

## STREAMING

### Alter Fasswein in vielen neuen Schläuchen

#### Marken, Märkte, Marketing

##### Sehr geehrte Damen und Herren,

jedes neue Detail über den Deutschland-Start des US-Streaming-Portals Netflix wird in der Medienbranche mit großer Aufmerksamkeit wahrgenommen, zuletzt die während der Verkündung der jüngsten Geschäftszahlen eher beiläufig gefallene Bemerkung, dass es im September 2014 soweit sein werde, nachdem bislang lediglich von "Jahresende" gesprochen wurde. Warum die ganze Aufregung? Wer den Hype mitmacht, gerät schnell in Gefahr, Teil des Marketings zu werden. Unser Leitartikel zeigt, dass all das, was mit Netflix und anderen Streaming-Anbietern in unseren Markt drängt, so neu gar nicht ist.

Die am Eröffnungstag der diesjährigen Kabel-, Satelliten- und Breitband-Fachmesse ANGA COM überraschend bekannt gegebene Übernahme des KabelKiosks von Eutelsat durch die luxemburgische M7 Group sorgte für Aufruhr in der Branche. Nicht nur Kabelnetzbetreiber, die den KabelKiosk in ihre Anlagen einspeisen, fragen sich: Wie geht's weiter mit dem KabelKiosk in Deutschland? Martina Rutenbeck (Eutelsat/KabelKiosk) und Martijn van Hout (M7 Group) liefern in einem exklusiven Gastbeitrag für MediaLABcom die Antworten.

Endlich tut sich etwas, um die lokale Medienvielfalt zu sichern: Mit einer innovativen Lösung will die Thüringer Landesregierung die lokalen Fernsehsender finanziell entlasten. Wir beleuchten die so genannte "Must fetch"-Regelung zur Heranführung lokaler Rundfunkprogramme an Kabelnetze im neuen Thüringer Landesmediengesetz, das der Landtag vor kurzem beschlossen hat.

In der vergangenen [MediaLABcom-Ausgabe](#) zogen wir Bilanz über die Ergebnisse unserer Interviewserie mit den medienpolitischen Entscheidungsträgern der im Bundestag und in den Landtagen vertretenen Parteien. In einem Punkt gab es überraschende Einigkeit: Mit Ausnahme von Julia Klöckner (CDU), die die bestehende Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten für ausreichend hält, plädierten alle Gesprächspartner für eine Zentralisierung der Medienaufsicht, entweder als gemeinsame Anstalt der Länder oder als Bund-Länder-Behörde. Rechtsanwalt Sören Rößner geht der Frage nach, inwiefern die Schaffung solch einer Bundesmedienanstalt verfassungsrechtlich überhaupt möglich wäre, zumal Rundfunk als Kulturgut in Deutschland Ländersache ist - und kommt zu einem eindeutigen Ergebnis.

Ausgabe 11 • August 2014

#### Inhalt

[Streaming: Alter Fasswein in vielen neuen Schläuchen](#)

[Wie geht's weiter mit dem KabelKiosk?](#)

["Must fetch"-Regelung: Entlastung für Lokal-TV](#)

[Zentralisierung der Medienaufsicht: Möglichkeiten und Grenzen](#)

[Neues vom FRK](#)

[Veranstaltungshinweise](#)

[Kurzmeldungen](#)

Neuigkeiten vom FRK, Veranstaltungshinweise und Kurzmeldungen runden die aktuelle Ausgabe ab.

Herzliche Grüße

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

## Streaming: Alter Fasswein in vielen neuen Schläuchen

*Heinz-Peter Labonte*

Klar. Das Fernsehen wird gerade neu erfunden. Denn die "Deutsche Couch-Potato" (englisch: Sofakartoffel = Fernsehzuschauer) muss nicht mehr nur lineares Fernsehen auf der Wohnzimmercouch konsumieren. Nein, die Revolution der Verbreitung heißt "Streaming". Das TV-Programm kann als OTT (englisch: over the top, deutsch: über die Theke erworben) empfangen und gesehen werden. Mit diesem denglischen Kauderwelsch wird - passend zur "Big Brother"-Politik der NSA - "Newspeak" (deutsch: Neusprech) die angeblich schöne neue Welt der Unterhaltung als "Unterhaltungs- und Bandbreitenbedarfsrevolution" vermarktet. Dabei könnte man auch einfach sagen, die Fernsehzuschauer dürfen sich jetzt auch auf ihrem PC, Mac, Smartphone, Tablet und Smart-TV-Gerät notfalls "zu Tode amüsieren". Indem sie ihre Programme eben statt über Satellitenzuführung über das Internet empfangen (englisch: streamen).

[Lesen Sie mehr](#)

## Wie geht's weiter mit dem KabelKiosk?

*Martina Rutenbeck und  
Martijn van Hout*

Die Nachricht über den Verkauf des KabelKiosks durch Eutelsat an die M7A Group S.A. während der ANGA COM hat im Markt für viel Aufsehen gesorgt. Inzwischen sind einige Wochen vergangen. Derzeit laufen noch die letzten notwendigen rechtlichen Genehmigungsverfahren in verschiedenen Ländern. Wir rechnen in Kürze mit einem positiven Abschluss. Danach wird sich der Firmenname in M7 Deutschland ändern; die Marke KabelKiosk bleibt erhalten.

[Lesen Sie mehr](#)

## "Must fetch"-Regelung: Entlastung für Lokal-TV

*Dr. Jörn Krieger*

Mit einer innovativen Lösung will die Thüringer Landesregierung die lokalen Fernsehsender finanziell entlasten. In der Neufassung des Thüringer Landesmediengesetzes, die der Landtag am 26. Juni 2014 beschlossen hat, befindet sich eine so genannte "Must fetch"-Regelung zur Heranführung von lokalen Rundfunkprogrammen an Kabelnetze.

[Lesen Sie mehr](#)

## Zentralisierung der Medienaufsicht: Möglichkeiten und Grenzen

*RA Sören Rößner*

Die Medienregulierung in Deutschland ist ein weites Feld. Nur wenige Politikbereiche stellen sich als unübersichtlicher und komplexer dar. Dies ist nicht zuletzt auf die unterschiedlichen Kompetenzen und die damit verbundene Vielzahl von Akteuren und Institutionen zurückzuführen. Für den Rundfunk sind dabei die Bundesländer zuständig. Hier bestehen neben den jeweiligen Landesmedienanstalten auf Grundlage des Rundfunkstaatsvertrags mehrere gemeinsame Gremien, nämlich vor allem die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK), die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) sowie die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), die der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt als Organe bei der Erfüllung ihrer Aufgaben dienen.

[Lesen Sie mehr](#)

## Neues vom FRK

### **FRK startet Umfrage über Wettbewerbsverzerrungen**

Die von mittelständischen Unternehmen und dem Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) eingebrachte [Beschwerde](#) bei der EU-Kommission gegen das "Entwicklungskonzept Brandenburg

Glasfaser 2020" geht in die nächste Runde.

[Lesen Sie mehr](#)

## Veranstaltungshinweise

### **Symposium: Vorfahrt für Rundfunk im Internet?**

Spätestens seit den Überlegungen der Telekommunikationsanbieter zur Drosselung von Datenraten für Endnutzer wird das Thema Netzneutralität auch in der breiten Öffentlichkeit diskutiert. Wo liegt die Grenze zwischen technisch notwendiger und ökonomisch getriebener Priorisierung? Wer profitiert von möglichen Einschränkungen der Netzneutralität im Umfeld der heutigen Medienangebote? Brauchen wir nicht sogar eine Medienpriorisierung, damit auch Nischenangebote beim Nutzer in angemessener Qualität ankommen?

[Lesen Sie mehr](#)

## Kurzmeldungen

*Dr. Jörn Krieger*

### **Kabel- und Satellitenbranche im Aufwind**

Nach einem enttäuschenden Jahr 2013 mit einem Umsatzrückgang von 26 Prozent auf 510 Millionen Euro (zu Abgabepreisen) zeichnet sich 2014 für den Markt Kabel und Satellit wieder ein moderates Wachstum ab.

[Lesen Sie mehr](#)

## Streaming: Alter Fasswein in vielen neuen Schläuchen

*Heinz-Peter Labonte*

Klar. Das Fernsehen wird gerade neu erfunden. Denn die "Deutsche Couch-Potato" (englisch: Sofakartoffel = Fernsehzuschauer) muss nicht mehr nur lineares Fernsehen auf der Wohnzimmerecouch konsumieren. Nein, die Revolution der Verbreitung heißt "Streaming". Das TV-Programm kann als OTT (englisch: over the top, deutsch: über die Theke erworben) empfangen und gesehen werden. Mit diesem denglischen Kauderwelsch wird - passend zur "Big Brother"-Politik der NSA - "Newspeak" (deutsch: Neusprech) die angeblich schöne neue Welt der Unterhaltung als "Unterhaltungs- und Bandbreitenbedarfsrevolution" vermarktet. Dabei könnte man auch einfach sagen, die Fernsehzuschauer dürfen sich jetzt auch auf ihrem PC, Mac, Smartphone, Tablet und Smart-TV-Gerät notfalls "zu Tode amüsieren". Indem sie ihre Programme eben statt über Satellitenzuführung über das Internet empfangen (englisch: streamen).

Und das geht zunehmend über Abos im Internet, die selbstverständlich kostengünstigst oder zur Einführung sogar kostenlos angeboten werden. Der Markt wird jedes Mal, wenn eine neue Plattform, ein neues Portal eingeführt wird, selbstverständlich "revolutioniert". So war es beim selbsternannten Marktführer maxdome, bei Snap von Sky, bei Amazons Prime Instant Video. So ist es bei Apple TV, bei dem neuen Magine TV und beim neuesten fernsehrevolutionären Höhepunkt (englisch: Hype) bei Netflix, das jetzt seinen Deutschland-Start für September angekündigt hat. Merke: "Marketing" ist eben der englische Begriff für den zu weckenden Kundenbedarf. Also den noch nicht im Markt vorhandenen Bedarf schaffen beziehungsweise wenn bereits vorhanden, ihn zu verstärken.

### **Die einfachen Wahrheiten**

Bezogen auf die schöne neue TV- und Unterhaltungswelt bedeutet dies nichts anderes, als die neuen "nichtlinearen" (eine Richtung vom "Ab"Sender zum Empfänger) nunmehr auch über die "interaktiven" ("Ab"Sender zum Empfänger und dessen Interaktion zurück zum "Ab"Sender) im wechselseitigen Interesse zu nutzen beziehungsweise dieses durch "Marketing" zu insinuieren.

Grund: die Erfahrung des Mobiltelefons hat die Kunden ortsunabhängig, beweglich gemacht. Und das möchte er auch beim Nachrichten- oder Fernsehkonsum werden. Wenn möglich, sogar mit den gleichen Endgeräten. Wenigstens aber über die vorhandenen - oder neu zu schaffenden - Infrastrukturen.

