen der Branche haben's erkannt: Statt sich die Butter vom Brot nehmen zu lassen, betreiben sie eigene Video-on-Demand-Plattformen und erzielen selbst Umsätze mit dem Trend zu Spielfilmen, Serien, Dokus, Konzerten und Kindersendungen auf Abruf. Für kleine und mittelgroße Kabelnetzbetreiber dürfte der Betrieb einer eigenen Abrufplattform hingegen zu aufwändig und kostspielig sein. Eine Lösung gibt's trotzdem: Dienstleister wie On Demand Deutschland, Ocilion oder der KabelKiosk von Eutelsat bieten Netzbetreibern maßgeschneiderte Lösungen, die von der Beschaffung der Filmrechte bis zur schlüsselfertigen Komplettlösung einer Video-on-Demand-Plattform reichen.

Natürlich lässt sich mit den eigenen Abrufdiensten nicht verhindern, dass die Kunden trotzdem Drittportale nutzen. Der Netzbetreiber verfügt allerdings über entscheidende Vorteile im Wettbewerb: Während Dritte erst die Kunden gewinnen müssen, verfügt er bereits über eine Geschäftsbeziehung, die er für Kundenwerbung, Bezahlung und Bündelangebote nutzen kann. Die Bereitstellung einer Video-on-Demand-Plattform kann somit nicht nur zu neuen Umsätzen, sondern auch zur Stärkung der Kundenbindung beitragen. Wenn sich Kabelnetzbetreiber immer mehr vom TV- zum Internet-Anbieter entwickeln, sollten gerade auch mittelständische und unabhängige Kabelgesellschaften für den Wandel gerüstet sein. Aufbauen statt abwarten, lautet daher die Devise: Wer schon jetzt investiert, kann gelassen in die Zukunft blicken, denn für ihn sind die Netze nicht nur Kosten-, sondern auch Umsatzfaktor.

## Smart-TV & Co.: Brauchen wir eine Endgeräte-Regulierung?

*RA Sören Rößner*

Ein zentrales Anliegen des Rundfunkrechts ist die Sicherung von Meinungsvielfalt im Fernsehen. So sieht der Rundfunkstaatsvertrag schon in seiner Präambel ausdrücklich vor, dass öffentlich-rechtlicher und

privater Rundfunk der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung sowie der Meinungsvielfalt verpflichtet ist. Diese grundsätzliche Vorgabe korrespondiert mit der ebenfalls rundfunkrechtlichen Zielsetzung, vorherrschende Meinungsmacht eines Unternehmens zu verhindern.

Ein wichtiges Instrument in diesem Zusammenhang stellt neben den Regelungen zur Konzentration im Medienbereich die Plattformregulierung dar. So müssen private Anbieter von Plattformen mit Fernsehprogrammen sicherstellen, dass bei deren Belegung innerhalb einer technischen Kapazität im Umfang von bis zu einem Drittel der für die digitale Verbreitung von Rundfunk zur Verfügung stehenden Gesamtkapazität zum einen die erforderlichen Kapazitäten für die bundesweit verbreiteten beitragsfinanzierten Programme sowie für die Dritten Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einschließlich programmbegleitender Dienste zur Verfügung stehen, wobei die im Rahmen der Dritten Programme verbreiteten Landesfenster nur innerhalb der Länder verbreitet werden müssen, für die sie gesetzlich bestimmt sind. Zum anderen sind entsprechende Kapazitäten für die privaten Fernsehprogramme, die Regionalfenster enthalten, sowie für die im jeweiligen Land zugelassenen regionalen und lokalen Fernsehprogramme sowie die Offenen Kanäle vorzuhalten, wobei diese Kapazitäten im Verhältnis zu anderen digitalen Kapazitäten technisch gleichwertig sein müssen. Dies zeigt deutlich, dass der Rundfunkgesetzgeber die Pluralität gerade auch mit Blick auf regionale und lokale Angebote fördern will.

Darüber hinaus hat ein Plattformanbieter bei der Entscheidung über die Belegung seiner Plattform mit in digitaler Technik verbreiteten Fernsehprogrammen und Telemedien hinsichtlich einer weiteren technischen Kapazität im Umfang von einem Drittel unter Beachtung der Interessen der angeschlossenen Teilnehmer eine Vielzahl von Programmveranstaltungen sowie ein vielfältiges Programmangebot an Vollprogrammen, nicht entgeltfinanzierten Programmen, Spartenprogrammen und Fremdsprachenprogrammen einzubeziehen sowie vergleichbare Telemedien und Teleshoppingkanäle angemessen zu berücksichtigen.

