

RÜCKKEHR EINES TOTGEGLAUBTEN

DIE ZUKUNFT DER SET-TOP-BOX

Groß gegen Klein, Schnell gegen Langsam

Ausgabe 37 • Oktober 2016

Sehr geehrte Damen und Herren,

in der digitalen Welt ändern sich einige Gesetzmäßigkeiten, an die sich so mancher Akteur über die Jahre gewöhnt hat, zumal sie seine wirtschaftliche oder politische Machtposition sicherten. Das aktive Festhalten an Althergebrachtem bzw. das passive Aussitzen dringlicher Probleme führt dazu, dass sich Politik und Staat selbst deligitimieren. Dabei spielt auch eine ansonsten angesehene Behörde wie das Bundeskartellamt eine unrühmliche Rolle.

Der Wähler schenkt derweil anderen Protagonisten sein Gehör, die - wieder erstarkt oder als neue Kraft - in die Landtage einziehen. Dabei zeigt sich, dass man alte Gewohnheiten nicht so schnell loswird, wenn man sich mit der politischen Realität beschäftigen muss.

Diese Realität besteht nämlich auch darin, dass Branchengrößen versuchen, ihre Größe zu erhalten und auszubauen, indem sie intensiv Einfluss auf Entscheidungsträger ausüben. Mittelständler haben es daher schwer, selbst wenn offensichtlich ist, in welcher Netztechnologie die Zukunft liegt. Doch jetzt sprechen ihre Interessenvertreter mit einer Sprache, um dem Vectoring-Vorhaben der Deutschen Telekom Einhalt zu gebieten. Dass ein solches Vorgehen erfolgreich sein kann, haben die Radiosender festgestellt, die sich gegen das monopolistische Gehabe eines Werbevermarkters zur Wehr gesetzt haben.

Mit Vectoring hat Eusanet-Geschäftsführer Stephan Schott wenig am Hut. Er geht dorthin, wo die Branchengranden furchtsam zurückweichen: aufs Land. Doch auch hier ist nicht alles Gold, was glänzt. Im MediaLABcom-Interview erzählt Schott, wie es einem mittelständischen Internet Service Provider ergeht, wenn er auf die typische Gratismentalität trifft.

Größe ist in der digitalen Welt ohnehin nicht alles, denn das Tempo der Digitalisierung verlangt nach einer Fähigkeit, die mit zunehmender Größe abhandenkommt: Beweglichkeit. Das spüren derzeit insbesondere die Satellitenbetreiber, die händeringend nach einer Antwort auf die aufstrebende Konkurrenz, insbesondere aus der Welt des Internet Protocol (IP), suchen.

Auch Kabelnetzbetreiber stehen der IP-Welt mit gemischten Gefühlen gegenüber - Stichwort OTT (Over the top) und Cord

Inhalt

[FRK-Breitbandkongress am 10. und 11. Oktober 2016 in Leipzig](#)

["So etwas hatten wir noch nicht erlebt" - Eusanet-Geschäftsführer Stephan Schott über das harte Business eines mittelständischen ISPs](#)

[Trilogie der Delegitimierung von Politik und Staat... oder: Beispiele für Wähler- und Mitgliederschwund?](#)

[Digitalkonzepte: Anspruch und Wirklichkeit bei FDP und AfD... oder die Wucht der politischen Realität](#)

[Reanimiert: die Set-Top-Box als lukrative Chance für Kabelnetzbetreiber](#)

[Einmal Orbit und zurück, bitte! Die Satellitenindustrie verändert sich – verändern sich die Satellitenbetreiber mit?](#)

[Radiosender klagen erfolgreich gegen Werbevermarkter](#)

[E pluribus Unum... oder Einigkeit macht stärker](#)

[Neues vom BLTV](#)

[Veranstaltungshinweis](#)

[Kurzmeldungen](#)

Cutting. Hier lautet die Devise aber nicht kämpfen, sondern umarmen bzw. integrieren, wie die Teilnehmer eines Workshops des Kabelnetzbetreiberverbands ANGA feststellten. Dabei kommt der schon tot geglaubten Set-Top-Box eine zentrale Rolle zu.

Neuigkeiten vom Bundesverband Lokal TV, ein Veranstaltungshinweis und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

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

FRK-Breitbandkongress am 10. und 11. Oktober 2016 in Leipzig

Sponsored Post

Der Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) lädt am 10. und 11. Oktober 2016 zum Breitbandkongress mit begleitender Fachausstellung auch dieses Jahr wieder ins Congress Center der Messe Leipzig ein. Der Kongress ist das wichtigste Branchenereignis für Mitteleuropa. Hier treffen sich mittelständische und kommunale Inhaber und Betreiber von breitbandigen Infrastrukturen, Hersteller digitaler Geräte, TV-Anbieter, Investoren sowie Multiplikatoren aus Politik, Wirtschaft und Medien.

[Lesen Sie mehr](#)

"So etwas hatten wir noch nicht erlebt" - Eusanet-Geschäftsführer Stephan Schott über das harte Business eines mittelständischen ISPs

Marc Hankmann

Der Datenverkehr im Internet steigt unaufhörlich an. Wenn selbst schon große Telekommunikationsanbieter stöhnen und sich gegen die Netzneutralität aussprechen, wie soll es dann erst mittelständischen Internet Service Providern (ISP) ergehen, die Highspeed-Internet zum Beispiel via Satellit in ländliche Regionen bringen? Wenn dann noch die weit verbreitete Gratismentalität hinzukommt, reibt sich manch einer verwundert die Augen; so auch Stephan Schott, Geschäftsführer der Eusanet GmbH.

[Lesen Sie mehr](#)

Trilogie der Delegitimierung von Politik und Staat... oder: Beispiele für Wähler- und Mitgliederschwund?

Heinz-Peter Labonte

Politische Parteien sind zum Scheitern verurteilt. Und mit ihnen der Staat? Wenn Politiker, übrigens (fast) aller Parteien, immer wieder ihre Allzuständigkeit für jedes sich gesellschaftlich, wirtschaftlich oder individuell auftuende Problem als lösungskompetent anbieten. Und dabei den Wettbewerb anheizen: zwischen Versorgungsdenken einerseits (der Staat regelt als Beute der jeweiligen Regierungsparteien alles für uns) und dem Initiativdenken der Bürger andererseits. Mit schlechter, weil Freiheit beschränkender, Politik ist eben kein Staat zu machen.

Und die Verbände, wie teilweise auch die Medienvertreter? Sie haben sich in den Käseglocken Berlins und der Landeshauptstädte mit den Parteien einvernehmlich in ihren gemütlichen Netzwerken und "Parlamentarischen Abenden" eingerichtet. Gleichzeitig wundern sich die politisch langjährig verantwortlichen Parteien und die als Lobby mit ihnen in bürokratischem Einvernehmen handelnden Verbandsvertreter, dass ihnen die Mitglieder in Scharen abhandenkommen. Die Staatsbürger (vulgo: Wähler/in) suchen Alternativen in NGOs, Privatheit, ja sogar in Protestparteien, um nur einige Beispiele zu nennen. So kann zwar die Zufriedenheit einer Mehrheit mit der privaten Situation zunehmen, während parallel ihre Unzufriedenheit und Verdrossenheit gegenüber den verfassten bürokratisierten, wirtschaftlichen, rechtlichen und politischen Verhältnissen zunimmt - und etwas viel Meinung, für häufig mit wenig Sachkenntnis untermauerten Protesten, auch gegen "die Medien", den (ver)öffentlich(t)en Diskurs beherrscht.

[Lesen Sie mehr](#)

Digitalkonzepte: Anspruch und Wirklichkeit bei FDP und AfD... oder die Wucht der politischen Realität

Heinz-Peter Labonte

Anspruch und Wirklichkeit - am besten vergleicht man sie in der Praxis. In der tagespolitischen Realität. Machen wir also den Praxistest. Und schaffen die von allen Parteien geforderte Transparenz. Selbst auf die Gefahr hin, dass sich die Betroffenen bekümmert von uns abwenden und uns mit Kommunikationsverbot bzw. politisch-journalistischem Liebesentzug bestrafen.

[Lesen Sie mehr](#)

Reanimiert: die Set-Top-Box als lukrative Chance für Kabelnetzbetreiber

Marc Hankmann

Als die ersten Flachbildschirme mit integrierten Tunern in den Handel kamen, sprachen viele vom Tod der Set-Top-Box. Natürlich kann der Kabelnetzbetreiber das Wohnzimmer anderen Marktteilnehmern überlassen und an der Anschlussdose Lebewohl zum Kunden sagen, aber damit gibt er ein Geschäftsfeld auf, für dessen Erschließung er eigentlich gute Karten in den Händen hält. Und dabei spielt die Set-Top-Box die entscheidende Rolle.