Konsequenz: Die Anbieter müssen Wege finden, die gleichen Kunden auf allen Verbreitungswegen zu erreichen. Die TV-Sender also nicht mehr nur linear über terrestrische Verbreitung oder Satellit antreffen. Sondern auch übers Internet. Per Festnetz oder Funk. Je flexibler sie dabei vorgehen, umso größer ihr Marktanteil.

Der Kuchen bleibt zwar gleich, aber die Stücke werden kleiner, unter anderem durch die Forderung der Plattformbetreiber zum Beispiel von marktbeherrschenden Kabelnetzbetreibern an die Sender: "Ihr müsst

eure Umsätze mit uns per Transportentgelt teilen." Dies gilt mit Sicherheit auch zukünftig für die derzeit über 70 Sender bei [Magine TV](#), die man ja über die Internetleitung streamen kann, also ganz ohne Fernseekabelanschluss. Langfristig ist die Prognose völlig risikolos, dass die Sender für die HD-Verbreitung der Programme (Ausnahme ARD und ZDF) zusätzlich oder stattdessen vom Empfänger eine Abonnementsgebühr, vulgo Pay-TV-Entgelt, zur eigenen Refinanzierung verlangen werden.

So neu ist das alles in seinen Handlungs- und Marktstrukturen also nicht. Nur die Sprache der Marketingexperten erweckt diesen Eindruck.

### **Alte Schlachtordnungen - neu sortiert**

So hat sich jüngst Eutelsat von seinem KabelKiosk (Angebot für traditionelle Kabelnetzbetreiber) und der Neuentwicklung, dem Internetdienst KabelKiosk Choice, getrennt und an den luxemburgischen Konzern M7 verkauft. Dieser bietet die traditionellen Pakete weiterhin als Bezahldienste an. Der Dienst "Mein Fernsehen" wird über Internet als eigenständige IP-Plattform vermarktet.

Die vielen anderen Plattformen, darunter die Magine TV, Amazon, Netflix und andere Anbieter, werden über die interaktiven Endgeräte vom Smart TV und HbbTV-fähigen Fernsehgerät bis zum Smartphone zum "multiscreenigen" und ortsungebundenen, mobil empfangenden Endkunden transportiert.

Ergo: Die Anbieter nutzen alle Verbreitungswege. Müssen diese nutzen, um keine Kunden zu verlieren. Wie damals, als die Kunden von der terrestrischen auf die Verbreitung über Kabel oder Satellit wechselten. Die traditionellen TV-Plattformen, zum Beispiel Satellit und terrestrische Verbreitung, bekommen verstärkten Wettbewerb über immer mehr IP-Plattformen und die Infrastrukturanbieter ob Fest- oder Mobilnetz müssen sich entsprechend wappnen und investieren.

Auch hier gilt also: So neu ist das alles in seinen Handlungs- und Marktstrukturen nicht. Nur die Sprache der Marketingexperten erweckt diesen Eindruck.

### **Konsequenzen**

Diese Entwicklungen bedeuten für die klassischen mittelständischen und kommunalen Unternehmen beziehungsweise Kabelnetzbetreiber (uKNB), dass sie wie bereits Kabel Deutschland, Unitymedia etc. ihre Infrastrukturen entsprechend aufrüsten. Insbesondere im ländlichen Bereich liegen dabei große Chancen, weil sie hier den Funknetzen durch ihre Festnetzbandbreiten und langfristigem FttH-Ausbau überlegen sind. Gleiches gilt insbesondere für die schnell und flexibel reagierenden, den Markt für sich erschließenden uKNB gegenüber der Deutschen Telekom (DTAG). Auch wenn diese via Vectoring aufgerüstetem und von Ländern wie Brandenburg wettbewerbswidrig geförderten Klingeldraht wieder als Kabelnetzbetreiber auftritt.

Folge: Diesen uKNB bieten sich damit in den vielfältigen Verbreitungswegen und IP-Plattformen wie Netflix oder "Mein Fernsehen" von M7 ungeahnte neue Marktchancen. Inwieweit der Marktdarwinismus diese Chance auch den Neueinsteigern in IPTV-Plattformen bietet, bleibt abzuwarten. Bei den Sendern und insbesondere für die neuen beziehungsweise kleineren und mittelständischen Digitalsender liegt die Herausforderung vor allem darin, dass Sie sich mit Unterstützung der Kartellbehörden und der Ordnungspolitik gegen die Marktdominanz der großen behaupten und mit kreativen, neuen Programmideen neue Märkte erschließen.

Erneut gilt auch hier: So neu ist das alles in seinen Handlungs- und Marktstrukturen nicht. Nur die Sprache der Marketingexperten erweckt diesen Eindruck.

### **Fazit zur Digitalen Agenda**

Zur Chancengerechtigkeit in der wirtschaftlichen Entwicklung auch der bislang breitbandig unterentwickelten Regionen in Deutschland im globalen Wettbewerb bleiben im Ergebnis als Aufgaben für die Digitale Agenda der Bundesregierung und der Länder:

Sie müssen die Bandbreitenbedürfnisse der Unterhaltungsindustrie lediglich nutzen, um private Investitionsmittel auch in ländliche Regionen zu leiten, damit die begrenzten öffentlichen Fördermittel unter Beachtung des Subsidiaritätsprinzips und Vermeidung von Mitnahmeeffekten für die etwa 10 bis 15 Prozent bislang nicht mit mindestens 50 Mbit/s (bis Ende 2018) versorgten regionalen Lücken fließen, die wirtschaftlich für private Unternehmen auch in Jahrzehnten nicht amortisierbar sind.

Dazu gehört dann auch die ordnungspolitisch zu entscheidende Frage: Bieten die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (zum Beispiel Förderung, Wettbewerbsverzerrung durch Bevorzugung bestimmter Infrastrukturen und staatsnaher Großunternehmen, Steuerpolitik etc.) und die Folgen der oben gezeigten Entwicklungen für die uKNB hinsichtlich Breitbandausbau, SAT-ZF-Empfang noch ausreichenden Anreiz für private Familien- und kommunale Unternehmen, ihre Investitionen in diese Infrastrukturen zu tätigen?

Mit so marktwirtschaftlich und sozial gesicherter Zukunft für Unternehmen und Mitarbeiter werden die uKNB auch dort die bewährten Partner in der Kundenbetreuung und Infrastruktur- beziehungsweise Breitbandausbau bleiben.

Abschließend ist also klar: So neu ist das alles in seinen Handlungs- und Marktstrukturen nicht.

## Wie geht's weiter mit dem KabelKiosk?

*Martina Rutenbeck und*

*Martijn van Hout*

Die Nachricht über den Verkauf des KabelKiosks durch Eutelsat an die M7A Group S.A. während der ANGA COM hat im Markt für viel Aufsehen gesorgt. Inzwischen sind einige Wochen vergangen. Derzeit laufen noch die letzten notwendigen rechtlichen Genehmigungsverfahren in verschiedenen Ländern. Wir rechnen in Kürze mit einem positiven Abschluss. Danach wird sich der Firmenname in M7 Deutschland ändern; die Marke KabelKiosk bleibt erhalten.

Für unsere Kabelnetzpartner verändert sich durch die Übernahme des KabelKiosks durch die M7A Group ebenfalls nichts. Der KabelKiosk wird in seiner bewährten Form fortgeführt. Dies betrifft das hochmotivierte Team, die jeweiligen Ansprechpartner sowie unsere Content- und Serviceangebote. Außerdem haben sich die Sicherheit der Satellitenzuführung und die Planbarkeit für unsere Netzpartner durch den langfristigen Vertrag zwischen M7 Deutschland und unserer vormaligen Mutter Eutelsat noch einmal deutlich erhöht.

Darüber hinaus eröffnen sich durch die breite Aufstellung von M7 in Europa und deren Aktivitäten in den Niederlanden, Belgien, Österreich, Tschechien, der Slowakei und Ungarn neue Chancen. Dieses gemeinsame Know-how im Plattformgeschäft sowie die ausgezeichneten Kontakte zu führenden Sendergruppen auf beiden Seiten sind eine große Bereicherung für den weiteren Ausbau des KabelKiosks und die internationale Vermarktung von Diensten wie zum Beispiel den Multiscreen-Anwendungen.

Ein wichtiger Aspekt für den Kauf des KabelKiosks durch M7 ist dessen Innovationskraft, mit der dieser in den vergangenen zehn Jahren in enger Zusammenarbeit mit den Netz- und Senderpartnern kontinuierlich einen signifikanten Beitrag zur Digitalisierung der Kabelnetze geleistet hat. Dies gilt für die Einführung neuer digitaler SD- und später HD-Programmpakete genauso wie für neue Dienste wie etwa KabelKiosk choice.

Unser Kerngeschäft ist die Versorgung von Kabelnetzen. Hier sehen wir, dass viele unserer Kabelnetzpartner die Glasfaserleitungen beim Ausbau technisch immer näher und teilweise schon an die Gebäude ihrer Kunden bringen. Zugleich erleben wir den stetig wachsenden Wunsch nach eigenen IPTV- und OTT-Lösungen, mit denen unsere Partner auf den Wettbewerb durch andere Infrastrukturen in geeigneter Weise reagieren wollen. Mittel- bis langfristig wird sich daher die Nachfrage nach IPTV-Programmpaketen und Multiscreen-Diensten weiter erhöhen. Wir haben hierauf reagiert und auf der ANGA COM die von uns entwickelte Plattform meinFernsehen gestartet. Diese ist ein weiteres Beispiel dafür, wie wir gemeinsam mit M7 Deutschland in enger Zusammenarbeit mit unseren Netz- und Senderpartnern die vorhandenen erheblichen Potenziale digitaler Infrastrukturen heben wollen.

Wir blicken daher mit dem ganzen Team und unseren neuen Eigentümern sehr optimistisch nach vorne und sind davon überzeugt, dass wir unsere Partner künftig noch stärker beim Ausbau ihrer Aktivitäten im Digital-TV, der Einführung innovativer Dienste und der Festigung ihrer Wettbewerbsposition unterstützen können.

*Martina Rutenbeck ist Geschäftsführerin von Eutelsat visAvision. Martijn van Hout ist Vice President Germany, Austria and Belgium der M7 Group.*

## "Must fetch"-Regelung: Entlastung für Lokal-TV

*Dr. Jörn Krieger*

Mit einer innovativen Lösung will die Thüringer Landesregierung die lokalen Fernsehsender finanziell entlasten. In der Neufassung des Thüringer Landesmediengesetzes, die der Landtag am 26. Juni 2014 beschlossen hat, befindet sich eine so genannte "Must fetch"-Regelung zur Heranführung von lokalen Rundfunkprogrammen an Kabelnetze.

### **Signalzuführung auf eigene Kosten**

Laut der Regelung, die auch für Bürgerfernsehen und Bürgerradio gilt, müssen die Betreiber von Kabelanlagen die lokalen Programme innerhalb ihres jeweiligen Verbreitungsgebiets auf eigene Kosten an ihre Kabelkopfstationen heranführen, sofern diese nicht anderweitig verfügbar sind. Bislang mussten die TV-Veranstalter in vielen Fällen selbst für die Signalzuführung zahlen. Jochen Fasco, Direktor der

Thüringer Landesmedienanstalt (TLM), begrüßte die Neufassung des Mediengesetzes, insbesondere die "gelungenen innovativen Lösungen und programmatischen Ansätze" wie die "Must fetch"-Regelung.