Daneben haben die Plattformanbieter die Zugangsfreiheit dahingehend zu gewährleisten, dass die eingesetzte Technik ein vielfältiges Angebot ermöglicht. Anbieter von Rundfunk und vergleichbaren Telemedien einschließlich elektronischer Programmführer dürfen zur Sicherung der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt weder unmittelbar noch mittelbar durch Zugangsberechtigungssysteme, durch Schnittstellen für Anwendungsprogramme, durch Benutzeroberflächen, die eine übergreifende Orientierung über die Angebote sowie deren Auswahl ermöglichen und den ersten Zugriff hierauf herstellen, oder durch sonstige technische Vorgaben hierzu auch gegenüber Herstellern digitaler Rundfunkempfangsgeräte bei der Verbreitung ihrer Angebote unbillig behindert oder gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt werden.

Chancengleichheit und Diskriminierungsfreiheit ist jedoch nicht nur in Bezug auf den Zugang, sondern auch mit Blick auf die Auffindbarkeit dieser Rundfunk- und Telemedienangebote sicherzustellen, insbesondere um eine freie Programmwahl durch den Zuschauer zu ermöglichen. Dazu sind alle verfügbaren Angebote anzuzeigen und hinsichtlich der Anzeige im Rahmen angemessener Bedingungen gleich zu behandeln. Auch die Sortierung innerhalb der verfügbaren Listen der Angebote muss diesen Gesichtspunkten entsprechen. Nach diesen Vorgaben sollen Chancengleichheit und Diskriminierungsfreiheit jedenfalls dann gewährleistet sein, wenn nebeneinander mehrere Listen mit verschiedenen Sortierkriterien angeboten werden, der Nutzer die Möglichkeit hat, die Reihenfolge der Angebote in der Liste zu verändern oder eine eigene Favoritenliste anzulegen, und eine angebotene Favoritenliste keine Voreinstellungen enthält.

All diese Vorschriften gelten bisher nicht für Benutzeroberflächen auf Ebene der Endgeräte. Angesichts der Digitalisierung und technischen Konvergenz stellen sich hier jedoch dieselben Herausforderungen wie in den bereits regulierten Bereichen. Dies gilt sowohl für Fernseher, insbesondere Smart-TV-Geräte, als auch für andere Geräte, mit denen zunehmend ebenfalls Fernsehprogramme abgerufen werden, wie Notebooks, Tablets oder Smartphones. Denn entsprechende Voreinstellungen von Seiten der Hersteller solcher Geräte sind ebenso geeignet, die Meinungsvielfalt zu bedrohen, wie wenn dies durch einen Plattformanbieter geschieht. So kommt gerade der Auffindbarkeit eines Rundfunkprogramms für den publizistischen und wirtschaftlichen Erfolg des Senders eine besondere Bedeutung zu. Es liegt auf der Hand, dass sich hier entsprechende Geschäftsmodelle entwickeln, also etwa leicht auffindbare vordere Programmplätze an Sendeunternehmen verkauft werden könnten. Dies würde zu einer Benachteiligung finanzschwächerer Programmanbieter führen, was gerade mit Blick auf das rundfunkrechtliche Ziel, Pluralität auch mit Blick auf - naturgemäß kleiner dimensionierte - regionale und lokale Angebote zu fördern, bedenklich wäre.

Vor diesem Hintergrund kann es somit letztlich keine Rolle spielen, auf welcher Ebene und auf welche technische Art vorherrschender Meinungsmacht Vorschub geleistet wird. Insofern ist dem auf allen Ebenen mit geeigneten Maßnahmen zu begegnen. Einer Regulierung der Benutzeroberflächen von Endgeräten kommt daher künftig bei der Sicherung von Meinungsvielfalt ähnliche Bedeutung zu wie der Plattformregulierung. Fraglich kann allenfalls noch das Wie einer solchen Regulierung - also deren konkrete Ausgestaltung - sein, etwa ob im Sinne des geringstmöglichen Eingriffs in die Rechte der

Hersteller ein Überprüfungsverfahren im Rahmen einer bloßen nachträglichen Missbrauchsaufsicht ausreicht oder ob mit Blick auf den Sitz der Hersteller und den globalen Endgerätemarkt eine Regelung auf europäischer statt auf nationaler Ebene effektiver sein könnte. Das Ob einer Endgeräte-Regulierung, also deren grundsätzliche Notwendigkeit, dürfte dagegen außer Frage stehen.