Dass viele meinten, das Ende des Digitalreceivers vorauszusehen, lag auch daran, dass es sich um eine meist klobige, unansehnliche und obendrein technisch unflexible Kiste handelte. Sie kann mit den heutigen Innovationszyklen unmöglich mithalten. Während die TV-Gerätehersteller jedes Jahr neue Technologien in ihre Fernseher implementieren, ist es für den Kabelnetzbetreiber extrem kostspielig und risikoreich, eine bestehende Boxenpopulation auszutauschen.

[Lesen Sie mehr](#)

Einmal Orbit und zurück, bitte! Die Satellitenindustrie verändert sich - verändern sich die Satellitenbetreiber mit?

Marc Hankmann

Menschen besteigen eine Rakete, die sie zu ihrem Arbeitsplatz in mehreren tausend Kilometern Höhe bringt. Raumschiffe, die mit Maschinen für die Schwerindustrie auf dem Weg zum Mars sind. Das sind die Visionen von Jeff Bezos und Elon Musk. Damit haben Satellitenbetreiber wenig am Hut. Die vier führenden Unternehmen, SES, Eutelsat, Inmarsat und Intelsat, verdienen ihr Geld hauptsächlich damit, Bandbreite an TV-Sender zu verkaufen. Doch das Geschäft wird zunehmend schwieriger und das liegt auch an Unternehmern wie Bezos und Musk.

[Lesen Sie mehr](#)

Radiosender klagen erfolgreich gegen Werbevermarkter

RA Ramón Glaß

Die Kartellkammer des Landgerichts Hamburg gab am 7. September 2016 der Klage verschiedener Radiosender statt, die von Schalast vertreten wurden. Aufgrund diskriminierender Verhaltensweisen des Marktführers für Radiowerbung, der RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG, entschied das Gericht, dass die klagenden Radiosender in bestehende Vermarktungskombinationen aufzunehmen und zu gleichen Bedingungen zu vermarkten sind (LG Hamburg, Urteil vom 7. September 2016, Az.: 408 HKO 162/13).

[Lesen Sie mehr](#)

E pluribus Unum... oder Einigkeit macht stärker

Heinz-Peter Labonte

Beim FTTH-Council und dessen diesjährigem Symposium am 7. September 2016 in Berlin ist etwas Bemerkenswertes gelungen: Wesentliche Verbände der Anbieter von breitbandigen Infrastrukturen vertraten die sie verbindenden Anliegen gemeinsam gegenüber Politik und Institutionen.

Dies zeichnete sich schon bei den Initiativen zu den Vectoring-Vorgängen zwischen Deutscher Telekom und Bundesnetzagentur ab. Haben sich doch immerhin auf Initiative der Branchenverbände VATM, Breko und Buglas bis zu 25 Verbände aufgerafft, sich bezüglich der Vectoring-Initiativen der Telekom bei der Bundesbehörde bei der EU-Kommission zu beschweren.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom BLTV

Lokal-TV-Kongress fordert Grundsatzentscheidung über den Wert lokaler Berichterstattung

Im Abschlusspanel des Lokal-TV-Kongresses 2016 waren sich alle Teilnehmer des Podiums einig, dass Lokal-TV eine hohe gesellschaftliche Bedeutung und das Potenzial für die Übernahme eines

Grundversorgungsauftrags hat. Jedoch müsse diese Einschätzung von der gesamten Gesellschaft getragen und könne erst dann gegebenenfalls auch strukturell unterstützt werden.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

FRK-Breitbandkongress beleuchtet Branchentrends

Die aktuellen Entwicklungen und Perspektiven des Kabel- und Breitbandmarkts stehen im Mittelpunkt des FRK-Breitbandkongresses, der am 10. und 11. Oktober 2016 im Congress Center Leipzig stattfindet.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Digitalisierung der TV-Haushalte schreitet voran

Der Anteil der digitalen TV-Haushalte ist in Deutschland auf 92,3 Prozent gestiegen - das entspricht rund 35 Millionen Haushalten. Beim Kabelnetz, dem letzten analogen Verbreitungsweg, legte die Zahl der Digitalhaushalte in den vergangenen zwölf Monaten von 72,5 Prozent auf 82,1 Prozent zu, wie aus dem [Digitalisierungsbericht](#) 2016 der Landesmedienanstalten hervorgeht. Nur noch 2,9 Millionen Kabelhaushalte schauen ausschließlich analoges Fernsehen. Vor einem Jahr waren es noch 4,5 Millionen. Die für 2018 angepeilte bundesweite Analogabschaltung im Kabelnetz gerät damit in Sichtweite. Als erster Kabelnetzbetreiber macht Unitymedia bereits am 30. Juni 2017 mit dem analogen Fernsehen Schluss.

[Lesen Sie mehr](#)

FRK-Breitbandkongress am 10. und 11. Oktober 2016 in Leipzig

Sponsored Post

Der Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) lädt am 10. und 11. Oktober 2016 zum Breitbandkongress mit begleitender Fachausstellung auch dieses Jahr wieder ins Congress Center der Messe Leipzig ein. Der Kongress ist das wichtigste Branchenereignis für Mitteldeutschland. Hier treffen sich mittelständische und kommunale Inhaber und Betreiber von breitbandigen Infrastrukturen, Hersteller digitaler Geräte, TV-Anbieter, Investoren sowie Multiplikatoren aus Politik, Wirtschaft und Medien.

Unter <http://www.breitbandkongress-frk.de> finden sich die Einzelheiten zum Verbändetag am 10. Oktober 2016 mit für Besucher offenen Veranstaltungen der ideellen Partner, u.a. mit VATM, Buglas und FRK zu Urheberrechtsfragen in Breitbandnetzen, dem Eröffnungsvortrag von Markus Jenisch (Nokia) über "Perspektiven der Gigabit-Gesellschaft", zum "net(t)together Kommunikationsabend" sowie zum Kongresstag am 11. Oktober 2016 mit seinen drei Foren, zehn Workshops und begleitender Ausstellung von Herstellern und Dienstleistern.

Übergreifend steht in diesem Jahr die Diskussion folgender Thesen des FRK zur Breitbandpolitik in Deutschland im Mittelpunkt:

- Im Gegensatz zur Annahme der offiziellen Politik wird die Breitbandversorgung in ländlichen Regionen nicht von Ankündigungen zur Industrie 4.0, sondern von Smart-TV-Geräten, HbbTV, Mediatheken und TV-Zuschauern angetrieben.
- Datenschutz und Urheberrechte entwickeln sich für diese Treiber der Breitbandversorgung zu potentiellen Hindernissen und laufen Gefahr, das Abhängen von ländlichen Regionen von der Gigabit-Gesellschaft zu beschleunigen.
- Die öffentliche Förderung von Vectoring und internationalen Großkonzernen bei gleichzeitiger Vernachlässigung des Glasfaserausbaus behindert die Industrie-4.0-Entwicklung und führt zum Attentismus auf dem Weg zur Gigabit-Gesellschaft.
- Die Wohnungswirtschaft braucht Mittelständler und kommunale Unternehmen zur Verteidigung des Wertes der Breitbandnetze in ihrem Eigentum.

"So etwas hatten wir noch nicht erlebt" - Eusanet-Geschäftsführer Stephan Schott über das harte Business eines mittelständischen ISPs

Marc Hankmann

Der Datenverkehr im Internet steigt unaufhörlich an. Wenn selbst schon große Telekommunikationsanbieter stöhnen und sich gegen die Netzneutralität aussprechen, wie soll es

dann erst mittelständischen Internet Service Providern (ISP) ergehen, die Highspeed-Internet zum Beispiel via Satellit in ländliche Regionen bringen? Wenn dann noch die weit verbreitete Gratismoralität hinzukommt, reibt sich manch einer verwundert die Augen; so auch Stephan Schott, Geschäftsführer der Eusanet GmbH.

MediaLABcom: Herr Schott, Eusanet bietet unter anderem Internetzugänge via Satellit an. Für wen sind diese Zugänge interessant?

Stephan Schott: Für alle Privathaushalte, Unternehmen und Kommunen, deren Anschluss sich für Telekommunikationsunternehmen, die DSL-, Kabel- oder Glasfasernetze betreiben, nicht rentiert. Internet via Satellit ist die einzige Alternative, wenn die großen Netzbetreiber abwinken. Die anhaltende Diskussion um den mangelhaften Breitbandausbau in ländlichen Regionen offenbart, dass der Bedarf sehr groß ist.

MediaLABcom: Wie funktioniert Internet via Satellit?

Stephan Schott: Der Satellit fungiert als Backbone. Privat- und Geschäftskunden nutzen für die bidirektionale Datenverbindung einen Sat-Spiegel, den sie an ein Modem anschließen. Um Gemeinden oder Gewerbegebiete zu versorgen, installieren wir einen DSALM in der Nähe bestehender Kabelverzweiger, KVz genannt. In der Regel mieten wir dann von der Deutschen Telekom die Teilnehmeranschlussleitung, die TAL, an. Oder wir realisieren den Internetzugang ohne KVz über leistungsfähige WLANs. So bringen wir dem Kunden DSL oder VDSL mit 30 Mbit/s für Privat- und 50 Mbit/s für Geschäftskunden ins Haus.