### **Streitpunkt Einspeiseentgelte**

Ob für die eigentliche Kabelverbreitung dann Einspeiseentgelte zu zahlen sind, ließ der Thüringer Gesetzgeber allerdings offen. Die strittige Frage ist derzeit Gegenstand verschiedener Gerichtsverfahren zwischen den beiden großen Kabelnetzbetreibern Kabel Deutschland und Unitymedia Kabel BW sowie den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die sich gegen die Zahlungen wehren. Offenbar will Thüringen zunächst den Ausgang der Gerichtsprozesse abwarten, bevor eine Regelung zu den Einspeiseentgelten ins Mediengesetz aufgenommen wird.

Keine Frage: Das Thüringer "Must fetch"-Modell hat Vorbildfunktion für andere Bundesländer. Denn die Landesmedienanstalten sind sich einig, dass die lokale Medienvielfalt gefährdet ist, wenn keine Wege und Mittel gefunden werden, die angespannte wirtschaftliche Lage der Anbieter zu verbessern.

### **Neue Rahmenbedingungen**

Auf die schwierige Situation der lokalen und regionalen Sender in Deutschland wies LFK-Präsident Thomas Langheinrich beim Jahresempfang der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) am 8. Juli 2014 in Stuttgart hin. "Sie müssen ihre Inhalte genauso wie die großen Player auf alle Endgeräte und Plattformen bringen, müssen in Apps und neue Verbreitungsformen investieren und das bei einem Bruchteil der Erlöse, die sie aus regionaler Werbung generieren können." Langheinrich plädierte für einen Aufbruch zu anderen Rahmenbedingungen und neuen Fördermodellen. "Gefragt ist auch die Politik", betonte der LFK-Präsident.

### **BLTV schlägt Alarm**

Wie ernst die wirtschaftliche Situation ist, verdeutlichte der Bundesverbandes Lokal TV (BLTV) in einer Stellungnahme nach Veröffentlichung der jüngsten Zahlen aus dem [Jahrbuch 2013/2014](#) der Landesmedienanstalten. Demnach haben über zehn Prozent der Lokal-TV-Sender in Deutschland innerhalb eines Jahres den Sendebetrieb aufgegeben.

### **Medienvielfalt auf dem Spiel**

"Das Sterben des Lokalfernsehens in Deutschland hat begonnen. Über 30 Programmanbieter haben im letzten Jahr ihren Sendebetrieb eingestellt, über 30 Regionen des Landes werden nun nicht mehr mit lokalen und regionalen Nachrichten in Bild und Ton versorgt", sagte der BLTV-Vorstandsvorsitzende Klaus-Dieter Böhm. Der Verband fordert die Medienpolitik zum umgehenden Handeln auf, um der "grassierenden Verödung der deutschen Medienlandschaft" Einhalt zu gebieten. Mit dem Wegbrechen dieser Mediengattung stünde "nicht weniger als der Pluralismus auf lokaler und regionaler Ebene" auf dem Spiel.

### **Fördermittel zur Stärkung**

Der BLTV begrüßt die Unterstützung des Vorsitzenden der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), Jürgen Brautmeier, durch eine Förderung mit öffentlichen Mitteln die Wettbewerbsfähigkeit des Lokalfernsehens in der digitalen Zukunft zu sichern. Den Worten müssten nun schnelle Taten folgen, fordert der Verband. Medienpolitik und Landtage müssten sich nun beeilen, um ein flächendeckendes Aussterben des Lokalfernsehens noch abwenden zu können.

## **Zentralisierung der Medienaufsicht: Möglichkeiten und Grenzen**

*RA Sören Rößner*

Die Medienregulierung in Deutschland ist ein weites Feld. Nur wenige Politikbereiche stellen sich als unübersichtlicher und komplexer dar. Dies ist nicht zuletzt auf die unterschiedlichen Kompetenzen und die damit verbundene Vielzahl von Akteuren und Institutionen zurückzuführen. Für den Rundfunk sind dabei die Bundesländer zuständig. Hier bestehen neben den jeweiligen Landesmedienanstalten auf Grundlage des Rundfunkstaatsvertrags mehrere gemeinsame Gremien, nämlich vor allem die Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK), die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) sowie die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), die der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt als Organe bei der Erfüllung ihrer Aufgaben dienen.

Dabei ist beispielsweise die ZAK für Zulassungs- und Regulierungsentscheidungen, die bundesweit tätige Rundfunkveranstalter betreffen, sowie für die Aufsicht über Plattformbetreiber und die Zuweisung von Übertragungskapazitäten zuständig. Auf diese Weise sollen Entscheidungen und Maßnahmen von bundesweiter Relevanz koordiniert werden. Weiterhin ist noch die Kommission zur Überprüfung und

Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) zu nennen, die den Finanzbedarf des öffentlich-rechtlichen Rundfunks prüft und ermittelt. Auf politischer Ebene wird die Zusammenarbeit zudem in der Rundfunkkommission der Länder koordiniert.

Deren Vorsitzende, die Ministerpräsidentin von Rheinland-Pfalz, Malu Dreyer (SPD), hat sich im [Interview mit MediaLABcom](#) nun für die Schaffung einer nationalen Medienanstalt der Länder ausgesprochen, die als gemeinsame Aufsichtsinstanz für bundesweite Sachverhalte zuständig wäre und schlagkräftiger gegenüber international und global agierenden Medienhäusern auftreten könnte. Auch von Seiten der Grünen, der Linken und der FDP wurde im Gespräch mit MediaLABcom für eine Zentralisierung der Medienaufsicht plädiert, entweder als gemeinsame Anstalt der Länder oder als Bund-Länder-Behörde, die nach dem Vorbild der britischen Medienaufsichtsbehörde, der Office of Communications (Ofcom), für die Regulierung sowohl der klassischen Medien als auch der Webangebote zuständig sein sollte. Lediglich Julia Klöckner (CDU) hält die bestehende Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten für ausreichend.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob und inwieweit eine solchermaßen institutionalisierte Form der Zusammenarbeit, insbesondere eine Bund-Länder-Behörde oder gar eine Bundesmedienanstalt, verfassungsrechtlich überhaupt möglich wäre. Hierbei ist maßgeblich die Gesetzgebungskompetenz in diesem Zusammenhang beachten. Bereits seit dem ersten Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichts kann es keinen Zweifel an der diesbezüglich vom Grundgesetz vorgesehenen Kompetenzverteilung geben.

Danach fällt die von Art. 5 GG geforderte gesetzliche Normierung der in ihm zur Sicherung der Rundfunkfreiheit enthaltenen Leitgrundsätze, und zwar sowohl in materiellrechtlicher als auch in organisatorischer Hinsicht, grundsätzlich in die Gesetzgebungskompetenz der Länder und nicht in die des Bundes. Soweit die Veranstaltung von Rundfunksendungen betroffen ist, steht den Ländern damit zum einen die Zuständigkeit für die Gesetzgebung, zum anderen aber auch die entsprechende Verwaltungskompetenz zu.

Dies schließt nach der geltenden Verfassungslage sowohl eine Bund-Länder-Behörde als auch eine Bundesmedienanstalt von vornherein aus, da der Bund sich an einer bundesweiten Institution, die unmittelbar für den Rundfunk zuständig ist, mangels Befugnis, die Organisation der Veranstaltung und die der Veranstalter von Rundfunksendungen zu regeln, nicht beteiligen dürfte.

Ohne eine grundlegende Änderung des verfassungsrechtlichen Zuständigkeitsgefüges überhaupt denkbar wäre daher allenfalls eine gemeinsame Medienanstalt der Länder. In diese Richtung zielt möglicherweise die Forderung von Hamburgs Erstem Bürgermeister Olaf Scholz (SPD), einen neuen bundesweiten Medienstaatsvertrag auszuarbeiten, die Rundfunkkommission der Länder in Ansehung ihrer Verantwortung für die Medienordnung, die nicht mehr nur rundfunkzentriert ist, zu einer Medienkommission weiterzuentwickeln und auf diese Weise den Gestaltungsanspruch der Länder für die Medienpolitik zu bekräftigen.

Offen erscheint freilich, ob und inwieweit eine über die bestehenden Gremien hinaus institutionalisierte Zentralisierung der Medienaufsicht in Form einer Ländermedienanstalt mit der föderalen Grundordnung und den Prinzipien einer staatsfernen Regulierung im Bereich des Rundfunks in Einklang gebracht werden kann. Sicher ist dagegen, dass der Diskussionsprozess, wie in Zeiten der Konvergenz der Medien insbesondere die Rundfunkfreiheit wie vom Verfassungsgeber gefordert effektiv gewährleistet werden kann, gerade erst begonnen hat.

*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 Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK).*

## Neues vom FRK

### **FRK startet Umfrage über Wettbewerbsverzerrungen**

Die von mittelständischen Unternehmen und dem Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) eingebrachte [Beschwerde](#) bei der EU-Kommission gegen das "Entwicklungskonzept Brandenburg Glasfaser 2020" geht in die nächste Runde. Der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte hat die Mitglieder des Verbands in einem Schreiben aufgefordert,

1. zu prüfen, ob auch in den Bundesländern, in denen die nichtbrandenburgischen Mitglieder tätig sind, "ähnliche Bevorzugungen der Deutschen Telekom AG durch - über Ausschreibung staatlich veranlasste Wettbewerbsverzerrungen - beim Ausbau der Breitbandnetze vorkommen" wie beim "Entwicklungskonzept Brandenburg Glasfaser 2020";

2. sich als brandenburgisches Mitgliedsunternehmen nicht dem Druck von Wirtschaftsminister Ralf Christoffers über die Investitionsbank des Landes Brandenburg ILB zu beugen, sondern zunächst die ILB und das Wirtschaftsministerium aufzufordern, die Antwort der EU-Kommission auf die FRK-Beschwerde abzuwarten.

Wie Labonte in Lauchhammer mitteilte, mussten im Rahmen des Projektes "Glasfaser 2020" die mittelständischen Kabelnetzbetreiber beziehungsweise Unternehmen, die Breitbandnetze "in den ausgeschriebenen Regionen betreiben, in einer Regelausbauabfrage verpflichtet, ohne Zuschüsse und Förderung innerhalb von 36 Monaten diese Gebiete auf eigene Rechnung und mit eigenen Investitionsmitteln technologieneutral aufzurüsten". Gleichzeitig werde die Telekom mit ihrer nach FRK-Auffassung nicht technologieneutralen Technik mit bis zu 75 Prozent Förderung durch Steuergelder unterstützt.

Nunmehr mahne die ILB bereits nach drei Wochen die entsprechenden Unternehmen an, dass sie bis zum 30. Juni 2014 den Stand ihrer Planungen beziehungsweise den Vollzug ihrer Maßnahmen in der Regelausbauerklärung verbindlich darlegen sollten.