*Der Autor Sören Rößner, LL.M. ist Rechtsanwalt und Mitgründer der Kanzlei MMR Müller Müller Rößner, Berlin, die unter anderem auf das Telekommunikationsrecht, das Medienrecht und das Urheberrecht spezialisiert ist. Zudem fungiert er als Justiziar des Fachverbands für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK).*

## Neues vom FRK

### **FRK will einfachere TV-Bedienung**

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) kritisiert die weit verbreitete Bedienerunfreundlichkeit von Fernsehern und fordert die Industrie dazu auf, die Geräte einfacher bedienbar zu machen.

Bei der Analogabschaltung via Satellit und der Umstellung auf Digitalfernsehen im Jahr 2012 hätten insbesondere die unabhängigen mittelständischen Kabelnetzbetreiber zu spüren bekommen, dass die TV-Gerätehersteller sehr komplexe Empfangssysteme verkauften, die vielfach die Kunden überfordern, kritisierte der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte.

Hierdurch entstehe für die Kabelnetzbetreiber und ihre Kunden bei der Abschaltung von analogen Verbreitungswegen eine hohe zeitliche und wirtschaftliche Sonderbelastung, weil die Verbraucher bei der Ersteinstellung, aber auch bei Transponderwechseln von Sendern, häufig die Assistenz von Fachleuten benötigten, beklagte Labonte. Daran änderten auch proprietäre Systeme großer Netzbetreiber oder Pay-TV-Anbieter nichts. Das Gegenteil sei der Fall: Durch die Sonderwege und durch vielfach nicht miteinander kompatible Entschlüsselungskarten werde die Verwirrung sogar noch erhöht.

Es sei höchste Zeit, dass die Hersteller "nicht ständig neue Modelle und proprietäre Empfangssysteme auf den Markt bringen", erklärte Labonte. "Endgeräte 'von Ingenieuren für Ingenieure' behindern die Digitalisierung und helfen weder den Verbrauchern noch ihren Servicefirmen." Deshalb seien alle Marktteilnehmer aufgefordert, Initiativen zu ergreifen, um bei den Herstellerfirmen ein höheres Maß an Bedienerfreundlichkeit durchzusetzen.

### **FRK fordert Stärkung der lokalen Medienvielfalt**

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) plädiert dafür, die Mehreinnahmen aus der neuen Rundfunkabgabe dafür einzusetzen, die lokale Medienvielfalt zu sichern. Dies sei wichtiger als eine Gebührensenkung.

Die Mehreinnahmen sollten zur Vollendung des Dualen Rundfunksystems genutzt werden, sagte der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte. Dadurch könne lokale Medienvielfalt gesichert und geschaffen werden.

"In Zeiten zunehmender Einzeitungskreise ist es wichtig für unsere demokratische Kultur, unter anderem auch im ländlichen Raum mehrere Angebote in lokaler Berichterstattung und Meinungsbildung zu haben. Diese Aufgabe kann im deutschen Mediensystem nur durch eine Stärkung der Landesmedienanstalten erfolgen, was dem Hang zum (von internationalen Finanzinvestoren geförderten) Medienzentrismus entgegenwirkt", erklärte Labonte.

Der FRK schlägt deshalb vor, die Mehreinnahmen jeweils zur Hälfte den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und den Landesmedienanstalten zur Verfügung zu stellen, damit diese die lokale Medienvielfalt vor Ort stärken können. Der Schritt würde auch einen Beitrag zur Sicherung der Demokratie in Deutschland leisten. Insbesondere in ländlichen Räumen feststellbarer publizistischer Meinungseinfalt werde so ein Mehr an pluraler Medienvielfalt entgegengestellt.