MediaLABcom: Der Internet-via-Satellit-Technologie hängt der Ruf nach, ein Shared Medium zu sein, das ziemlich schnell in die Knie geht, wenn zu viele Nutzer gleichzeitig online sind.

Stephan Schott: Eine Mär. Internet via Satellit ist genauso ein Shared Medium wie alle anderen Technologien auch, denn letztendlich muss der Traffic über den Backbone. Ist der überlastet, geht jede Verbindung in die Knie. Was glauben Sie, warum eine Standleitung mit 10 Mbit/s immer noch mehrere hundert Euro im Monat kostet, ein herkömmlicher Internetanschluss aber nur 20 Euro? Weil Sie sich die Bandbreite mit anderen Nutzern teilen müssen.

MediaLABcom: Betreiben Sie auch Netze?

Stephan Schott: In den meisten Fällen ja. Wir vermarkten dann zum Beispiel in der Gemeinde, die wir via Satellit ans Internet angeschlossen haben, auch die Zugänge, um die Kosten zu refinanzieren. Neben der TAL müssen wir schließlich auch Breitbandkapazitäten beim Satellitenbetreiber einkaufen und das Netz warten. Wir können bei einigen Projekten zwar auf Fördermittel zurückgreifen, aber die gibt es nur für den Netzaufbau. Für die Deckung der Betriebskosten ist dann jeder ISP selbst verantwortlich. Und da wundert es einen schon, wenn manche Leute meinen, sie bekämen alles gratis.

MediaLABcom: Sie haben schlechte Erfahrungen gemacht?

Stephan Schott: Allerdings. Eine Gemeindeverwaltung kam auf uns zu und wollte lediglich einen einzigen Internetzugang für das Büro des Ortsvorstehers im so genannten Bürgerhaus in einem von uns ausgebauten Ortsteil buchen. Ein solches System haben wir für ihn eingerichtet. Natürlich haben wir über verschiedene Marketingmaßnahmen versucht, die Haushalte der Ortschaft dazu zu bewegen, ebenfalls einen DSL- oder VDSL-Anschluss bei uns zu buchen. Über die Funktionsfähigkeit konnten sich ja alle beim Ortsvorsteher informieren, da DSL und VDSL zwar bekannt sind, aber die Backbone-Anbindung in der Ortschaft via Satellit realisiert wurde.

MediaLABcom: Bessere Werbung kann es ja nicht für Sie geben!

Stephan Schott: Haben wir auch gedacht. Aber wir bekamen nicht einen einzigen Kunden und waren wirklich ratlos, denn so etwas hatten wir noch nicht erlebt. Nach einiger Zeit stellten wir fest, dass der Anschluss des Ortsvorstehers 24 Stunden am Tag ohne Unterbrechung online war. Für diesen Zugang wurde ein Sonderpreis vereinbart, da er kaum genutzt werden sollte und 2 GB laut Gemeindeverwaltung ausreichen würden. Tatsächlich lief aber ständig Traffic über das System, es wurden über 30 GB genutzt. Wir wollten vom Ortsvorsteher wissen, warum die Leitung permanent online ist und teilten ihm mit, dass das Datenvolumen von 2 GB im Monat überschritten wird, weshalb wir gezwungen seien, die Leitung zu kappen.

MediaLABcom: Wie war die Reaktion?

Stephan Schott: Es gab keine Reaktion. Erst als wir die Verbindung wirklich abgeschaltet haben, klingelte bei uns im Support das Telefon. Auf die Frage, was den ganzen Traffic verursache, erklärte uns der Ortsvorsteher, dass die Gemeinde einen Router angeschlossen habe und darüber ein Freifunk-WLAN betreibe. Als ich davon hörte, bin ich aus allen Wolken gefallen. So erklärt sich dann

auch, warum unsere Marketingmaßnahmen in der Gemeinde keinen Erfolg hatten. Warum noch bezahlen, wenn der Internetzugang über WLAN kostenlos ist?

MediaLABcom: Was haben Sie dem Ortsvorsteher gesagt?

Stephan Schott: Ich habe versucht, ihm klarzumachen, dass das, was er da tut, rechtlich unzulässig sei. Er entgegnete, das hätte der Gesetzgeber erst kürzlich erlaubt. Er meinte die aktuellen Regelungen im Telekommunikationsgesetz zur Störerhaftung, die mit dem, was er da machte, natürlich nichts zu tun haben. Ganz abgesehen davon, dass er gegen unsere AGB verstieß. Dabei ärgert mich aber nicht, dass jemand die komplizierten Gesetzestexte missverstanden oder gegen unsere AGB verstoßen hat, sondern die Gratismentalität und das mangelnde Rechtsverständnis, das hier zu Tage tritt.

MediaLABcom: Internet für alle kostenlos.

Stephan Schott: Genau. So denken ja alle, die sich an Initiativen wie zum Beispiel Freifunk beteiligen. Sie stellen ihre Router anderen im Funknetz kostenlos zur Verfügung. Der Dumme ist dabei der Internet Service Provider, denn dadurch wird sein Geschäftsmodell untergraben. Zum einen wird es ihm erschwert, Neukunden zu gewinnen und zum anderen muss er ja den Traffic, der natürlich immer weiter steigt, einkaufen. Der ISP kann aber keine Flatrates einkaufen, sondern nur Megabit. Selbst die großen Provider gehen vermehrt dazu über, Datenvolumen einzuführen, weil sich das Flatrate-Modell angesichts des steigenden Datenverkehrs nicht mehr rechnet. Das gilt natürlich umso mehr, wenn Sie in ländlichen Regionen unterwegs sind und das Kundenpotenzial entsprechend klein ist.

MediaLABcom: Konnten Sie das dem Ortsvorsteher klarmachen?

Stephan Schott: Ich denke schon, denn in dem Fall lagen unsere Betriebskosten doppelt so hoch wie der Preis des Internetanschlusses. Und von diesen Einnahmen erhalten wir als ISP nur einen Bruchteil, denn davon muss die TAL-Miete bezahlt werden, die nicht gerade günstig ist. Hinzu kommen Kosten für Strom, Wartung und die Satellitenkapazitäten. Da bleibt nicht viel übrig. Wenn ich dann noch lese, dass Projekte zur Einführung kostenloser WLAN-Hotspots subventioniert werden, frage ich mich, wie man ein IP-Netz noch finanzieren soll. Selbst Unternehmen reduzieren ihre Kosten auf dem Rücken der Internet Service Provider.

MediaLABcom: Wie das?

Stephan Schott: Nehmen Sie als Beispiel Microsoft. Updates für das neue Betriebssystem Windows 10 werden über eine Peer-to-Peer-Verteilung vorgenommen, das heißt, dass der Nutzer nicht auf den Server von Microsoft zugreift, um ein Update herunterzuladen, sondern dieses von anderen Windows-10-Clients erhält. Weniger Traffic auf den Microsoft-Servern bedeutet hierbei aber mehr Traffic im Netz des ISPs. Ganz abgesehen davon, dass Windows 10 nicht auf DVD, sondern als Download herauskam.

MediaLABcom: Sollte man daher den Internet Service Providern erlauben, Managed Services einzuführen oder sollte weiterhin das Best-Effort-Prinzip gelten?

Stephan Schott: Sie sprechen das Thema Netzneutralität an. Das ist ein zweiseitiges Schwert. Auf der einen Seite kann es nicht sein, dass es zu einer Zwei-Klassengesellschaft im Internet kommt. Auf der anderen Seite muss man aber auch klar erkennen, dass das Internet nicht für die Übertragung breitbandintensiver Dienste wie etwa Video-Streaming gedacht war. Für den Kabel-TV-Anschluss muss man schließlich auch bezahlen. Wenn der Traffic also wegen der steigenden Videonutzung in die Höhe schießt und man will ein neutrales Netz im Sinne des Best-Effort-Prinzips, benötigen wir Lösungen zur Finanzierung des Netzausbaus. Oder die Internet Service Provider gehen hin und bieten nur noch Tarife mit Datenvolumen an. Das machen die Großen der Branche aber nur zögerlich, weil für sie bzw. ihre Aktionäre die reine Kundenanzahl das Asset ist, das letztendlich zählt.

MediaLABcom: Wie haben Sie sich mit dem Ortsvorsteher geeinigt?

Stephan Schott (lacht): Wir sind zu einem einvernehmlichen Ergebnis gekommen.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Trilogie der Delegitimierung von Politik und Staat... oder:
Beispiele für Wähler- und Mitgliederschwund?

Heinz-Peter Labonte

Politische Parteien sind zum Scheitern verurteilt. Und mit ihnen der Staat? Wenn Politiker, übrigens (fast) aller Parteien, immer wieder ihre Allzuständigkeit für jedes sich gesellschaftlich, wirtschaftlich oder individuell auftuende Problem als lösungskompetent anbieten. Und dabei den Wettbewerb anheizen: zwischen Versorgungsdanken einerseits (der Staat regelt als Beute der jeweiligen Regierungsparteien alles für uns) und dem Initiativdenken der Bürger andererseits. Mit schlechter, weil

Freiheit beschränkender, Politik ist eben kein Staat zu machen.