In einem Brief an die Verbandsmitglieder erklärte Labonte, es sei unverschämt, wie hier der Mittelstand durch fragwürdige Verfahrensweisen und Zusagen des Wirtschaftsministers Christoffers unter Nutzung der Investitionsbank des Landes Brandenburg zu Wahlkampfzwecken missbraucht werde. Solange die EU-Kommission sich nicht zu der Beschwerde geäußert habe, könne nicht von den mittelständischen Unternehmen verlangt werden, einen nicht zu gewinnenden Wettbewerb gegen Großunternehmen zu führen, deren Technologie mit bis zu 75 Prozent Fördermittel unterstützt werde.

### **Beschwerde gegen Brandenburger Breitband-Förderkonzept**

Fünf mittelständische Lausitzer Unternehmen und der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) haben Beschwerde bei der EU-Kommission in Brüssel eingereicht wegen der Ausschreibungspraxis in Brandenburg im Rahmen des "Entwicklungskonzepts Brandenburg - Glasfaser 2020".

Wegen der kritisierten Ausschreibungspraxis durch Wirtschaftsminister Ralf Christoffers drohten im Land Brandenburg erhebliche Verzögerungen bei der Versorgung mit schnellem Internet und Benachteiligung gegenüber anderen Regionen in Deutschland und Europa, sagte der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte auf einer Pressekonferenz in Potsdam.

Die Unternehmen und der FRK begründen ihre Beschwerde mit "erheblichen beihilferechtlichen Bedenken" gegen die Ausschreibungspraxis. Insbesondere gelte dies für die offenbare Nichteinhaltung der Vorgaben der Leitlinien der EU für die Anwendung der Vorschriften über staatliche Beihilfen im Zusammenhang mit dem schnellen Breitbandausbau gemäß den Breitbandleitlinien 2013 sowie der Beihilferechtlichen Genehmigungen der Europäischen Kommission zu dem "Entwicklungskonzept Brandenburg - Glasfaser 2020".

Die Beschwerdeführer werfen dem Land Brandenburg vor, beihilferechtliche Genehmigungen erteilt zu haben, die im Einzelnen gegen folgende Aspekte der EU-Vorgaben verstoßen: Technologieneutralität, offener Zugang auf Vorleistungsebene mit Blick auf die Zielvorgabe 50 Mbit/s und Vectoring, abweichende Zielvorgabe "bis zu 50 Mbit/s" statt "mindestens 50 Mbit/s", Transparenz mit Blick auf die Nutzung bestehender Infrastruktur und wettbewerbliches Auswahlverfahren.

Darüber hinaus werfen die Beschwerdeführer dem Wirtschaftsministerium und dem Land Brandenburg vor, entgegen der Forderungen der EU und des Brandenburger Mittelstandsgesetzes eine "Diskriminierung kleiner und mittlerer Unternehmen" bei dieser Ausschreibung vorgenommen zu haben.

In der inklusive Anlagen 61-seitigen Beschwerde wird unter anderem erläutert, dass bisher in einem Umfang von über 32 Millionen Euro öffentliche Mittel als Beihilfe gewährt wurden. Die Beschwerdeführer gehen davon aus, dass die EU-Kommission die Kritik an der Vergabepaxis der Landesregierung des Wirtschaftsministers teilen wird, in der - angesichts der "hochbrisanten Diskussion" in Brüssel über "Vectoring" - von der EU-Kommission eine Rückerstattung der bisher geleisteten über 32 Millionen Euro Beihilfe durch das Land gefordert werden wird, wonach das Land Brandenburg eventuell bereits bezahlte Beihilfen von der Telekom zurückfordern muss und eine den Brüsseler Vorschriften entsprechende Neuausschreibung der bisher in Brandenburg mangelhaft mit Breitband versorgten Regionen erfolgen wird.

"Die einseitige Bevorzugung des marktbeherrschenden Unternehmens Telekom durch Wirtschaftsminister Christoffers bedeutet einen schwerwiegenden Rückschritt für die Errichtung einer zukunftsfähigen Breitbandversorgung in Brandenburg und den Verzicht auf Chancengerechtigkeit für bisher benachteiligte Regionen des Landes", sagte Labonte. Die "kurzsichtige, offenbar vom Landtagswahlkampf diktierte Hektik" des Wirtschaftsministers führe dazu, dass in Brandenburg insbesondere die ländlichen Regionen von der Zukunftsentwicklung abgehängt sowie



Chancengerechtigkeit gegenüber dem Berliner "Speckgürtel" und die Ansiedelung von zukunftsweisenden Gewerbebetrieben in bislang benachteiligten Gebieten Brandenburgs verhindert würden. Hinzu kämen eventuelle Schadensersatzforderungen der durch die Ausschreibepaxis benachteiligten Wettbewerber.

"Da das Wirtschaftsministerium an dieser Praxis trotz vieler Hinweise im Vorfeld und Ankündigung der entsprechenden Beschwerde bei der EU festgehalten hat, hat dieser Nachteil für das Land Brandenburg im deutschen und europäischen Wettbewerb der Regionen einen Namen: Minister Christoffers", sagte Labonte.

#### **FRK: Die "Kartellbrüder" ziehen blank**

Nach Kabel Deutschland (KDG) hat Medienmeldungen zufolge auch Unitymedia angekündigt, die Preise für die Kundenanschlüsse und Multimediaanschlüsse anzuheben. Während KDG die zunächst nur bei ausgewählten Internettarifen die Preise für ihre Kunden erhöhen wird, sind danach bei Unitymedia alle Kunden betroffen. So müssen in Nordrhein-Westfalen und Hessen alle Haushalte, die einen Kabelanschluss mit Einzelnutzervertrag verwenden, ab September dieses Jahres 18,90 Euro statt bisher 17,90 Euro pro Monat zahlen.

"Diese Preiserhöhung um rund 5,6 Prozent ist gelinde gesagt eine Unverschämtheit", erklärte der Vorsitzende des Fachverbands Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK), Heinz-Peter Labonte, in Lauchhammer. Die Begründung, wegen zunehmender Ausgaben für den Betrieb des Netzes und den Ausbau der Kapazitäten eine "moderate" Preisanpassung vorzunehmen zu müssen, lasse erwarten, dass auch die übrigen Kabelnetzbetreiber, die von angelsächsischen Investoren beherrscht seien, die Preise in Kürze anheben werden.

Vor dem Hintergrund, dass bei mittelständischen Kabelnetzbetreibern vor allem in den wettbewerbsintensiven neuen Bundesländern bereits heute die Preise schon um ein Drittel bis 50 Prozent günstiger seien, zeige sich die Gewinnmarge der großen marktbeherrschenden Unternehmen, die auch meist von den so genannten Gestattungsgebern zulasten ihrer Mieter akzeptiert würden.

Während im Mittelstand die Kundenorientierung beziehungsweise Kundenzufriedenheit und nicht "Shareholder-Value" die treibende Kraft seien, werde nach Aufteilung des Markts nunmehr deutlich, dass am Ende der Kunde sich auf amerikanische Verhältnisse mit bis zu 70 oder 80 Euro Monatsgebühr pro Kabelanschluss einstellen müsse.

"Wir werden diese Entwicklung genauestens beobachten und dazu beitragen, dass eine Kartellierung des Markts nicht weiter fortschreitet und eine Lage wie im Benzinpreismarkt vermieden wird", erklärte Labonte.

In diesem Zusammenhang forderte er eine deutlichere Hinwendung der Infrastrukturpolitik der Bundesregierung und der Länder zu kundennahen und ortskundigen mittelständischen Unternehmen, damit nicht am Ende wenige Konzerne, zu denen auch potenziell die noch teilweise bundeseigene Telekom gehöre, die Preise nach Belieben und Lobbyeinfluss auf die öffentlichen Entscheidungsverantwortlichen diktieren.

## Veranstaltungshinweise

### **Symposium: Vorfahrt für Rundfunk im Internet?**

Spätestens seit den Überlegungen der Telekommunikationsanbieter zur Drosselung von Datenraten für Endnutzer wird das Thema Netzneutralität auch in der breiten Öffentlichkeit diskutiert. Wo liegt die Grenze zwischen technisch notwendiger und ökonomisch getriebener Priorisierung? Wer profitiert von möglichen Einschränkungen der Netzneutralität im Umfeld der heutigen Medienangebote? Brauchen wir nicht sogar eine Medienpriorisierung, damit auch Nischenangebote beim Nutzer in angemessener Qualität ankommen? Diese und weitere Fragen stehen im Mittelpunkt des diesjährigen technischen Symposiums der Landesmedienanstalten, das unter dem Titel "Braucht der Rundfunk die Verletzung der Netzneutralität?" am 23. September 2014 in Berlin stattfindet.

Infos: <http://www.die-medienanstalten.de/service/veranstaltungen.html>

### **Workshop: Die Zukunft des digitalen Rundfunks**

Der 13. Workshop Digital Broadcasting, den das Fraunhofer-Institut für Digitale Medientechnologie (IDMT) am 24. und 25. September 2014 in Erfurt veranstaltet, bietet Experten aus Industrie, Medien und Forschung ein Forum, um aktuelle Entwicklungen und Projekte aus den Bereichen Digitaler Rundfunk und Multimedia-Dienste vorzustellen und zu diskutieren. Zu den Themen zählen die Perspektiven von DAB+ und DVB-T2, neue Entwicklungen bei terrestrischen Sendeanlagen, der Spektrumbedarf für Mobilfunk, hybride Multimedia-Versorgung im Auto, neue Verbreitungswege für Lokal-TV, die Zukunft der Terrestrik und Ultra HD im Spannungsfeld zwischen Wunsch und Wirklichkeit. Referenten sind unter

anderem Ulrich Reimers (TU Braunschweig), Karlheinz Brandenburg (Fraunhofer IDMT/TU Ilmenau), Willi Steul (Deutschlandradio), Rebecca Keene (WorldDMB), Holger Meinzer (Media Broadcast), Roland Beutler (SWR), Christian Wachter (Rohde & Schwarz), Herbert Tillmann (Kathrein-Werke) und Jochen Fasco (TLM).

Infos & Anmeldung: [http://www.idmt.fraunhofer.de/de/events\\_and\\_exhibitions/wsdb\\_2014.html](http://www.idmt.fraunhofer.de/de/events_and_exhibitions/wsdb_2014.html)

#### **FRK-Mitgliederversammlung: Abschaltung, Ausbau, Erlöse**

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) führt am 7. Oktober 2014 von 10.45 bis 12.00 Uhr seine Mitgliederversammlung im Rahmen des FRK-Kabelkongresses in Leipzig durch. Die Versammlung, die nicht nur für Mitglieder, sondern für alle Interessenten offen ist, findet damit erstmals am zweiten Veranstaltungstag des Kabelkongresses statt. Die Themen sind Analogabschaltung im Kabelnetz, UKW-Abschaltung, Breitbandausbau in den Ländern, Fördermittelmissbrauch, neue Erlösmodelle für unabhängige Kabelnetzbetreiber und Rechtsfragen (Kartellrecht, Wettbewerbsrecht, Urheberrecht).