"Wir werden als FRK im ersten Halbjahr 2014 versuchen, in einem medienpolitischen Symposium diesen Schritt in die Vollendung des Dualen Rundfunksystems durch Sicherung lokaler Medienvielfalt mit allen Beteiligten zu diskutieren und gehen davon aus, dass unter anderem der Bundesverband Lokal TV (BLTV) als Mitveranstalter dieses Symposiums gewonnen werden kann", sagte Labonte.

### **FRK will Breitband aufs Land bringen**

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) will sich dafür einsetzen, dass die Kabelnetze auch im ländlichen Raum zu leistungsfähigen Breitbandnetzen mit Glasfaserversorgung bis in



die Wohnungen aufgerüstet werden, damit Chancengleichheit zwischen Stadt und Land sichergestellt wird.

Der FRK trete für eine umfassende Aufrüstung der Kabelnetze ein, um die wirtschaftliche Chance der Breitbandversorgung auch im ländlichen Raum durch die unabhängigen mittelständischen Kabelnetzbetreiber zu verbessern und den Kommunen mit ihren Unternehmen und Einwohnern infrastrukturelle Chancengleichheit zu ermöglichen, sagte der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte anlässlich der Breitbandfachkonferenz des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK) und des Bundeswirtschaftsministeriums in Berlin.

Der Breitbandgipfelprozess der Bundesregierung und die vielfältigen Breitbandinitiativen der Länder hätten das Augenmerk auf die Notwendigkeit der Aufrüstung der bestehenden Kabelnetze und der breitbandigen Erschließung auch des ländlichen Raums zur Sicherstellung von Chancengleichheit zwischen Ballungsgebieten und ländlichen Regionen gerichtet, erklärte Labonte. Dabei sei aber nicht nur im Rahmen des Breitbandgipfelprozesses oder bei den Aktivitäten zur Digitalen Dividende II in Vorbereitung der Weltrundfunkkonferenz 2015 dafür zu sorgen, dass die Interessen der unabhängigen mittelständischen Kabelnetzbetreiber im Konzert mit den großen Netzbetreibern sowie den Mobilfunk- und Telekommunikationsunternehmen im politischen Prozess beachtet und gewahrt blieben.

Gleichzeitig regt der FRK an, in Gesprächen mit dem Verband kommunaler Unternehmen (VKU) und den dort zusammengeschlossenen Stadtwerken dafür zu werben, dass lokale und regionale Kooperationen dazu beitragen, die Wettbewerbsfähigkeit des ländlichen Raums und der regionalen Unternehmen zu sichern. Sie dürften nicht den Interessen der entstehenden Großunternehmen geopfert werden.

## Neues vom BLTV

### Lokal-TV soll Gebührengelder erhalten

Der Bundesverband Lokal TV (BLTV) hat sich dafür ausgesprochen, die lokalen Fernsehsender an den erwarteten Mehreinnahmen von ARD und ZDF aus den Rundfunkgebühren zu beteiligen, um deren wirtschaftliche Situation zu verbessern und die lokale Medienvielfalt zu sichern.

Die Mittel sollen unter anderem dazu verwendet werden, eine flächendeckende Verbreitung der Sender sicherzustellen. Mit der derzeitigen Einspeisung in Kabelnetze werde lediglich die Hälfte der Bevölkerung erreicht, erklärte der Verband. Die im Auf- und Ausbau befindliche Verbreitung der Programme über Satellit müsse daher für alle Lokalsender in Deutschland umgesetzt werden. Gebühren für die Zuführung und Verbreitung müssten in Zukunft entfallen.

Das Ziel sei die Schaffung eines dauerhaft tragfähigen Systems, um die wirtschaftliche Lage der Programmveranstalter zu verbessern, erklärte der Verband. Dies werde auch von der Mehrheit der Landesmedienanstalten unterstützt. Auch in der Medienpolitik setze sich die Erkenntnis durch, dass das Lokalfernsehen ein unverzichtbarer Bestandteil im System der Bundesrepublik für Meinungsvielfalt und demokratische Willensbildung sei und erhalten bleiben solle.

## Veranstaltungshinweis

### TV Komm. 2014 erkundet neue Medienwelt

Smart-TV, Tablet-PCs, Smartphones und Mediatheken machen's möglich: Die Mediennutzer von heute erwarten, alle gewünschten Inhalte auf dem Endgerät und zu dem Zeitpunkt ihrer Wahl abrufen zu können. Der Medienkongress [TV Komm.](#), der am 25. Februar 2014 in Karlsruhe stattfindet, befasst sich mit den Geschäftsmöglichkeiten und Perspektiven, die sich für die Anbieter von Medieninhalten aus der zunehmend plattformübergreifenden und zeitunabhängigen Nutzung ergeben.