Und die Verbände, wie teilweise auch die Medienvertreter? Sie haben sich in den Käseglocken Berlins und der Landeshauptstädte mit den Parteien einvernehmlich in ihren gemütlichen Netzwerken und "Parlamentarischen Abenden" eingerichtet. Gleichzeitig wundern sich die politisch langjährig verantwortlichen Parteien und die als Lobby mit ihnen in bürokratischem Einvernehmen handelnden Verbandsvertreter, dass ihnen die Mitglieder in Scharen abhandenkommen. Die Staatsbürger (vulgo: Wähler/in) suchen Alternativen in NGOs, Privatheit, ja sogar in Protestparteien, um nur einige Beispiele zu nennen. So kann zwar die Zufriedenheit einer Mehrheit mit der privaten Situation zunehmen, während parallel ihre Unzufriedenheit und Verdrossenheit gegenüber den verfassten bürokratisierten, wirtschaftlichen, rechtlichen und politischen Verhältnissen zunimmt - und etwas viel Meinung, für häufig mit wenig Sachkenntnis untermauerten Protesten, auch gegen "die Medien", den (ver)öffentlich(t)en Diskurs beherrscht.

Beispiele aus der Gigabit-Gesellschaft

So begrüßen durch gesetzliche Zwangsmitglieder finanzierte Verbände Fehlallokation von Kapital und Verhinderung von Wettbewerb. Oder Brüssel entscheidet sich dafür, dass sich beim Aufbruch in die Gigabit-Gesellschaft Beschwerden durch Liegenlassen von selbst erledigen. Oder das Kartellamt sieht keine Veranlassung, überhaupt ein Verfahren aufzunehmen, in dem ein - von ihm gebilligter - Vergleich vor dem BGH größter Unternehmen mit entsprechender bundesweiter und regionaler Marktmacht augenscheinlich den Wettbewerb zulasten des Mittelstandes weiter einschränkt. Oder wenn die politischen Verantwortungsträger immer wieder glauben, es reiche aus, "ein Thema öffentlich zu besetzen" und es dann im Server des Ministeriums abzulegen, damit es sich dort ebenfalls "von selbst erledigt".

Konkret: Zukunft liegt im Kupferdraht?

So begrüßten die Kammern in der "Volksrepublik" Brandenburg das Projekt "Glasfaser 2020", weil durch die Erschließung der Kabelverzweiger der Telekom doch immerhin die Kupferdrähte durch Vectoring aufgerüstet würden. Dies käme den von ihnen vertretenen mittelständischen Zwangsmitgliedern zugute. Selbst wenn sie mit ihren anderen Technologielösungen von Staats wegen benachteiligt würden. Die Förderung der zukunftssträchtigen Glasfasererschließung bis ans Haus oder in die Wohnung/das Unternehmen insbesondere in ländlichen Räumen durch Mittelständler oder alternative Anbieter ist weder von der Landesregierung noch von den Kammern oder Kommunen angedacht. Lobbyisten verhandeln zum eigenen Vorteil unter sich - zugunsten der Ausblutung ländlicher Räume. Und die Kommunalpolitiker? Sie haben nichts damit zu tun, die Landesregierung bzw. die Telekom ist schuld, wenn das Versagen vor der Wahl doch noch deutlich wird. Perfekt organisierte Flucht aus der Verantwortung.

Konkret: Brüssel erledigt Beschwerden durch Liegenlassen

Die allfällige Beschwerde bei der wegen der EU-Förderung zuständigen Wettbewerbsbehörde läuft jetzt bereits über zwei Jahre. Ergebnis? Null! MediaLABcom [berichtete](#). Nun scheitert die Weiterverfolgung offenbar an Personalproblemen. Gleichzeitig macht der EU-Digitalkommissar jeden Tag neue Schlagzeilen mit der Forderung nach Investitionen in die Gigabit-Gesellschaft. Mit konkreten Konzepten konfrontiert, überholt er sich mit neuen Vorschlägen seiner Bürokratie, ohne auf die auf dem Tisch (im Server des BMWI) liegenden näher einzugehen. Aber sein Credo, den deutschen Mittelstand fördern zu wollen, an die Gigabit-Gesellschaft anzuschließen, private Investitionen zu mobilisieren und damit 16 Milliarden Euro privater Investitionsmittel allein in Deutschland für die Investitionspläne seines Kommissionspräsidenten Juncker zu aktivieren, verlaufen im Sande der Brüsseler Bürokratie. Und die Telekom hat ihre Netze gebaut, das Land setzt auf die nächsten Aktivitäten der Telekom. Bürokraten unter sich. Lenins nützliche Idioten sitzen in den Wirtschaftsverbänden.

Parteiisches Kartellamt?

Nein, wer kommt denn auf sowas? Stellenbesetzungen fernab von jeglicher "Ämterpatronage" (Theodor Eschenburg)? Alles fernab jeglicher parteipolitischer Zugehörigkeit. Wenn wider jegliche Erwartung dann das Düsseldorfer Gericht eine Entscheidung des Kartellamtes kassiert und eine Nichtzulassungsbeschwerde beim BGH Erfolg haben könnte, kann doch vor einer Rücküberweisung ein Vergleich geschlossen werden. Diesem kann man ja als Behörde beitreten. Dann ist das Düsseldorfer Gericht jeder Korrekturmöglichkeit der ursprünglichen Kartellamtsentscheidung beraubt.

Und wenn sich der Eindruck aufdrängen sollte, dadurch würde ein neuerliches, um zwei BGH-Kläger erweitertes Kartell gebildet, kann man schließlich wieder in eigener Verantwortlichkeit eine gut begründete Beschwerde wegen dieses neuen Wettbewerbsverstoßes ablehnen. Im Vertrauen darauf, dass ein Verband von Mittelständlern angesichts eines Streitwertes von fast 300 Millionen Euro vor einer Klage zurückschreckt. Außerdem weiß man ja auch, wie die Brüsseler Behörden arbeiten. Bis dort eine Entscheidung gefällt wird, sind längst Fakten geschaffen und die Vorteile für die neuen

Kartellanten genutzt. Schafft man so erfolgreich Anerkennung und Autorität einer Bundesbehörde und staatlicher Institutionen?

Thema besetzt, das muss reichen!

Offenbar nach Meinung der politischen Verantwortungsträger zumindest für Institutionen, die wiederum aufsichtsrechtlich einem Bundesministerium zugeordnet sind. Oder für ein Ministerium, das im Parteienstreit mit einem parteipolitisch andersfarbigen Ministerium zwar Themen wie Ausbau der Breitbandnetze insbesondere im ländlichen Raum gemeinsam "besetzt" und damit "der Öffentlichkeit" Aktivitäten "verkauft". Und diese dann im Regierungsserver des IT-Gipfels liegen lässt.

Subsidiaritätsprinzip, Umsetzung der Anregungen aus dem bürgerschaftlichen Engagement, Aktivierung der wegen der "Draghischen" Zinspolitik Anlage suchenden privaten Vermögen im Rahmen des Juncker-Programms? Alles nur Wortgeklingel? Warum soll man solchen Bürgereinsatz von außerhalb der Politikkäseglocken der Hauptstädte noch ernst nehmen?

Fazit

Ganz einfach: Das Grundgesetz, unsere parlamentarische Verfasstheit, unsere freiheitliche Grundordnung, unser demokratisches Gewissen verpflichtet uns dazu. Aber verpflichtet dieses Vertrauen in die inzwischen seit 70 Jahren unser gesellschaftliches Zusammenleben friedlich organisierenden Institutionen auch zum Vertrauen in die heute für diese Institutionen Handelnden? Letztere appellieren an unser Versorgungsdenken, fordern gleichzeitig Gemeinsinn, Zivilcourage und Initiativdenken. Begünstigen jedoch mit ihrem Verhalten Anspruchsdenken! Wehe die Bürger kommen den "Netzwerkern eigener Interessen" zum Beispiel durch Zivilcourage oder alternative Vorschläge in die Quere. Dann dürfen die "Querdenker" die Macht der vernetzten Ingroups spüren.

Die Folge: Legitimationsverlust der Institutionen durch das Verhalten der dort agierenden Personen. Offenbar ziehen sich diese im Infrastruktursektor exemplifizierte Handlungsraaster durch viele gesellschaftliche und politische Sektoren und bewirken in Summe den in den letzten Wahlen verdeutlichten Vertrauensverlust des protestierenden Wahlvolks. Mit einem "Weiter so" schafft man spielend auch die freiheitlich demokratische Grundordnung ab.