Der 17. FRK-Kabelkongress findet am 6. und 7. Oktober 2014 gemeinsam mit der 9. SLM-Fernsehmesse im Congress Center Leipzig (CCL) statt.

Infos: <http://www.kabelkongress.de> / <http://www.fernsehmesse-sachsen.de>

#### **Konferenz: Next Generation Content**

Nicht nur die Telekommunikationsinfrastrukturen - Kupfer, Koax, Glasfaser oder UMTS, LTE und 5G - verändern sich, sondern auch die darüber transportierten Inhalte, Dienste, Plattformen und Formate. Die Konferenz "Next-Gen-Content", die die Deutsche Medienakademie am 20. November in Köln veranstaltet, wirft einen Blick auf die Entwicklung der digitalen Medieninhalte in den nächsten zehn Jahren und die Veränderungen, die auf die Anbieter von Inhalten und Netzen zukommen. Zu den Referenten zählen Martina Rutenbeck (Eutelsat), Axel Beyer (Hochschule Fresenius), Stephan Albers (BREKO), Peter Kloepfel (RTL), Robert Amlung (ZDF), Klaus Böhm (Deloitte), Matthias Schwankl (Eutelsat), Hans Demmel (n-tv) und Peter Charissé (ANGA).

Infos & Anmeldung: <http://www.medienakademie-koeln.de/termine/einzelansicht/next-gen-content.html>

## **Kurzmeldungen**

*Dr. Jörn Krieger*

### **Kabel- und Satellitenbranche im Aufwind**

Nach einem enttäuschenden Jahr 2013 mit einem Umsatzrückgang von 26 Prozent auf 510 Millionen Euro (zu Abgabepreisen) zeichnet sich 2014 für den Markt Kabel und Satellit wieder ein moderates Wachstum ab.

"Die Branche hätte sich sicherlich gewünscht, dass das Jahr 2013 besser verlaufen wäre. Die Einbrüche in einzelnen Produktbereichen, insbesondere bei Set-Top-Boxen und im Kopfstellensegment waren dann doch höher als erwartet", sagte Herbert Strobel, Geschäftsführer von Astra Strobel Kommunikationssysteme und Vorsitzender des Fachverbands Satellit & Kabel im Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI), auf dem 10. Pressegespräch des Verbands am 3. Juli 2014 in Werder bei Potsdam.

Dennoch gab es auch einzelne Lichtblicke, wie zum Beispiel im BK-Bereich oder bei optischen Systemen, die deutlich über dem Vorjahr lagen. Insgesamt war das zweite Halbjahr 2013 dann sogar wieder besser als das zweite Halbjahr 2012. "Für 2014 liegen die Erwartungen leicht über dem Vorjahr, auch wenn uns allen bewusst ist, dass wir die Umsätze von 2011 und 2012 nicht wieder erreichen werden", sagte Strobel.

"Dass sich der Markt allerdings wieder leicht erholt hat, zeigt das erste Halbjahr 2014. Die Baukonjunktur ist hervorragend und die Anfragen nehmen wieder deutlich zu", erklärte Strobel. "Die Investitionen in die Breitbandinfrastruktur sind nach wie vor auf hohem Niveau, da der Bedarf nach Bandbreite und schnellem Internet durch die Nutzung datenintensiver Dienste stetig weiter steigt. Auch im Satellitenbereich wird sich in diesem Jahr durch neue HD-Programme noch einiges tun."

Die hohe Dynamik im Breitbandmarkt führt zu einem weiteren, bedarfsgerechten Ausbau der BK-Netze auf 1 GHz. Weitere Marktchancen für die Branche bieten nach Ansicht des Fachverbands Themen wie neue, zusätzliche HD-Programme sowie der neue hochauflösende Standard Ultra HD, Smart-TV, IP-basierte Übertragung, SAT>IP, Nutzung der Koax-Netze zur Datenübertragung (Ethernet über Koax) und vor allem die optische Übertragung. Die Energiewende und Energieeffizienz, SmartGrid und SmartHome, sind weitere Kernthemen.

### **Breitband-Internetzugänge: Kabel überholt DSL**

"Im Breitbandmarkt werden die Karten neu gemischt", sagte Axel Sihm, Geschäftsführender Gesellschafter von WISI und stellvertretender Vorsitzender des ZVEI-Fachverbands Satellit & Kabel auf dem 10. Pressegespräch des Verbands am 3. Juli 2014 in Werder bei Potsdam.

Das gesamte Wachstum an Breitbandanschlüssen in Festnetzen (DSL) hat sich abgeschwächt und betrug 2013 nur noch 700.000 Haushalte auf 28,7 Millionen (+2,5 Prozent). Das Kabel konnte dagegen um 800.000 Haushalte zulegen (+15 Prozent).

"Das Nutzerverhalten und OTT-Dienste verändern den Breitbandmarkt nachhaltig", erklärte Sihm. Die Nutzer entscheiden zunehmend über Ort, Uhrzeit und Art der Inhalte-Nutzung. Die alte Marktordnung, nach der Kabel, DVB-T, Satellit alleine für die TV-Unterhaltung zuständig sind, gilt nicht mehr. Neue Anbieter kommen hinzu und OTT-Dienste sowie der hohe Videoanteil am IP-Traffic erfordern zusätzliche Bandbreiten.

"Der Bandbreitenbedarf ist ohne Kabel und Glasfaser nicht gesichert, denn LTE und Vectoring sind für die kommenden Herausforderungen keine echte Alternativen", unterstrich Sihm.

#### **Breitbandausbau: 50 Mbit/s reicht nicht aus**

Leistungsstarke Breitbandnetze sind eine Schlüsseltechnologie für die digitale Gesellschaft und die Grundlage für wirtschaftliches Wachstum. Hybride Kabelnetze vereinen Koaxial- und Glasfaser-Technologie und ermöglichen künftig Datenraten von bis zu 1 Gbit/s.

Der ZVEI-Fachverband Satellit & Kabel begrüßt das Ziel der Bundesregierung, bis zum Jahr 2018 eine flächendeckende Breitbandinfrastruktur mit Datenübertragungsraten von bis zu 50 Mbit/s zur Verfügung zu stellen. "Perspektivisch sollte eine Netzkapazität von bis zu 100 Mbit/s angestrebt werden", sagte Axel Sihm (WISI), stellvertretender Vorsitzender des Vorstands im ZVEI-Fachverband Satellit & Kabel. "Breitbandintensive Dienste werden von Verbrauchern schon heute zugleich über mehrere Endgeräte wie Fernseher, Tablets oder Smartphones genutzt. Der Datenabruf steigt exponentiell und wird durch Entwicklungen wie das Internet der Dinge oder Industrie 4.0. noch weiter zunehmen. Mittel- bis langfristig benötigen wir daher deutlich höhere Bandbreiten als 50 Mbit/s."

Langfristig sieht die Branche die Lösung im Glasfaserausbau bis ins Gebäude (Fiber to the Building, FTTB) beziehungsweise bis in die Wohneinheit (Fiber to the Home, FTTH). Die Anbieter von Breitbandkommunikations- (BK)-Netzen investieren zurzeit entsprechend. Mit den HFC-Netzen steht bereits heute eine besonders leistungsfähige Breitband-Technologie zur Verfügung, die laut ZVEI sowohl für Ballungsräume als auch für ländliche Gebiete geeignet und weiter ausbaufähig ist.

"Neue Techniken wie DOCSIS 3.1, RFoG ermöglichen Datenraten vergleichbar mit der Glasfasertechnologie", sagte Sihm. DOCSIS steht für "Data Over Cable Service Interface Specification", RFoG für "Radio Frequency over Glass".

In einem Positionspapier, das der ZVEI-Fachverband Satellit & Kabel auf seinem Pressegespräch am 3. Juli 2014 in Werder bei Potsdam vorstellte, begrüßt der Verband die Breitbandziele der Bundesregierung, bekräftigt aber die Notwendigkeit für höhere Datenraten als 50 Mbit/s und stellt in diesem Zusammenhang die Potenziale der hybriden Glasfaser-Koax-Netze (HFC - Hybrid Fiber Coax) für Breitband-Internetzugänge dar.

Das Positionspapier "HFC-Kabel - Erfolgsmodell für den Breitbandausbau in Deutschland" ist kostenfrei im Internet als PDF-Dokument abrufbar: <http://www.zvei.org/satellitkabel>

#### **CDU und SPD wollen Breitband-Förderprogramme drosseln**

Ein neuer Antrag der Mehrheitsfraktionen im Deutschen Bundestag soll den Breitbandausbau unterstützen. Allerdings enthält der Antrag auch eine kritische Prüfung der Förderprogramme. Zukünftig sollen nur noch Netzbetreiber im ländlichen Raum gefördert werden.

Die hinter der Bundesregierung stehenden Fraktionen wollen den Breitbandausbau weiter vorantreiben. Doch der zuletzt im Bundestag von Union und SPD eingebrachte Antrag "Moderne Netze für ein modernes Land - Schnelles Internet für alle" birgt Risiken für den Breitbandausbau. Die Regierungsfaktionen betonen in ihrem Antrag, dass das Erreichen der Breitbandziele bis 2018 bei allen Entscheidungen absoluten Vorrang genießt. "Förderprogramme werden daher einer kritischen Betrachtung unterzogen und nur fortgesetzt, wenn sie eine echte Hebelwirkung entfachen - also zu mehr Ausbau im ländlichen Raum führen", sagte Sven Wißmann, Telekommunikationsberater bei der Beratungsfirma Steria Mummert Consulting, in Hamburg.

Mitnahmeeffekte für Gebiete, in denen sich ein Ausbau ohnehin gerechnet hätte, soll es in Zukunft nicht mehr geben. Reduzierter Bürokratieaufwand und Finanzierungshilfen in Form von Zuschüssen, Bürgschaften und Krediten dürften im ländlichen Raum vor allem den kleinen Betreiber- und Netzbau-Gesellschaften zu Gute kommen, die aufgrund geringerer Struktur- und Verwaltungskosten auch kleinere

Projekte wirtschaftlich umsetzen können. Ein Parallelausbau der gleichen Gebiete durch einen zweiten Anbieter dürfte sich daher kaum lohnen.

Vor diesem Hintergrund stehen die Endkunden-Vertragspartner vor der Herausforderung, sogenannte "Open Access"-Modelle in ihre Prozesse einzubinden um auch weiterhin flächendeckend hohe Bandbreiten anbieten zu können und nicht in bestimmten Regionen zur zweiten Wahl zu werden.

Gerade im Privatkundengeschäft sind massentaugliche Prozesse gefragt, die nur dann wirtschaftlich sinnvoll zu betreiben sind, wenn Aufträge so weit wie möglich zu automatisieren sind. Bereits heute bieten die auf WITA (Wholesale IT Architektur) basierenden Dienste die Chance, Bestell- und Wechselprozesse zu digitalisieren und so in einen automatisierten Auftrags-Prozess zu integrieren. Die WITA-Dienste lösen in den Bestell- und Wechselprozessen zwischen Anbietern und Carriern das antiquierte Fax-Verfahren ab, welches zuletzt von der Bundesnetzagentur kritisiert wurde, da es fehleranfällig ist und daher für viele Kundenstörungen mitverantwortlich.