Zu den Schwerpunkten der Veranstaltung, die unter dem Leitthema "Broad und Spiele - Triumphieren in der Medienarena" steht, zählen die Zugangswege zur Begleitung des Verbrauchers durch den Tag, der Aufbau von Kundenbeziehungen und Geschäftsmodellen, etwa über zielgruppenspezifische Angebote und Werbung, sowie maßgeschneiderte Vertriebs- und Marketingstrategien.

Referenten von öffentlich-rechtlichen und privaten TV- und Radiosendern, Medienhäusern, Plattformbetreibern, der Spielebranche und Agenturen stellen in Workshops ihre Geschäftsmodelle, Erfahrungen und Zukunftspläne vor. Ein Zusatzbereich widmet sich den Anwendungsmöglichkeiten der interaktiven Bildschirme auf neuen Fitnessgeräten für die Medienbranche, etwa über die Darstellung von Medieninhalten, die Vernetzung mit Facebook oder weitere Angebote über Apps.

## Werbefinanziertes Fernsehen im Wandel

Das Internet und seine Möglichkeiten scheint alle traditionellen Massenmedien in seinen Bann zu ziehen. Mediatheken, Abrufvideos, Smart-TV-Fernseher und Fernsehzuschauer, die ständig online sind, bleiben für die reichenweitenstarken, werbefinanzierten TV-Sender nicht ohne Folgen.

Für die Studie "Fernsehs visionen" befragten die Marktforscher von GfK Enigma im Auftrag des Satellitenbetreibers Eutelsat Entscheidungsträger aus acht verschiedenen Bereichen der Fernsehbranche, welche Entwicklungen in fünf Jahren für die Zuschauer Alltag sein werden: Nach ihrer Einschätzung werden wir unser Fernsehen kaum wiedererkennen.

Als gesetzt gilt der Trend, dass wir in Zukunft zu Hause auf verschiedenen Bildschirmen - Computer, Tablet-PC und Smartphone - und über unterschiedliche Verbreitungswege auf die Programme zugreifen werden. Ein weiterer Trend, der sich bereits jetzt erkennen lässt, ist das steigende TV-Programmangebot. Die neuen Sender der großen TV-Gruppen wie ProSieben Maxx, Sat.1 Gold, RTL Nitro und sixx, aber auch neue Anbieter wie joiz, geben einen Vorgeschmack auf das Wachstum von Spartenkanälen. Jeder Sender will engere Zielgruppen ansprechen und trägt damit dem Wunsch der Zuschauer Rechnung, genau ihr Programm finden zu können. Die Studienteilnehmer prophezeien, dass die Fragmentierung der TV-Inhalte anhalten wird. Allerdings werden sich die Zuschauer auf ein reges Kommen und Gehen der Sender einstellen müssen.

Das Fernsehprogramm sieht sich zusätzlich einer geteilten Aufmerksamkeit des Publikums gegenüber, das immer öfter parallel Online-Inhalte auf einem internetfähigen Gerät abrufen. Gelingt es den Sendern künftig nicht mehr, die Zuschauer lange genug an das Programm zu binden, müssen die Sendungen kürzer werden. Programme, die heute bis 60 Minuten Laufzeit haben, könnten in fünf Jahren vielleicht auf deutlich unter 40 Minuten eingedampft sein.

Der Kampf um Zuschauer und Werbekunden wird nach Ansicht der TV-Experten dazu führen, dass Werbeerlöse sinken und die großen TV-Anbieter beim Programm sparen müssen. Nicht festlegen wollten sich die Teilnehmer hingegen in der Frage, ob diese Sparmaßnahmen zwangsläufig zu einer sinkenden Qualität des werbefinanzierten TV-Programms führen werden und die Zuschauer diesen Mangel auch erkennen.