Digitalkonzepte: Anspruch und Wirklichkeit bei FDP und AfD...
oder die Wucht der politischen Realität

Heinz-Peter Labonte

Anspruch und Wirklichkeit - am besten vergleicht man sie in der Praxis. In der tagespolitischen Realität. Machen wir also den Praxistest. Und schaffen die von allen Parteien geforderte Transparenz. Selbst auf die Gefahr hin, dass sich die Betroffenen bekümmert von uns abwenden und uns mit Kommunikationsverbot bzw. politisch-journalistischem Liebesentzug bestrafen.

Nachrede: FDP Rheinland-Pfalz

Mit dem vergeblichen Versuch, vom Vorsitzenden der FDP in Rheinland-Pfalz, Dr. Volker Wissing, tragfähige Aussagen über die Medien- und Telekommunikationspolitik bzw. Infrastrukturpolitik zu bekommen, haben wir uns [in der vergangenen Ausgabe von MediaLABcom](#) ausführlich beschäftigt. Wahlprogramm und dessen Aussagen? Braucht man offensichtlich nicht mehr. Schließlich arbeitet jetzt die Ministerialverwaltung für den Parteivorsitzenden. Verzeihung, für den Minister natürlich. Der Versuch mit dem Minister ins Gespräch zu kommen - schwierig.

Statt des versprochenen frischen Windes ist man eingeschnappt. Der kommentierende Autor soll wohl erst mal bei der FDP Rheinland-Pfalz "gut Wetter" machen. Oder gar beim Ministerium? So stellt man sich die Umsetzung von Parteipolitik in Regierungshandeln vor. Könnte tatsächlich etwas daran sein, dass der liebe Gott demjenigen, dem er ein Amt gibt, den Verstand doch nicht nachreicht, sondern machtbesoffen umnebelt? Beziehungsweise angesichts der eroberten Dienstwagen wegen die Vorwahlaussagen vergessen lässt?

Vorrede: Die Alternative für Deutschland?

Also bietet sich an, die Partei zu befragen, die sich selbst Alternative für Deutschland nennt. Man blickt ins Parteiprogramm - entdeckt aber wenig Trag- und Aussagefähiges zur Medien- und Telekommunikationspolitik beziehungsweise zur Infrastrukturpolitik. Stattdessen Schlagworte und kaum konstruktive eigene Vorschläge. Also erbittet man ein Interview. Die erstaunliche, aber immerhin ehrliche Absage verweist darauf, dass die Aussagen und Konzepte hierzu erst für das Frühjahr 2017 erarbeitet würden. Man sei jetzt im Klärungsprozess.

Immerhin wissen wir jetzt, dass man auch in diesem Zukunftsthema konzeptionslos bei Wahlen den eigenen Ansprüchen genügend abschneiden kann. Aber Alternative für Deutschland? Wenn dieses Themengebiet als pars pro toto für die Alternative steht, wird klar, warum man nicht in die Regierungsverantwortung will. Man darf gespannt abwarten, ob das Wahlvolk nicht doch wissen will,

wofür die selbsternannte Alternative in allen zukunftswichtigen Politikfeldern konkret steht.

Fazit

Transparenz ist wichtig. Posten mit dem Statussymbol "Auto mit Fahrer" sind wichtiger. Vor allem nach drei Jahren ohne Mandatsversorgung. Parteiprogramme machen nur unnötige Arbeit. Wenn man erst Regierungsposten hat, kräht sowieso kein Hahn mehr nach deren Inhalten. Das Wahlvolk fliegt doch auf einfache Sprüche, wie zum Beispiel: "Was kümmert mich mein Geschwätz aus dem Wahlkampf von gestern über mangelnde Infrastruktur, Verschleuderung von Steuergeldern bei Flughäfen, Rennstrecken, über Transparenz, wenn ich heute selbst als Koalitionspartner helfen muss, zugunsten meiner Amtspfunde Fehler der Vergangenheit zu verbergen?" Dann machen wir doch lieber die Wahlprogramme erst nach den Wahlen. Die Katze im (Wahl-)Sack ist doch mal eine ehrliche Alternative in Deutschland.

Reanimiert: die Set-Top-Box als lukrative Chance für Kabelnetzbetreiber

Marc Hankmann

Als die ersten Flachbildschirme mit integrierten Tunern in den Handel kamen, sprachen viele vom Tod der Set-Top-Box. Natürlich kann der Kabelnetzbetreiber das Wohnzimmer anderen Marktteilnehmern überlassen und an der Anschlussdose Lebewohl zum Kunden sagen, aber damit gibt er ein Geschäftsfeld auf, für dessen Erschließung er eigentlich gute Karten in den Händen hält. Und dabei spielt die Set-Top-Box die entscheidende Rolle.

Dass viele meinten, das Ende des Digitalreceivers vorauszu sehen, lag auch daran, dass es sich um eine meist klobige, unansehnliche und obendrein technisch unflexible Kiste handelte. Sie kann mit den heutigen Innovationszyklen unmöglich mithalten. Während die TV-Gerätehersteller jedes Jahr neue Technologien in ihre Fernseher implementieren, ist es für den Kabelnetzbetreiber extrem kostspielig und risikoreich, eine bestehende Boxenpopulation auszutauschen.

Die Disruption und ihre Folgen

Die Set-Top-Box muss flexibler werden, um mit der technischen Entwicklung mitzuhalten. Dabei weht ihr nicht nur von den TV-Geräteherstellern der Wind ins Gesicht, sondern auch von Unternehmen wie Amazon oder Google, die ihr mit HDMI-Sticks die Verbindung zum Fernseher streift machen.

Dies ist nur ein Beispiel für die Disruption der Wertschöpfungskette. "Alle Marktteilnehmer versuchen, sich auf die gesamte Wertschöpfungskette auszudehnen und sie zu kontrollieren", sagte Volker Belz, Partner des Beratungsunternehmens Goldmedia, auf dem Workshop "WiFi, 4K, OTT: Renaissance für die Set-Top-Box?" des Kabelnetzbetreiberverbands ANGA in Hamburg.

Die Zielgruppe der Millenials

Zieht sich der Kabelnetzbetreiber aus diesem Markt zurück, ist er nicht mehr als ein Transporteur, Inhaber einer "dump pipe", während die anderen das Geschäft mit dem Kunden machen. Mehr noch: Der Kabelnetzbetreiber droht ganz von der Bildfläche zu verschwinden, wenn auch seine "dump pipe" nicht mehr gefragt ist. Denn die Zielgruppe der sogenannten Millenials, die 18- bis 35-jährigen, fokussiert sich mehr als jede andere Generation vor ihr auf den Content und folgt ihm. Millenials wechseln wesentlich schneller zwischen den einzelnen Content-Lieferanten, Übertragungswegen und Empfangsgeräten hin und her. Ob über Kabel oder WLAN, am Fernseher oder auf dem Tablet, linear oder non-linear - für Millenials ist nur wichtig, wo der gewünschte Content zu finden ist.

Einheitliche User Experience

Das Worst-Case-Szenario für den Kabelnetzbetreiber: All IP. Der Fernseher wird zum reinen Streaming-Receiver degradiert. Was auf ihm zu sehen ist, bestimmt der Nutzer über das Smartphone oder Tablet. Wer braucht da noch eine Set-Top-Box? Die Chance für den Kabelnetzbetreiber liegt nun darin, die Millennial-Generation auf ihrer Jagd nach Content in seinem Eco-System zu halten. Und dafür benötigt er eine leistungsfähige Set-Top-Box.

Was muss diese Box also können? Als zentrales Gateway muss sie dem Nutzer eine einheitliche, geräteübergreifende User Experience geben. "Für den Millennial ist es bezeichnend, dass er sehr ungeduldig ist", erklärte Jean-Jacques Mongory von Netgem auf dem ANGA-Workshop. Unterschiedliche Bedienoberflächen stellen seine ohnehin geringe Geduld auf eine harte Probe. In den USA ist die bequeme Nutzung der am häufigsten genannte Grund für den Abschluss eines Netflix-Abos. Usability und User Experience rücken immer mehr in den Mittelpunkt.

Breitbandbedarf steigt weiter

Für eine geräteübergreifende User Experience ist die WiFi-Unterstützung die zentrale Funktion. "Etwa

zwei Drittel der OTT-Inhalte werden inhouse via WiFi an Smartphones und Tablets übertragen", sagte Zvika Haas, Vice President Strategic Business Development bei AirTies, auf dem Workshop in Hamburg. AirTies entwickelt WiFi-Technologien für Set-Top-Boxen. Zusätzliche Access Points sorgen im Haushalt für eine gleichmäßige WiFi-Abdeckung. Der Pay-TV-Anbieter Sky nutzt AirTies-Technologie in seiner neuen Set-Top-Box Sky Q Silver. Auch die Horizon-Box von Liberty Global bietet WiFi. Dass der paneuropäische Kabelnetzbetreiber jetzt mit Netflix kooperiert, demonstriert, wohin die Reise im Kabel geht: zur Integration von OTT-Inhalten.