"Einen Wettbewerbsvorteil werden hier die Anbieter haben, die es schaffen, 'Whole-Sale'- und 'Whole-Buy'-Geschäftsmodelle zu entwickeln und zu vermarkten sowie Netzbetrieb und vertriebliche Marke voneinander zu trennen", sagte Wißmann. "Nur wer den größtmöglichen Ertrag aus seinen eigenen Netzen erwirtschaftet und gleichzeitig ein möglichst flächendeckendes Angebot, durch Nutzung fremder Netze machen kann, wird Skaleneffekte nutzen können", erklärte Wißmann. "Und damit werden sie unter zukünftigen Marktbedingungen bestehen."

### **BSkyB will Sky Deutschland übernehmen**

Der Medienunternehmer Rupert Murdoch schließt seine europäischen Pay-TV-Anbieter zusammen. Murdochs britischer Medienkonzern BSKyB will dazu die Anteile der US-Muttergesellschaft 21st Century Fox an Sky Deutschland und Sky Italia übernehmen. Der daraus entstehende Pay-TV-Konzern wird insgesamt über 20 Millionen Kunden in Großbritannien, Irland, Deutschland und Italien haben.

BSkyB zahlt für 100 Prozent der Anteile an Sky Italia 2,45 Milliarden Pfund (3 Milliarden Euro) und für 57,4 Prozent an Sky Deutschland 2,9 Milliarden Pfund (3,6 Milliarden Euro). Die verbliebenen Aktionäre von Sky Deutschland erhalten von BSKyB ein Übernahmeangebot für ihre Anteile.

Von dem Zusammenschluss, der noch von den Wettbewerbsbehörden genehmigt werden muss, erhofft sich Murdoch größere Wachstumschancen und Synergieeffekte, etwa beim Erwerb von Spielfilmrechten oder der Auftragsvergabe für die Herstellung von Set-Top-Boxen. Außerdem fließen 21st Century Fox Geldmittel zu, die die geplante Übernahme des US-Medienkonzerns Time Warner erleichtern würden.

### **ARD plant neues Online-Videoportal**

Die ARD will über Tochterfirmen offenbar ein neues Online-Videoportal aufbauen, nachdem das gemeinsam mit dem ZDF geplante Projekt Germany's Gold im September 2013 am Widerstand des Bundeskartellamts gescheitert ist. In ihrem am 10. Juli im Bundesanzeiger veröffentlichten Abschluss für das abgelaufene Geschäftsjahr kündigt die WDR Mediagroup bei ihrem Ausblick auf das Jahr 2014 den "Aufbau eines Alternativprojekts zu Germany's Gold" an, berichtet der Branchendienst ["Funkkorrespondenz"](#). Hierzu würden "Gespräche im Produzentenkreis und im Kreis der ARD-Verwertungstöchter geführt.

Ziel ist es, eine umsetzbare (sowohl juristisch als auch wirtschaftliche) Alternative für Germany's Gold in den Markt zu bringen", heißt es im Jahresabschluss. Das ZDF und dessen kommerzielle Tochter ZDF Enterprises werden nicht mehr als mögliche Partner aufgeführt - offenbar, um kartellrechtliche Probleme von vornherein zu vermeiden.

Michael Loeb, Geschäftsführer der WDR Mediagroup, wollte sich gegenüber dem Branchendienst nicht konkret zu dem Vorhaben äußern und verwies lediglich darauf, dass seit dem Ende von Germany's Gold laufend Möglichkeiten sondiert würden, weitere Verwertungsquellen zu erschließen und diesbezüglich Gespräche mit potenziellen Partnern liefen. Er hoffe, noch in diesem Jahr konkrete Informationen zum Nachfolgeprojekt von Germany's Gold veröffentlichen zu können.

### **Telekom will Netflix aufnehmen**

Die Deutsche Telekom verhandelt über eine Partnerschaft mit dem weltgrößten Video-on-Demand-Anbieter Netflix, der im September 2014 in Deutschland starten will. Die Telekom will das US-Unternehmen offenbar in ihr Angebot nehmen, obwohl es mit der eigenen Plattform Entertain konkurriert, berichtet das "Manager Magazin" unter Berufung auf mit der Situation Vertraute.

Vor kurzem hatte die Telekom bereits die Online-Videothek maxdome von ProSiebenSat.1 als externen Anbieter in Entertain eingebunden. Die Gespräche über eine Vermarktungspartnerschaft zwischen Telekom und Netflix seien weit gediehen, einen Abschluss gebe es aber noch nicht, hieß es. Ein Telekom-Sprecher wollte sich nicht zu dem Thema äußern.

Die Telekom hatte dem Bericht zufolge bereits im vergangenen Jahr Kontakt zu dem US-Anbieter aufgenommen, der mit Eigenproduktionen wie "House of Cards" international für Aufsehen sorgte. Netflix spreche derzeit auch mit der Telekom-Konkurrenz in Deutschland über Kooperationen, hieß es.

### **Video-on-Demand-Markt wächst**

Der Gesamtumsatz im deutschen Video-on-Demand-Markt (VoD) wird bis 2019 auf rund 750 Millionen Euro steigen. Mit einem jährlichen Wachstum von rund 50 Prozent legen Abonnement-Modelle mit Pauschaltarifen am stärksten zu. Das sind Ergebnisse der neuen Studie "[Video-on-Demand Forecast 2014-2019](#)" des Beratungsunternehmens Goldmedia.

20 Prozent aller Internetnutzer in Deutschland nutzen demnach bereits heute VoD-Angebote. Davon bevorzugen die meisten kostenlose, werbefinanzierte Plattformen wie MyVideo oder Clipfish. Ein Drittel der VoD-Nutzer hat sich für einen kostenpflichtigen Pauschaltarif von Anbietern wie maxdome, Watchever oder Sky Snap entschieden. Das Ausleihen oder Kaufen von einzelnen Filmen oder Serien dagegen hat an Bedeutung verloren.

"Der Wettbewerb um Marktanteile und Kunden wird mit dem angekündigten Start von Netflix in Deutschland Ende 2014 weiter zunehmen", sagte Projektleiter Tim Prien in Berlin. "Das Interesse für VoD-Angebote ist aber schon jetzt beachtlich: Bezieht man diejenigen ein, die VoD-Dienste in Zukunft nutzen wollen, reden wir insgesamt über ein VoD-Nutzerpotenzial von knapp einem Drittel aller deutschen Onliner. Das sind rund 18 Millionen Deutsche."

In Deutschland gibt es derzeit rund 50 VoD-Anbieter. Abo-Modelle mit Flatrates und werbefinanzierte Gratis-Angebote sind die stärksten Antriebskräfte: Goldmedia erwartet, dass sie 2019 einen gemeinsamen Marktanteil von 80 Prozent erreichen werden.

### **US-Sender A&E kommt nach Deutschland**

Der US-amerikanische Abo-Sender A&E startet Ende September 2014 in Deutschland. Das Programm wird den Schwesterkanal The Biography Channel auf allen Pay-TV-Plattformen ersetzen, etwa bei Sky und Kabel Deutschland, wie die "Süddeutsche Zeitung" berichtet.

"Der neue Sender gibt uns mehr Möglichkeiten", sagte Geschäftsführer Andreas Weinek dem Blatt. Für ein TV-Konzept mit Biografien im Bildungskanal-Stil biete der Pay-TV-Markt keinen Platz.

A&E setzt auf die Programmparben "Family", "Crime", "Deals" mit diversen Versteigerungen und "Paranormal". Zudem sind Eigenproduktionen geplant. Weinek kündigt eine Serie an, "in der wir originelle deutsche Persönlichkeiten vorstellen werden, deren Alltag man gerne begleiten möchte".

### **Sport1 will Sky bei Bundesliga angreifen**

Der Unternehmer Dieter Hahn, Mehrheitsaktionär des Medienkonzerns Constantin Medien, will sich um Pay-TV-Rechte der Fußball-Bundesliga bewerben. Mit einem Abo-Paket, das weniger als 10 Euro pro Monat kostet, soll der Constantin-Sender Sport1+ einige Live-Spiele übertragen und von den übrigen Partien des Wochenendes zeitnah berichten, sagte Hahn dem "Handelsblatt".

"Ich bin schon lange der Meinung, dass es für Live-Spiele der Fußball-Bundesliga mehrere differenzierte Angebote geben sollte", erklärte Hahn. "Bisher muss der TV-Zuschauer entweder auf Live-Übertragungen der Bundesliga-Spiele verzichten oder aber bei Sky das komplette Angebot kaufen und noch einiges dazu. Das ist ein hervorragend gemachtes Premium-Produkt zu einem entsprechend hohen Preis. Breite Konsumentenschichten, die sich das nicht leisten können, werden aber ausgeschlossen."

Sport1+ wird auf Pay-TV-Plattformen via Kabel, Satellit und IPTV verbreitet. Aus deren Kreis könnte nach den Vorstellungen Hahns auch der Partner kommen, den Constantin Medien derzeit für das Projekt sucht. Denkbare Teilhaber seien aber auch "internationale Medienunternehmen, die nach Europa expandieren". Hahn schließt nicht aus, dass ein Paket, wie er es sich vorstellt, bis zu 100 Millionen Euro kostet.

Für die kompletten Rechte für den Zeitraum von 2013 bis 2017 bezahlt Sky 480 Millionen Euro pro Saison. Über die Vergabe der Bundesliga-Rechte für die Jahre 2017 bis 2021 entscheidet die Deutsche Fußball Liga (DFL) voraussichtlich 2016.

### **Pay-TV auf Wachstumskurs**

Die Umsätze der Pay-TV- und Video-on-Demand-Anbieter in Deutschland haben 2013 erstmals die 2-Milliarden-Euro-Grenze überschritten. Die Umsätze legten von 1,84 Milliarden Euro im Jahr 2012 um 11,4 Prozent auf 2,05 Milliarden Euro im vergangenen Jahr zu. Im gesamten deutschsprachigen Raum erhöhten sich die Umsätze auf rund 2,2 Milliarden Euro.

Die Zahlen stammen aus der Studie "[Pay-TV in Deutschland 2014](#)", die der Privatsender-Verband VPRD

in München vorstellte. Für 2014 prognostiziert der Verband einen Umsatzanstieg um 10 bis 15 Prozent auf rund 2,3 Milliarden Euro in Deutschland und rund 2,5 Milliarden Euro im deutschsprachigen Raum.

Derzeit können in Deutschland 88 Pay-TV-Sender abonniert werden, davon strahlen 73 ihr Programm in HD-Qualität aus. Der gestiegene Umsatz basiert vor allem auf dem deutlichen Kundenzuwachs. Die Zahl der Pay-TV-Abonnements in Deutschland ist in den vergangenen fünf Jahren um fast 50 Prozent auf 6,4 Millionen zum Jahresende 2013 angestiegen. Im gesamten deutschsprachigen Raum lag die Zahl bei etwa 7,1 Millionen Abonnenten.