"Die Erkenntnisse aus der Studie 'Fernsehs visionen' unterstützen uns dabei, die Marktpotenziale neuer TV-Anwendungen besser einzuschätzen", beschreibt Christian Heineke, Senior Product Manager TV & Content von Eutelsat KabelKiosk, die Motivation zur Anfertigung der Studie. "Schon heute haben wir mit unserem Video-on-Demand-Angebot Choice und der in Kürze startenden hybriden DVB-IP-Plattform Produkte im Angebot, die den Nutzungstrends vernetzter Fernsehzuschauer Rechnung tragen. Die GfK-Enigma-Studie liefert eine praxisorientierte Bestätigung dafür, dass wir mit unseren neuen Produkten gut aufgestellt sind."

Die Ergebnisse der Studie können auf der KabelKiosk-Webseite kostenfrei als [PDF-Dokument](#) heruntergeladen werden.

### Boomerang HD startet am 3. Dezember

Der Pay-TV-Kanal Boomerang verbreitet sein Programm ab 3. Dezember 2013 auch in hoher Bildauflösung. Die ersten Verbreitungspartner sind Kabel Deutschland, die IPTV-Plattform Entertain der Deutschen Telekom und der Schweizer Pay-TV-Veranstalter Teleclub.

Der deutschsprachige Markt ist weltweit der erste, auf dem der US-Fernsehveranstalter Turner Broadcasting System den Kinder- und Familienkanal Boomerang in hoher Bildauflösung anbietet. Nach TNT Serie HD, TNT Film HD, glitz HD, Cartoon Network HD und CNN HD sind damit alle Turner-Sender in Deutschland in HD-Qualität verfügbar.

### Geo Television erhält Lizenz

Die Mediengruppe RTL Deutschland hat von den Landesmedienanstalten grünes Licht für ihren geplanten Pay-TV-Sender Geo Television erhalten: Die Kommission für Zulassung und Aufsicht erteilte dem Dokumentationskanal auf ihrer jüngsten Sitzung in Kassel eine Sendelizenz.

Geo Television soll im ersten Halbjahr 2014 starten und bundesweit verbreitet werden. Auf dem Programm stehen nationale und internationale Dokumentationen aus den Bereichen Natur, Mensch, Technik, Wissenschaft und Geschichte.

### KabelKiosk baut HD-Angebot aus

Der KabelKiosk, die Programm- und Service-Plattform des Satellitenbetreibers Eutelsat für Kabelnetzbetreiber, hat den Pay-TV-Sender Sony Entertainment Television HD in sein Angebot aufgenommen.

Die Zuschauer können den Unterhaltungskanal von Sony Pictures Television Networks im "Family HD"-Paket empfangen. Der Sender, der Spielfilme und Serien zeigt, war im April 2013 in Deutschland gestartet.

Auch der Tierdokumentationskanal Animal Planet HD ist neu bei "Family HD". Der Sender ersetzt das Programm von Animal Planet in herkömmlicher Bildauflösung.

Der KabelKiosk will das "Family HD"-Paket vor Jahresende um drei weitere Sender vergrößern.

#### **ProSieben Fun HD startet bei Sky**

Der Pay-TV-Veranstalter Sky Deutschland nimmt am 14. Januar 2014 den Abo-Sender ProSieben Fun HD in sein Angebot auf. Satellitenkunden in Deutschland und Österreich können das Programm im "Sky Welt"-Paket über Astra (19,2° Ost) empfangen.

Ausgewählte Programminhalte werden zudem auf Abruf über die Zusatzdienste Sky Anytime und Sky Go zur Verfügung stehen. In herkömmlicher Bildauflösung wird ProSieben Fun bei Sky nicht zu empfangen sein.

ProSieben Fun war bislang nur in den Kabelnetzen von Unitymedia und Kabel BW sowie auf der IPTV-Plattform Entertain der Deutschen Telekom zu empfangen - sowohl in herkömmlicher als auch in hoher Bildauflösung. Der im Mai 2012 gestartete Pay-TV-Ableger von ProSieben zeigt Spielfilme, Serien, Comedy-Shows, Actionsport und Konzerte.

#### **M-net erweitert TV- und Radioangebot**

Die Telekommunikationsgesellschaft M-net hat vier weitere Fernseh- und zwei Radiosender in ihr Angebot aufgenommen. Die Neuzugänge sind ProSieben Maxx, Anixe HD, Deluxe Music und der Wirtschaftsnachrichtenkanal DAF sowie Deluxe Radio und Deluxe Lounge Radio.