Und diese Reise steht erst an ihrem Anfang, denn die Zukunft hält weitere, breitbandintensive Anwendungen bereit. Der Hit derzeit auf allen Messen: Virtual Reality. Um jedoch die gefürchtete "Simulation Sickness" zu vermeiden, ist eine Bildauflösung von mindestens 2k x 4k nötig. Das lässt den enormen Breitbandbedarf erahnen. Die Einführung von Docsis 3.1 zeigt jedoch, wer in der Lage sein wird, diesen Bedarf zu decken. Ein weiterer Vorteil für das Kabel sind die im Vergleich zu DSL kurzen Latenzzeiten unter 15 Millisekunden. Gerade im prosperierenden Gaming-Markt spielen sie eine wesentliche Rolle.

Entkopplung von der Hardware

Der Anachronismus dabei: Die Leistungsfähigkeit der Set-Top-Box steigt, doch der Digitalreceiver von morgen ist kein komplexes Endgerät, sondern ein Thin Client, in dem sich nur noch grundlegende Technologien wie etwa für Encoding oder für Security-Funktionen befinden. Alles andere wird in die Cloud ausgelagert.

Auf diese Weise werden Applikationen von der Hardware des Endgeräts entkoppelt. Es entstehen programmierbare Plattformen mit offenen Schnittstellen für die Integration von Anwendungen Dritter. Diese Plattformen bilden die Basis für die technologisch flexible Set-Top-Box der Zukunft. Große Legacy-Boxenbestände sollen damit der Vergangenheit angehören.

Dadurch rückt jedoch der Chip in den Fokus des Kabelnetzbetreibers; eine Komponente, auf die er bislang wenig Einfluss hat. "Chip-Hersteller werden einen stärkeren Einfluss darauf haben, wie teuer eine Set-Top-Box wird", prognostiziert Goldmedia-Partner Belz. Christoph Schaaf, Vice President New Technologies bei Vodafone Kabel Deutschland, rät dazu, die Anforderungen an die Leistungsfähigkeit eines Chipsatzes so aufzustellen, dass nicht nur ein einziger Chip-Hersteller diese Anforderungen erfüllen kann. In diesem Fall ist die Sky Q Silver ein mahnendes Beispiel: In ihr verrichtet ein Chip von STMicro sein Werk. Das Unternehmen kündigte Anfang 2016 jedoch an, die Chip-Herstellung für Set-Top-Boxen einzustellen.

Neue Geschäftsfelder entlang der Media Journey

Abgesehen vom Videosegment kann sich der Kabelnetzbetreiber mit einer intelligenten und flexiblen Set-Top-Box auch neue Geschäftsfelder erschließen – Stichwort Smart Home. Geräte wie Smartphones oder Tablets, mit denen vorwiegend der Zugang zum Internet über einen Browser assoziiert wird, gelten aufgrund der Gefahren, die im Internet lauern, als relativ unsicher. Nicht so der Digitalreceiver, der sich daher zur Steuerung von Videokameras, der Klimaanlage oder der Raumbelichtung eignet. Natürlich ist auch er mit dem Internet verbunden, weshalb auf den Kabelnetzbetreiber neue Herausforderungen zukommen: Malware, illegales Re-Streaming oder Hackerattacken, die man bislang nur aus der IP-Welt kennt, sind nur einige Stichworte.

Trotzdem gehört die Zukunft dem, der den Nutzer während seines gesamten Medienkonsums begleiten kann. Analog zur Customer Journey im Marketing muss sich der Kabelnetzbetreiber entlang der Media Journey positionieren. "Die Frage ist nicht, ob es in Zukunft noch Set-Top-Boxen geben wird oder nicht, sondern, wie die Set-Top-Box der Zukunft aussehen wird", bringt es Stefan Obst, General Manager der Arris Solutions Germany GmbH, auf den Punkt. Mit einer zukunftsfähigen Set-Top-Box verfügt der Kabelnetzbetreiber über eine gute Ausgangsposition, denn er befindet sich bereits dort, wo andere unbedingt hinwollen: im Wohnzimmer des Kunden.

Einmal Orbit und zurück, bitte! Die Satellitenindustrie verändert sich - verändern sich die Satellitenbetreiber mit?

Marc Hankmann

Menschen besteigen eine Rakete, die sie zu ihrem Arbeitsplatz in mehreren tausend Kilometern Höhe bringt. Raumschiffe, die mit Maschinen für die Schwerindustrie auf dem Weg zum Mars sind. Das sind die Visionen von Jeff Bezos und Elon Musk. Damit haben Satellitenbetreiber wenig am Hut. Die vier führenden Unternehmen, SES, Eutelsat, Inmarsat und Intelsat, verdienen ihr Geld hauptsächlich damit, Bandbreite an TV-Sender zu verkaufen. Doch das Geschäft wird zunehmend schwieriger und das liegt auch an Unternehmern wie Bezos und Musk.

Golden Zeiten sind vorbei

Bislang war das Betreiben einer Satellitenflotte ein durchaus einträchtiges Geschäft. Die Digitalisierung

sorgte für eine wahre Explosion an TV-Sendern, die alle nach Übertragungskapazitäten gierten. Die höhere Bildqualität von HDTV verlangt nach mehr Bandbreite. Hinzu kommt die einmalige technische Reichweite, die eine Satellitenverbreitung mit sich bringt. Das Signal wird einmal ausgestrahlt und erreicht Millionen von Haushalten. Die Satellitenbetreiber verdienen sich eine goldene Nase. In der Regel sind die Kosten für einen Erdtrabanten nach fünf Jahren Betrieb eingespielt. Die meisten Orbiter leisten ihren Dienst zehn Jahre oder länger.

Dass diese goldenen Zeiten irgendwann einmal vorbei sein würden, war klar, denn selbst die Nachfrage nach TV-Inhalten kennt Grenzen. Allem Anschein nach hat unter den Satellitenbetreibern jedoch keiner damit gerechnet, dass dieser Zeitpunkt jetzt schon kommen würde. Im März 2016 präsentierte Inmarsat fallende Umsätze und Vorsteuergewinne. Zwei Monate später gab Eutelsat eine Gewinnwarnung heraus, deren Ursache Experten und Analysten unisono in strukturellen Veränderungen der Branche sehen.

Alte Geschäftsfelder brechen weg

Eutelsat erwirtschaftet rund zwei Drittel der Umsätze aus dem Verkauf von Kapazitäten an TV-Sender. Gleiches gilt für Mitwettbewerber SES. Laut den jüngsten Zahlen der Luxemburger stieg der Anteil des Videosegments sogar von 66 auf 70 Prozent. Aber: In Europa sind die Märkte weitgehend gesättigt. Seit vier Jahren wird in Deutschland nur noch digital via Satellit gesendet. Seitdem gibt es auf der bis dato stark nachgefragten Position 19,2 Grad Ost freie Kapazitäten. Und Wachstumsmärkte wie zum Beispiel Lateinamerika bleiben hinter den Erwartungen zurück. Wirtschaftliche Probleme wie etwa in Brasilien schwächen die Kaufkraft.

Auch die Einführung von Ultra HD mit einer viermal höheren Auflösung als HDTV hat bislang nicht zu einem Run auf freie Satellitenkapazitäten geführt. Massenattraktive Inhalte in Ultra HD sind derzeit noch Mangelware. ARD und ZDF führen just Full HD ein und das auch "nur" über DVB-T2. An die Kosten für Ultra-HD-Technik mag bei den Öffentlich-Rechtlichen keiner auch nur denken.

Doch was aus Sicht der Satellitenbetreiber noch schlimmer ist: Die ersten Ultra-HD-Inhalte wurden nicht etwa aus dem Orbit verbreitet, sondern über Festnetzangebote wie Netflix und Amazon. Aus dieser Richtung weht den Satellitenbetreibern der Wind ins Gesicht. Kabelnetzbetreiber wenden sich zunehmend von der Signalführung via Satellit ab und nutzen stattdessen Glasfasernetze. Dass sich der Kabelmarkt konsolidiert, tut sein Übriges dazu; weniger Kopfstellen, die TV-Signale in Kabelnetze einspeisen, bedeuten auch weniger Nachfrage nach einer Signalführung via Satellit für diese Kopfstellen.

Ungeliebtes Internet Protocol

Der Satellit tut sich schon immer schwer mit der IP-Welt. Rückkanalfähigkeit gehört nicht gerade zu seinen Stärken. Den Satellitenbetreibern fehlt die Anwendung, die den Einsatz teurer Satellitenkapazitäten in der IP-Welt rechtfertigt. Entwicklungen wie WLAN für Flugzeuge bedienen nur einen kleinen Markt. Mit der Technologie Sat>IP können über Satellit empfangene TV-Sender mittels IP-Signalen im Haushalt auf mobile Geräte übertragen werden, aber eine ernsthafte Konkurrenz für Live-Streams und OTT-Anbieter wie Zattoo ist Sat>IP bislang nicht. Und auch die einst von der EU so hochgelobten mobilen Satellitendienste (Mobile Satellite Service, MSS), für die die EU-Kommission ein Joint Venture von SES und Eutelsat auswählte, waren ein Flop. Solaris Mobile, so der Name des Joint Ventures, wurde letztendlich an Echosat verkauft.