Der durchschnittliche Pay-TV-Zuschauermarktanteil betrug über alle Haushalte hinweg, also einschließlich der Haushalte, die gar kein Bezahlfernsehen abonniert haben, in den ersten fünf Monaten des laufenden Jahres bei 2,2 Prozent. Innerhalb der Pay-TV-Haushalte erreichten die Pay-TV-Programme im selben Zeitraum bereits einen durchschnittlichen gemeinsamen Zuschauermarktanteil von 14,7 Prozent.

Rund 800 Millionen Euro investierten die Pay-TV-Anbieter nach VPRT-Schätzung im Jahr 2013 in ihr Programm, etwa den Einkauf von Spielfilmen und Serien sowie in Eigenproduktionen, die zunehmend an Bedeutung gewinnen.

### **Tele Columbus prüft Börsengang**

Der drittgrößte deutsche Kabelnetzbetreiber Tele Columbus hat bestätigt, dass das Unternehmen einen Börsengang erwägt. Tele Columbus prüfe laufend alle strategischen Optionen für eine mittel- und langfristige Positionierung und Finanzierung, heißt es in einer Mitteilung.

Eine der möglichen Optionen sei es, zu prüfen, welchen Vorteil ein Börsengang - verglichen mit anderen Optionen - in der Zukunft für die Gesellschaft, die Gesellschafter und Kreditgeber bringen könnte. Eine Entscheidung sei bisher allerdings nicht gefallen. Weitere Angaben wurden nicht gemacht.

Nach Informationen der Nachrichtenagentur Reuters, die sich auf zwei mit den Plänen vertraute Personen beruft, hat Tele Columbus JP Morgan und Goldman Sachs als federführende Banken für den Schritt an die Frankfurter Börse mandatiert.

Das Unternehmen, das sich im Besitz seiner ehemaligen Gläubiger befindet, erwirtschaftete im vergangenen Jahr einen Umsatz von 224 Millionen Euro und einen operativen Gewinn (EBITDA) von 90 Millionen Euro.

Für die Eigentümer, darunter zahlreiche Hedgefonds, ist es der zweite Versuch, sich von Tele Columbus zu trennen. Im vergangenen Jahr scheiterte der Verkauf an Marktführer Kabel Deutschland am Widerstand des Bundeskartellamts. Im Mai 2014 wurden die Überlegungen für einen Börsengang bekannt.

### **ARD will schneller auf DVB-T2 umsteigen**

Die ARD will den Umstieg auf den neuen digitalen terrestrischen TV-Verbreitungsstandard DVB-T2 beschleunigen. Grund: Die derzeit vom Fernsehen genutzten Frequenzen des 700-MHz-Bands sollen nach den Plänen der Bundesregierung dem Mobilfunk schon ab Mitte 2019 und nicht wie ursprünglich vorgesehen erst Ende 2020 für Breitband-Internetzugänge zur Verfügung gestellt werden.

Statt Ende 2020 will die ARD daher den Umstieg vom bisherigen DVB-T-System auf den Nachfolger DVB-T2 schon Mitte 2019 abschließen. Die für 2017 vorgesehene Aufnahme des DVB-T2-Sendebetriebs lässt sich allerdings nicht vorverlegen, da sich die öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Veranstalter darauf verständigt haben, DVB-T2 mit dem Komprimierungsverfahren HEVC zu kombinieren. Entsprechende Empfangsgeräte werden jedoch erst 2016/17 zur Verfügung stehen.

Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk sei es dabei besonders wichtig, dass es auch preiswerte und nicht nur hochwertige Geräte am Markt gebe, erklärte die ARD. Deshalb könne der Starttermin zeitlich nicht weiter vorgezogen werden. Einem auf einige Ballungsräume beschränkter Start, wie er derzeit vom Sendernetzbetreiber Media Broadcast für Mitte 2016 in Aussicht gestellt werde, stehe die ARD jedoch aufgeschlossen gegenüber.

DVB-T2 ermöglicht mehr Programme, höhere Bildqualität, HDTV-Programme und verbesserten mobilen Empfang. Die ARD kann dadurch zudem ihre Verbreitungskosten um rund 15 Prozent senken. Allerdings müssen sich die Zuschauer neue Endgeräte zulegen, weil die bisherigen DVB-T-Empfänger nicht für DVB-T2 geeignet sind. Die Programme von ARD und ZDF bleiben auch im neuen Verbreitungsverfahren kostenfrei, während die Privatsender verschlüsselte, entgeltpflichtige Angebote planen.

### **Media Broadcast begrüßt ARD-Pläne**

Der Sendernetzbetreiber Media Broadcast begrüßt, dass die ARD schneller als geplant auf den neuen digitalen terrestrischen TV-Verbreitungsstandard DVB-T2 umsteigen will. Der beschleunigte Zeitplan sei

realistisch, aber ambitioniert.

"Im Zuge des Aufbaus der zukünftigen DVB-T2-Plattform mit privaten Veranstaltern planen wir, etwa 20 Prozent aller DVB-T-Sender in eineinhalb Jahren auf DVB-T2 umzurüsten, sobald Investitionssicherheit besteht", sagte Wolfgang Breuer, Vorsitzender der Geschäftsführung von Media Broadcast. "Aus Erfahrung wissen wir, dass dies eine große technische wie organisatorische Herausforderung ist. Für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten müssen die übrigen Sender bundesweit und in einem beschleunigten Prozess auf DVB-T2 umgestellt werden."

Media Broadcast erneuerte daher den Appell an Politik und Regulierung, jetzt schnell verlässliche Rahmenbedingungen für den Wechsel auf DVB-T2 zu schaffen. "Das bedeutet konkret: Rundfunknutzung der Frequenzen im 700-MHz-Band zumindest bis zum Abschluss der DVB-T2-Umstellung, langfristige Investitions- und Planungssicherheit für das verbleibende Rundfunkspektrum und Umsetzen des medien- und telekommunikationsrechtlichen Prozesses", sagte Breuer. "Wir vertrauen darauf, dass die Bundesregierung nicht nur zu ihren frequenzpolitischen Zusagen im Koalitionsvertrag steht, sondern dass sie auch den Ausgleich der erheblichen Umrüstkosten schnell und verbindlich sicherstellt, die durch das schnelle Freimachen von Frequenzbändern entstehen."

### **Testlauf für DVB-T2 in München**

Der Bayerische Rundfunk (BR) und das Institut für Rundfunktechnik (IRT) bereiten ein Testsendernetz im neuen digitalen terrestrischen Verbreitungsstandard DVB-T2 mit dem Kompressionsverfahren HEVC in München vor, damit die Hersteller die dafür notwendigen neuen Empfangsgeräte testen können.

Grundlage bildet der seit 2010 laufende DVB-T2-Feldversuch in München, der nun um Tests mit HEVC erweitert wird. Auch portable und mobile Endgeräte sollen getestet werden. BR und IRT wollen damit der Empfänger- und Automobilindustrie frühzeitig ein Testfeld für konfigurierbare Datenströme und Parametereinstellungen sowie Knowhow für die Geräteoptimierung anbieten. Gleiches gilt für Hersteller von Codecs, Multiplexern und Modulatoren auf der Sendeseite. Das DVB-T2-Testsendernetz wird als Gleichwellennetz auf Kanal 43 (650 MHz) betrieben. Die Sender befinden sich am Funkhaus München, am Standort Freimann und am Standort Ismaning.

Mitte 2016 soll in Ballungsräumen mit der regulären DVB-T2-Verbreitung begonnen werden, die mehr Programme, HDTV, höhere Bildqualität und verbesserten mobilen Empfang ermöglicht. Allerdings benötigen die Zuschauer neue Empfangsgeräte. Der Umstieg vom derzeit genutzten DVB-T-System auf den Nachfolger soll Mitte 2019 abgeschlossen werden.

### **Gute Aussichten in der Hightech-Branche**

Die deutsche Hightech-Branche blickt mit Zuversicht auf das laufende Jahr. Acht von zehn Anbietern von Informationstechnik, Telekommunikation und Unterhaltungselektronik (81 Prozent) erwarten in den kommenden sechs Monaten steigende Umsätze. Nur acht Prozent der Unternehmen rechnen mit einem Umsatzrückgang.

Das geht aus einer aktuellen Konjunkturumfrage des Branchenverbands BITKOM hervor. Bereits in der ersten Jahreshälfte konnten rund drei Viertel der Unternehmen (74 Prozent) ihre Umsätze steigern, 13 Prozent berichten von Umsatzrückgängen. Besonders gut lief es für die Anbieter von IT-Dienstleistungen, von denen 84 Prozent gestiegene Umsätze verzeichnen. Bei den Software-Unternehmen sind es 81 Prozent.

Mehr als zwei Drittel der Unternehmen (68 Prozent) wollen in diesem Jahr neue Mitarbeiter einstellen. Nur 8 Prozent gehen davon aus, dass sie die Beschäftigtenzahl reduzieren müssen. Für Ende 2014 rechnet BITKOM mit mindestens 927.000 Beschäftigten in der Branche, ein Plus von 10.000 gegenüber dem Vorjahr.

### **HD+ wächst weiter**

HD+, die kostenpflichtige Satellitenplattform mit den HD-Versionen privater Free-TV-Sender auf Astra (19,2° Ost), hat im zweiten Quartal dieses Jahres 47.089 neue zahlende Kunden gewonnen. Insgesamt verfügte das verschlüsselte Angebot damit zum 30. Juni über 1,54 Millionen Kunden. Das entspricht einem Zuwachs von 350.520 Kunden innerhalb eines Jahres.

Insgesamt zeigen die Zahlen ein abgeschwächtes Wachstum. Im zweiten Quartal 2013 gewann HD+ mit 89.183 fast doppelt so viele neue Kunden wie im gleichen Quartal dieses Jahres. Auch im ersten Quartal verzeichnete die Plattform mit 83.761 neuen Kunden ein deutlich stärkeres Plus. Weitere rund 1,3 Millionen Haushalte nutzen HD+ derzeit in der kostenlosen Testphase.

### **Zahl der Lokal-TV-Sender sinkt**

Die Zahl der privaten Regional- und Lokal-TV-Programme in Deutschland ist im vergangenen Jahr deutlich zurückgegangen. Insgesamt waren zu Jahresbeginn 2014 deutschlandweit nur noch 232 solcher Angebote auf Sendung, ein Jahr zuvor waren es noch 264 Programme gewesen.

Dies geht aus dem aktuellen Jahrbuch der Landesmedienanstalten hervor. Die Ausnahme sind landesweite Sender, die gesamte Bundesländer versorgen und mit 19 Programmen ihre Angebotsvielfalt bewahren konnten.

Jürgen Brautmeier, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten, rief zu verstärkten Anstrengungen auf, um die Situation auf lokaler Ebene zu verbessern: "Lokales Fernsehen ist ein wichtiger Faktor von lokaler Vielfalt, deshalb braucht es öffentliche Förderung. Nur dann kann es den Konkurrenzkampf in der digitalen Welt bestehen."