Das TV- und Radioangebot verbreitet M-net über sein Glasfasernetz, das weitere Teile von München, Augsburg und Erlangen abdeckt. Insgesamt bietet M-net rund 35 analoge und 100 digitale TV-Sender an, darunter 16 kostenfreie und unverschlüsselte HD-Programme.

Die Kunden können außerdem einen Telefonanschluss und einen Internetzugang mit einer Datenrate von bis zu 100 Mbit/s buchen.

#### **Telekom bringt Entertain auf Smartphones**

Die IPTV-Plattform Entertain der Deutschen Telekom ist ab sofort auch auf Smartphones verfügbar: "Entertain to go" startet zunächst auf dem iPhone von Apple, im Dezember 2013 folgen Smartphones und Tablet-PCs mit dem Google-Betriebssystem Android.

Mit "Entertain to go", das seit Juli auf PCs, Laptops und dem iPad verfügbar ist, können die Kunden zuhause in ihrem WLAN-Heimnetzwerk drahtlos rund 40 TV-Sender empfangen, darunter ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben. Für unterwegs bietet die Online-Videothek Spielfilme, Serien und andere Inhalte auf Abruf.

"Entertain to go" für das iPhone kann ab sofort im Apple App Store heruntergeladen werden (ab iPhone 4 mit iOS 5 und höher). Nutzer eines Android-Smartphones oder -Tablets ab Software-Version 3 können die App ab Dezember im Google Play Store herunterladen. Die Nutzung ist im ersten Monat kostenlos, danach fallen 4,95 Euro pro Monat Aufpreis zum Entertain-Abonnement an.

#### **HD+ baut TV-Abrufdienst aus**

Der Astra-Satellitenbetreiber SES hat vier weitere Mediatheken von Privatsendern in den Abrufdienst HD+ Replay seiner HDTV-Plattform HD+ aufgenommen: Die Zuschauer können ab sofort auch verpasste TV-Sendungen von Sat.1, ProSieben, kabel eins und DMAX nachträglich in voller Länge auf dem TV-Bildschirm ansehen.

Bereits enthalten sind die Mediatheken von RTL, VOX, Super RTL und n-tv. Der weitere Ausbau ist geplant. HD+ Replay kann drei Monate kostenlos getestet werden. Danach kostet der Zugang 15 Euro für drei weitere Monate. Wer bereits in diesem Jahr eine Verlängerung erwirbt und sie bis zum 31. Dezember 2013 aktiviert, erhält sechs weitere Monate gratis dazu. Damit können sich die Nutzer den

Service ein Jahr lang für 15 Euro sichern.

Voraussetzung für HD+ RePlay ist ein HD+ Smart-TV-Receiver, der ans Internet angeschlossen ist. Die Datenrate sollte mindestens 6 Mbit/s betragen. Derzeit sind zehn entsprechende Receiver-Modelle erhältlich, weitere sollen folgen.

2014 will HD+ eine weitere Empfangsmöglichkeit einführen: Auf ausgewählten Smart-TV-Gerätemodellen von LG und Hisense wird HD+ RePlay ohne Receiver abrufbar sein. Der Dienst wird als TV-App direkt in die Medienportale der Fernseher eingebunden. Funktionen, Angebot und Preisgestaltung werden wie bei Nutzung mit einem Receiver gestaltet sein. Gespräche zwischen HD+ und weiteren TV-Geräteherstellern laufen.

### **Sachsen beteiligt sich an Lokal-TV-Portal**

Das Lokal-TV-Portal, das am 1. Januar 2013 auf Astra (19,2° Ost) gestartet ist, umfasst künftig auch Lokalsender aus Sachsen. Die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) beteiligt sich dazu an dem Angebot im kommenden Jahr zunächst mit 20.000 Euro.

Das [Lokal-TV-Portal](#), das Fernsehen und Internet verbindet, erscheint bei Satellitenrezipienten und Flachbildfernsehern mit eingebautem Satellitentuner auf Programmplatz 99. Die Zuschauer können dort auf einer Landkarte ihr Bundesland und dann den gewünschten Lokalsender auswählen. Zur Auswahl stehen der Livestream des laufenden Programms und die Mediathek, in der einzelne Sendungen und Beiträge nachträglich abgerufen werden können.