Internet via Satellit kann mit den Geschwindigkeiten von Kabel- oder Glasfasernetzen nicht mithalten. Die zunehmende Verbreitung von LTE sowie der zukünftige Mobilfunkstandard 5G mit noch höheren Bandbreiten erleichtern die Situation für satellitengestützte Internetangebote auch nicht. Die technologisch bedingte Latenzzeit der Erdtrabanten im geostationären Orbit von 0,5 bis 0,6 Sekunden führt zudem dazu, dass sich Internet via Satellit mit Echtzeitanwendungen wie Telefonie oder Gaming schwer tut.

Regierungsaufträge brechen weg

Die Lösung: ein geringerer Abstand zur Erde. Doch in diesem Low Earth Orbit (LEO) zwischen 200 und 2.000 km Höhe ist die Konkurrenz groß, denn hier wollen Unternehmer wie Bezos und Musk ebenfalls hin. Die neuen Mitwettbewerber sind zudem die Folge eines anderen schwächelnden Standbeins der Satellitenbetreiber: dem Geschäft mit Regierungen.

So verzeichnete Eutelsat von Januar bis März 2016 auf Basis konstanter Wechselkurse einen Umsatzrückgang im Auftragsgeschäft mit Regierungen um 7,4 Prozent. Dieser Sektor macht zwar nur 13 Prozent am Gesamtumsatz der Franzosen aus, aber er ist hart umkämpft. Die Quote der Auftragsverlängerung mit der US-Regierung lag Anfang des Jahres bei 65 Prozent. Ein Jahr zuvor befand sich die Quote bei rund 90 Prozent.

Die Gründe hierfür sind vielfältig: Zum einen fahren die USA ihre Ausgaben zurück. Das bekommt insbesondere der Etat der NASA zu spüren. "Darüber hinaus vergeben US-Behörden und Regierungsorganisationen Aufträge vermehrt nur noch an amerikanische Unternehmen", erklärt ein Branchenkenner gegenüber MediaLABcom. Andere Staaten gehen dazu über, eigene Satelliten ins All zu schießen. So startete Weißrussland Anfang des Jahres Belintersat-1. Und: Der Konkurrenzdruck steigt.

Festnetz ersetzt nicht den Satelliten

In die Lücke, die die NASA mangels Budget reißt, stoßen neue Marktteilnehmer wie Bezos und Musk. Sie drücken gleichzeitig aufs Innovationstempo. Was der NASA in ihrer langen Geschichte nicht geglückt ist, schaffen Bezos' und Musks Unternehmen Blue Origin bzw. SpaceX in wenigen Jahren: die Entwicklung von Raketen, die zur Erde zurückkehren und erneut eingesetzt werden können. Dadurch wird es günstiger, Satelliten in den Orbit zu bringen. Die einst hohen Markteintrittshürden fallen und die gestandenen Satellitenbetreiber bekommen es mit neuer Konkurrenz zu tun.

Das heißt jedoch nicht, dass SES, Eutelsat & Co. über kurz oder lang verschwinden werden. Das Festnetz ist kein Ersatz für den Satelliten, der immer noch mit seiner großen Reichweite punktet, auf die kein massenattraktiver TV-Sender verzichten kann. Auch nicht jeder Kabelnetzbetreiber wird die Signalzuführung ausschließlich über Glasfaser bewerkstelligen. Das gilt insbesondere für kleinere Betreiber und solche, die zum Beispiel mehrere hundert Kopfstationen im Netz stehen haben. Aber die Satellitenbetreiber erhalten neue Konkurrenz, schnelle und visionäre Konkurrenz - zwei Eigenschaften, die man den alt eingesessenen Unternehmen in der Satellitenindustrie nicht gerade nachsagt.

Radiosender klagen erfolgreich gegen Werbevermarkter

RA Ramón Glaß

Die Kartellkammer des Landgerichts Hamburg gab am 7. September 2016 der Klage verschiedener Radiosender statt, die von Schalast vertreten wurden. Aufgrund diskriminierender Verhaltensweisen des Marktführers für Radiowerbung, der RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG, entschied das Gericht, dass die klagenden Radiosender in bestehende Vermarktungskombinationen aufzunehmen und zu gleichen Bedingungen zu vermarkten sind (LG Hamburg, Urteil vom 7. September 2016, Az.: 408 HKO 162/13).

Nicht die erste Kartellklage gegen RMS

Die Kläger sind die Betreibergesellschaften unter anderem der lokalen Radiosender Radio Cottbus 94.5 und Radio Potsdam 89.2 und zählen allesamt zu der mittlerweile 16 Radiosender umfassenden "The Radio Group". Die beklagte RMS vermarktet als größter Anbieter nationale Werbezeiten sowie Online- und Audioangebote von privaten Radiosendern aus dem gesamten Bundesgebiet sowie Webradios und ist im Bereich des privaten Rundfunks Marktführer.

Gemeinsam mit ihrer Konkurrentin, der AS&S Radio, die Werbezeiten hauptsächlich von öffentlich-rechtlichen Radiosendern vermarktet, kommt sie auf einen Marktanteil von geschätzt über 90 Prozent. Aus diesem Grund sah sie sich auch in der Vergangenheit häufig mit kartellrechtlichen Vorwürfen konfrontiert.

Vorwurf der willkürlichen Anpassung

In dem hiesigen Verfahren warfen die Betreibergesellschaften der RMS vor, die Lokalradios zu diskriminieren und grundlos nicht in die Vermarktung aufzunehmen. Ihre Ansprüche stützten die Lokalsender insbesondere auf den Vorwurf, dass die RMS in der Vergangenheit die von ihr selbst aufgestellten Aufnahmekriterien nicht einheitlich gehandhabt habe, auf von ihren Gesellschaftern betriebene Radiosender nicht anwende und zudem willkürlich anpasse.

Darüber hinaus warfen die lokalen Radiosender der RMS vor, sie trotz Erfüllung der Aufnahmekriterien bereits im Jahr 2011 nicht in die Vermarktung aufgenommen zu haben, um die Marktposition ihrer Gesellschafter weiter zu stärken. Ihre Ansprüche stützten die lokalen Radiosender insbesondere auch auf die marktbeherrschende Position der RMS und hiermit verbundene Pflichten gegenüber dem Marktes und des Wettbewerbs

Aufnahmeanspruch bereits seit 2012

Das Landgericht Hamburg ist der Argumentation der Lokalsender gefolgt und hat nunmehr entschieden, dass die RMS die lokalen Radiosender sowohl in eine regionale als auch in eine nationale Vermarktungskombination zu marktüblichen Konditionen aufnehmen hat. Ferner wurde festgestellt, dass den Radiosendern dieser Aufnahmeanspruch bereits ab dem Jahr 2012 zustand.

Ramón Glaß ist Rechtsanwalt bei der Kanzlei Schalast & Partner. Gegründet im Jahr 1998 als Boutique für M&A und TMT berät die Kanzlei auch heute noch schwerpunktmäßig in diesen Bereichen.

Darüber hinaus hat sich das Beratungsportfolio zwischenzeitlich erweitert, sodass nunmehr das gesamte Wirtschaftsrecht abgedeckt wird. Der FRK wurde bereits in früheren Verfahren vor dem Bundeskartellamt, der Bundesnetzagentur und den ordentlichen Gerichten von der Kanzlei Schalast & Partner beraten. Professor Dr. Christoph Schalast besetzt seit Juni 2015 zudem die Stelle als Justiziar des FRK.

E pluribus Unum... oder Einigkeit macht stärker

Heinz-Peter Labonte

Beim FTTH-Council und dessen diesjährigem Symposium am 7. September 2016 in Berlin ist etwas Bemerkenswertes gelungen: Wesentliche Verbände der Anbieter von breitbandigen Infrastrukturen vertraten die sie verbindenden Anliegen gemeinsam gegenüber Politik und Institutionen.

Dies zeichnete sich schon bei den Initiativen zu den Vectoring-Vorgängen zwischen Deutscher Telekom und Bundesnetzagentur ab. Haben sich doch immerhin auf Initiative der Branchenverbände VATM, Breko und Buglas bis zu 25 Verbände aufgerafft, sich bezüglich der Vectoring-Initiativen der Telekom bei der Bundesbehörde bei der EU-Kommission zu beschweren.

Vorwärts Kameraden, wir müssen zurück!

Das hat nur leider bisher wenig in der Sache genutzt, denn auch bei der EU gilt: "Vorwärts Kameraden, wir müssen zurück!" Zurück nämlich zu den über 100 Jahre alten Ursprüngen der Telekommunikation, der Kuper-Zweidrahttechnik. Warum nicht zugunsten der Staatsbeteiligungsfirma diese "zukunftsweisende" Technologie auch nochmals zum x-ten Male amortisieren und damit die Dividendenprüfde des Staatshaushalts gleichzeitig gegen den lästigen Wettbewerb stärken? Schließlich weiß auch der deutsche Digitalkommissar, was dem deutschen Staatshaushalt und seinem schwäbischen Parteifreund in der Funktion des Finanzministers hilft.