Das "[Jahrbuch 2013/2014](#)" der Medienanstalten ist im Vistas-Verlag erschienen und für 25 Euro im Buchhandel erhältlich (ISBN 978-3-89158-601-3).

#### **Aus Horizon TV wird Horizon Go**

Der Kabelnetzbetreiber Unitymedia Kabel BW gibt seinem mobilen Zusatzdienst Horizon TV einen neuen Namen: Das Angebot, das Fernsehen via Tablet-PC, Smartphone und Computer ermöglicht, sowie die dazugehörigen Apps für Apple- und Android-Geräte heißen ab sofort Horizon Go.

"Die Namensänderung macht deutlich, wohin wir uns mit unserem Angebot bewegen: Mit der iOS- und Android-App können unsere Kunden künftig unser Fernsehprogramm und unsere Videothek-Inhalte jederzeit von unterwegs genießen", sagte Christian Hindennach, Senior Vice President Marketing & Produkte bei Unitymedia Kabel BW.

Gleichzeitig erscheint eine überarbeitete iOS-Version, die ab 15. Juli im Apple Store erhältlich sein wird. Die Applikation bietet eine verbesserte Menüführung, ein schnelleres Wechseln zwischen TV-Sendern, eine individuelle Einstellung der Senderreihenfolge, die Verwaltung des Jugendschutzes sowie spezielle 3G/LTE-Verbindungseinstellungen für den Abruf der Inhalte in Mobilfunknetzen. Kunden, die den Horizon-HD-Rekorder oder -Receiver nutzen, können ihr Smartphone außerdem als Fernbedienung nutzen und mit der Push-to-TV-Funktion die TV-Wiedergabe mit einem Klick von der App auf den TV-Bildschirm verschieben.

Mit [Horizon Go](#) können die Kabelkunden mehr als 90 TV-Sender über ihr heimisches WLAN-Netz auf mobilen Endgeräten sowie dem PC empfangen und die Online-Videothek nutzen. 13 Sender können auch über Mobilfunknetze und WLAN-Hotspots von Dritten empfangen werden, darunter ARD, ZDF, ZDFneo und WDR Fernsehen. Horizon Go steht Kabel- und Internetkunden von Unitymedia Kabel BW ohne Aufpreis zur Verfügung.

#### **RTL, VOX und n-tv planen regionale Werbung via HbbTV**

IP Deutschland, der Werbezeitenvermarkter der RTL-Gruppe, bietet ab sofort die Möglichkeit, deutschlandweit ausgestrahlte TV-Werbespots mit regional unterschiedlichen Informationen zu versehen. Mit dem Verfahren, das auf dem interaktiven Multimedia-Standard HbbTV beruht, können Werbekunden Zuschauer von RTL, VOX und n-tv in einzelnen Regionen gezielt ansprechen.

Während des TV-Spots wird dabei ein Hinweis auf die rote Taste der Fernbedienung (Red Button) eingeblendet. Wer sie drückt, bekommt über das Internet eine eigens gestaltete, regional individualisierte Unterseite auf dem TV-Bildschirm angezeigt. Werbekunden können dort Informationen einbinden, Promotion-Aktionen bewerben oder Gewinnspiele veranstalten.

7,2 Millionen Haushalte verfügen derzeit über HbbTV-fähige Endgeräte. Bei der Regionalisierung kann gewählt werden zwischen Nord/Süd/West/Ost, einzelnen Bundesländern oder Städten.

"Das ist gelebte Konvergenz von Fernsehen und Internet, dank ihr können wir unseren Werbekunden erstmals diese Kombination bieten: Deutschlandweite Werbung mit regionalem Bezug", sagte Matthias Dang, Geschäftsführer von IP Deutschland, in Köln. "Die Nachfrage ist schon lange da, jetzt haben wir ein unschlagbares Angebot und freuen uns auf die ersten Pilotprojekte."

#### **Viacom baut Senderfamilie um**

Der US-Medienkonzern Viacom gestaltet im Herbst 2014 seine deutsche Senderfamilie neu: VIVA teilt sich künftig einen Sendeplatz mit Comedy Central, während Nickelodeon zum 24-Stunden-Programm und MTV zum HD-Kanal wird. Ab 1. Oktober wird der Jugendkanal VIVA täglich nur noch von 6 bis 17 Uhr senden, wie Magnus Kastner, Executive Vice President und Managing Director von Viacom International Media Networks Northern Europe, dem Branchenmagazin "w&v" sagte.

Der Unterhaltungskanal Comedy Central übernimmt die Sendezeit ab 17 Uhr auf dem VIVA-Programmplatz. Comedy Central war bislang ab 20.15 Uhr auf dem Sendeplatz des Kinderkanals Nickelodeon zu sehen, der künftig ein 24-Stunden-Programm anbietet.

Mit der größeren Sendefläche für Comedy Central reagiert Viacom auf die gute Quotenentwicklung und



Werbenachfrage des Senders. "Wir glauben, dass wir strategisch mit Comedy Central zu diesen Zeiten besser aufgestellt sind - auch was die Buchungssituation betrifft", sagte Kastner. VIVA bestätigte auf seiner Facebook-Seite die Sendezeit-Verkürzung. Der Sender werde sich künftig auf Musik und japanische Zeichentrickserien (Animes) fokussieren sowie die interaktiven Angebote ausbauen, die TV und Internet verbinden.

Nickelodeon will mit seinem neuen Abendprogramm im Gegensatz zu den Wettbewerbern Disney Channel und Super RTL nicht die ganze Familie, sondern ältere Kinder ansprechen. "Dabei werden wir mit der Programmierung den Bettgehzeiten der Kinder und Jugendlichen folgen. Mit jeder Stunde werden wir also immer älter und sprechen immer mehr Teenager oder sogar Twens an", sagte Kastner. Möglicherweise laufe das Abendprogramm unter einem anderen Namen, um sich vom Tagesprogramm abzugrenzen.

In den USA nennt sich Nickelodeon abends zum Beispiel nick@nite. Das Viacom-Flaggschiff MTV soll ab Herbst unter der Bezeichnung MTV HD als reiner HD-Kanal positioniert werden. Das sei "der nächste konsequente Schritt in eine digitale Zukunft von MTV", erklärte Kastner.

### **DAF bringt Mediathek auf Smart TV**

Der Finanz- und Doku-Kanal DAF bietet seine Mediathek ab sofort auch als App für Smart-TV-Fernseher an, die ans Internet angeschlossen sind. Die Zuschauer können damit über 50.000 Videos zu verschiedenen Themen kostenfrei mit der Fernbedienung abrufen. Zur Verfügung stehen die Kategorien "Top-News", "Börse + Märkte", "Zertifikate", "Fonds + ETFs" sowie "Devisen + Rohstoffe".

"DAF war schon immer ein Sender, der auf innovative Konzepte gesetzt hat. Seit Jahren stecken wir viel Energie in den Aufbau unserer Mediathek und bauen die Verfügbarkeit der Inhalte aus. Nach den Apps für alle gängigen mobilen Betriebssysteme ist eine Smart-TV-App, die dieses geballte Wissen auch auf dem Fernseher verfügbar macht, nur die logische Konsequenz", sagte der DAF-Vorstandsvorsitzende Conrad Heberling in Kulmbach.

Die App, die in Zusammenarbeit mit M.E.N. Media Entertainment Networks entwickelt wurde, ist für alle Smart-TV-Geräte von Philips und TechniSat verfügbar und kann kostenlos über die jeweiligen App Stores heruntergeladen werden. Darüber hinaus ist die Applikation auch auf Geräten von Sharp, Loewe und Medion zu erreichen, die über eine Smart-TV-Portallösung von Netrange oder Foxxum verfügen. Ab Herbst 2014 wird die DAF-App auch über Amazons neue Set-Top-Box Fire TV angeboten.

### **Jens Schulte-Bockum bleibt Vodafone-Chef**

Jens Schulte-Bockum bleibt bis 31. März 2018 an der Spitze von Vodafone. Der Aufsichtsrat der Telekommunikationsgesellschaft verlängerte den Vorstandsvertrag auf seiner jüngsten Sitzung in Düsseldorf um drei Jahre.

"Wir freuen uns, die Zusammenarbeit mit Jens Schulte-Bockum fortzusetzen. Er hat das Unternehmen in schwierigen Zeiten trotz eines harten Wettbewerbsumfeldes strategisch neu positioniert und mit der begonnenen Integration von Kabel Deutschland eine neue Ära auf dem deutschen Telekommunikations- und TV-Markt eingeleitet", sagte der Aufsichtsratsvorsitzende Philipp Humm.

Schulte-Bockum ist seit 1. April 2012 Geschäftsführer von Vodafone Deutschland und seit 1. Oktober 2012 Vorsitzender der Geschäftsführung. Zuvor war er Vorstandschef von Vodafone Niederlande.

### **ORF plant Netflix-Konkurrenz**

Der ORF will einen Netflix-Konkurrenten aufbauen und plant dafür die Übernahme des österreichischen Video-On-Demand-Anbieters Flimmit. Die Verhandlungen seien bereits abgeschlossen, berichtet die österreichische Zeitung "Kurier" unter Berufung auf gut informierte Kreise.

[Flimmit](#) bietet derzeit mehr als 2.000 Filme, Serien und Dokumentationen auf Abruf an, der Großteil davon sind österreichische Produktionen. Der ORF möchte mit dem Kauf dem US-Anbieter Netflix zuvorkommen, der im September 2014 in Österreich startet. Flimmit bietet im Gegensatz zu Netflix keinen Pauschaltarif an, die Nutzer können sich die Videos für 48 Stunden ausleihen oder dauerhaft kaufen. Der ORF könnte nach der Übernahme jedoch ein Flatrate-Modell einführen. Flimmit hat derzeit rund 13.000 Nutzer.

### **Mexikaner übernehmen Telekom Austria**

Der mexikanische Milliardär Carlos Slim übernimmt die Mehrheit an der nationalen österreichischen Telekommunikationsgesellschaft Telekom Austria. Slim habe seinen Anteil von 27,2 auf 50,8 Prozent aufgestockt, teilte sein Mobilfunkkonzern América Móvil mit. Pro Aktie zahlen die Mexikaner 7,15 Euro - ein Aufpreis von 10 Prozent im Vergleich zum aktuellen Durchschnittskurs.

Der österreichische Staat will sich in Zukunft auf eine Sperrminorität von mindestens 25 Prozent plus einer Aktie zurückziehen. Mindestens 24 Prozent der Aktien sollen im Streubesitz an der Börse bleiben.

Telekom Austria hat 23 Millionen Kunden in Österreich sowie in Slowenien, Kroatien, Serbien, Mazedonien, Bulgarien, Weißrussland und Liechtenstein. América Móvil, der größte Mobilfunkkonzern Lateinamerikas, will über die Beteiligung an der Telekom Austria ein Standbein in Europa aufbauen. Die Mexikaner, die auch an der niederländischen KPN beteiligt sind, wollen die Telekom Austria als Plattform für weitere Zukäufe in Osteuropa nutzen.

### **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](#)