Auf diese Weise können Satellitenhaushalte auch Lokalsender empfangen, die nicht oder nur einige Stunden pro Tag via Astra verbreitet werden. Voraussetzung ist, dass sich ihr Receiver oder Fernseher für den interaktiven Multimedia-Standard HbbTV eignen und ans Internet angeschlossen sind.

Das Portal, das von der Bayerischen Medien Technik im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien entwickelt wurde, steht allen lokalen Fernsehsendern in Deutschland offen. Zuletzt hatte sich die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg an dem Angebot beteiligt.

### **NetCologne baut Hotspot-Netz in Köln auf**

Der Kabelnetzbetreiber NetCologne will in Köln ein WLAN-Netz auf stark frequentierten Plätzen der Stadt installieren. Die Nutzer können über die Hotspots mit ihren Smartphones, Tablet-PCs und Laptops kostenfrei im Internet surfen.

Ein Testprojekt startet bereits in diesem Jahr: Besucher des Weihnachtsmarkts auf dem Roncalli-Platz können den mobilen Gratis-Internetzugang ausprobieren.

Ab Januar 2014 sollen schrittweise insgesamt fünf Plätze in Köln dauerhaft mit Hotspots ausgestattet werden - neben dem Roncalli-Platz der Heumarkt, Alter Markt, Heinrich-Böll-Platz und Ottoplatz. Ziel ist, die gesamte Innenstadt mit einem flächendeckenden WLAN-Netz zu versorgen. NetCologne führt dazu derzeit Gespräche mit möglichen Sponsoren.

Um das WLAN-Netz zu nutzen, ist vorab eine Registrierung notwendig. Dazu müssen die Nutzer ihren Namen, E-Mail-Adresse und Handynummer hinterlegen und den Nutzungsbestimmungen zustimmen. Das Modell sieht eine kostenfreie Nutzung für mehrere Stunden vor. Die genauen Details befinden sich momentan noch in der Erarbeitung.

### **Kabel Deutschland weitet Hotspot-Netz aus**

Kabel Deutschland führt bis Jahresende 2013 in sechs weiteren Städten Hotspots für einen kostenlosen mobilen Internetzugang ein. Dabei handelt es sich um Celle, Chemnitz, Göttingen, Koblenz, Landau und Lübeck.

2014 will der Kabelnetzbetreiber sein Hotspot-Netz weiter ausbauen. Die WLAN-Sendeanlagen werden dabei in Form von Hauben auf den Verteilerkästen von Kabel Deutschland montiert.

Jeder Nutzer kann über die Hotspots pro Tag 30 Minuten lang kostenlos mit Smartphone, Tablet-PC oder Laptop surfen. Kabel-Deutschland-Kunden, die sich für den Zugang im Kundenportal anmelden, können die Hotspots rund um die Uhr gratis nutzen.

### **Swisscom startet Highspeed-Internet mit 1 Gbit/s**

Der Schweizer Telekommunikationskonzern Swisscom bietet Privatkunden ab sofort einen Hochgeschwindigkeits-Internetzugang mit einer Datenrate von 1 Gbit/s an. 650.000 Haushalte, die mit

einem Glasfaseranschluss bis ins Wohnzimmer (FTTH) versorgt sind, können das Angebot nutzen.

Der [Highspeed-Anschluss](#) kann als Option zum "[Vivo Casa 5](#)"-Paket für einen Aufpreis von 100 Franken (80 Euro) pro Monat dazu gebucht werden. Neu ist ebenfalls die Option 300 Mbit/s für 20 Franken pro Monat. Zudem surfen ab sofort alle "Vivo Casa 5"-Kunden automatisch mit 100 Mbit/s statt wie bisher 50 Mbit/s - zum unveränderten Monatspreis von 149 Franken.

Swisscom investiert in diesem Jahr 1,75 Milliarden Franken in den Ausbau seines Breitbandnetzes. Bis 2015 soll der Highspeed-Zugang über 2,3 Millionen Haushalten zur Verfügung stehen.

#### **LABcom GmbH**

Steinritsch 2  
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

Fax: +49 (0) 6136-85708

E-Mail: [newsletter@medialabcom.de](mailto:newsletter@medialabcom.de)

#### **Partner:**

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

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

Redaktionsleitung: Dr. Jörn Krieger

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)