Fazit

Wenn nunmehr auch die Vielzahl der ideellen Partner während des [FRK-Breitbandkongresses](#) den Trend zur Gemeinsamkeit der unabhängigen Anbieter von Breitbandinfrastrukturen weiterverfolgt, muss zwar nicht unbedingt aus Vielen Eins werden. Aber bei der Durchsetzung der stattlichen Zahl gemeinsamer Interessen gegenüber oftmals ignoranten Adressaten macht Einigkeit tatsächlich stärker. Würde nämlich das Vectoring-Verhalten Schule machen, könnte am Ende der Aufbruch in die Gigabit-Gesellschaft fürs autonome Fahren die Wiedereinführung der Postkutsche von Thurn und Taxis bedeuten. Weil Nostalgie einfach Politik, Behörden und Monopolisten weniger stört.

Neues vom BLTV

Lokal-TV-Kongress fordert Grundsatzentscheidung über den Wert lokaler Berichterstattung

Im Abschlusspanel des Lokal-TV-Kongresses 2016 waren sich alle Teilnehmer des Podiums einig, dass Lokal-TV eine hohe gesellschaftliche Bedeutung und das Potenzial für die Übernahme eines Grundversorgungsauftrags hat. Jedoch müsse diese Einschätzung von der gesamten Gesellschaft getragen und könne erst dann gegebenenfalls auch strukturell unterstützt werden. Daher ruft der Lokal-TV-Kongress Akteure der Sender, der Verbände, der Landesmedienanstalten und der Medienpolitik zur Bildung eines Runden Tisches auf – mit dem Ziel, Antworten auf folgende drei Fragestellungen zu finden:

Brauchen wir für die Schaffung von Meinungsvielfalt und die Kommunikation des politischen Diskurses zu den Menschen lokale Berichterstattung bzw. Lokal-TV? Wenn ja, wie lässt sich die dafür notwendige Existenz lokaler Medien kurz- und langfristig sichern? Welche einheitlichen Qualitätsstandards müssen für die lokale Medienberichterstattung bzw. das Lokal-TV Programm verbindlich gelten und wie soll die Erfüllung kenntlich gemacht werden?

"Ohne Qualität kommen wir nicht weiter. Den Job müssen alle Sender erfüllen, das ist unsere Hausaufgabe. Wir müssen außerdem den Nachweis antreten, wie wichtig wir sind", so Horst Waschke, Vorstand des Brandenburgischen Fernsehnetzes (BFN). "Auf keinen Fall sollten wir uns als Lokal-TV-Sender in der aktuellen Situation einrichten. Wir haben schon zu viel Zeit verloren und brauchen eine Antwort darauf, ob es sich lohnt, weiterzumachen." Auch René Falkner vom Bundesverband Lokal-TV (BLTV) sieht das so und ergänzt: "Wir dürfen nicht stehen bleiben, sondern müssen uns kontinuierlich weiterentwickeln. Die Grundsatzfrage muss dennoch gestellt und die Politik auf eine Antwort festgenagelt werden. Das kann aber nur gelingen, wenn wir die Schlagkraft erhöhen, indem wir uns noch besser organisieren und mit einer Stimme sprechen."

Als Vertreter der Medienpolitik sieht Malte Krückels, Staatssekretär für Medien und Bevollmächtigter des Freistaats Thüringen, den Kongress als einen guten Anfang, gemeinsame Interessen zu artikulieren. Er würdigt auch die Bedeutung von Lokal-TV für die regionale Informationsversorgung. Zudem will er die angesprochenen Diskussionspunkte auf politischer Ebene mit Amtskollegen auch anderer Bundesländer erörtern. Er wies aber gleichzeitig darauf hin, dass Änderungen der

Fördersituation mittelfristig wenig Aussicht auf Erfolg hätten. Vielmehr empfahl er den Sendern, sich um die bessere Auffindbarkeit von Lokal-TV zu kümmern und den journalistischen Mehrwert des Programms gegenüber unreflektierten Meinungen insbesondere in den sozialen Netzwerken besser kenntlich zu machen.

Dass die Finanzierung der Sender prekär ist, machten einige Wortmeldungen deutlich, wonach der überregionale Werbemarkt kaum mehr existent sei und die Werbewirtschaft insgesamt anders funktioniere als Lokal-TV. In Bezug darauf sowie auf den allgegenwärtigen Diskussionspunkt Förderung stellte Martin Heine, Direktor der Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA), noch einmal den engen Rahmen dar, dessen Möglichkeiten die Landesmedienanstalten etwa mit Zuschüssen zu Verbreitungskosten vollumfänglich nutzen. Hier würde sehr unmittelbar auch das Thema HDTV-Produktion, -Verbreitung und -Einspeisung in die Kabelnetze anstehen, was auch BLTV-Vorsitzender Falkner sofort bestätigte. HDTV sei mehr und mehr erforderlich, um die Auffindbarkeit und Treue der Zuschauer zumindest stabil zu halten. Die Initiative eines Runden Tisches begrüßte Heine ausdrücklich und versprach die aktive Begleitung dieses Prozesses sowie die gemeinsame Adressierung der Politik seitens der Landesmedienanstalten.

Abschließend lässt sich somit feststellen, dass es dem Lokal-TV-Kongress (<http://www.lokal-tv-kongress.de>) erneut gelungen ist, nicht nur zu diskutieren, sondern auch konkrete Aufgabenstellungen abzuleiten. Diesen Impuls gilt es nun in konkrete Arbeitsschritte umzusetzen, um spätestens im nächsten Jahr mit den Ergebnissen umgehen zu können bzw. diese im Rahmen des nächsten Lokal-TV-Kongresses weiterzuentwickeln.

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

FRK-Breitbandkongress beleuchtet Branchentrends

Die aktuellen Entwicklungen und Perspektiven des Kabel- und Breitbandmarkts stehen im Mittelpunkt des FRK-Breitbandkongresses, der am 10. und 11. Oktober 2016 im Congress Center Leipzig stattfindet. Die Vorträge und Diskussionsrunden beleuchten die Anforderungen an die Breitbandnetze der Zukunft seitens der Nutzer und Betreiber, die rechtlichen Rahmenbedingungen vom Urheberrecht bis zur Routerfreigabe, vom DigiNetz-Gesetz bis zur EU-Datenschutzgrundverordnung und das vor allem im Mittelstand aktuelle Thema der Unternehmensnachfolge. Weitere Themen sind WLAN-Hotspots und Störerhaftung, die Anforderungen an Gigabit-Netze in Gebäuden, die Umstellung auf DVB-T2 HD sowie die Vergaberechtsverordnung und ihre Konsequenzen. Zu den Referenten und Diskussionsteilnehmern zählen Guido Schwarzfeld (Deutsche Telekom), Tim Brauckmüller (Breitbandbüro des Bundes), Dietmar Schickel (DSC Consulting), Olaf Kroll (Magine TV), Veit Olischläger (Projektbüro DVB-T2 HD Deutschland), Christoph Schalast (Schalast & Partner) und Klaus-Peter Tiemann (RFT Brandenburg).

Infos & Anmeldung: <http://www.breitbandkongress-frk.de>

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Digitalisierung der TV-Haushalte schreitet voran

Der Anteil der digitalen TV-Haushalte ist in Deutschland auf 92,3 Prozent gestiegen - das entspricht rund 35 Millionen Haushalten. Beim Kabelnetz, dem letzten analogen Verbreitungsweg, legte die Zahl der Digitalhaushalte in den vergangenen zwölf Monaten von 72,5 Prozent auf 82,1 Prozent zu, wie aus dem [Digitalisierungsbericht 2016](#) der Landesmedienanstalten hervorgeht. Nur noch 2,9 Millionen Kabelhaushalte schauen ausschließlich analoges Fernsehen. Vor einem Jahr waren es noch 4,5 Millionen. Die für 2018 angepeilte bundesweite Analogabschaltung im Kabelnetz gerät damit in Sichtweite. Als erster Kabelnetzbetreiber macht Unitymedia bereits am 30. Juni 2017 mit dem analogen Fernsehen Schluss.

Die Verteilung der Empfangswege bleibt weitgehend unverändert: Satellit und Kabel liegen mit 46,5 Prozent beziehungsweise 45,9 Prozent der Haushalte vorne, gefolgt von DVB-T (9 Prozent) und IPTV (6,2 Prozent). Der Anteil der Haushalte, die HD-Programme empfangen, stieg von 48,1 Prozent auf 53,1 Prozent. Der HD-Empfang der Privatsender konnte hingegen kaum zulegen und bewegt sich mit 19,8 Prozent weiterhin auf niedrigem Niveau (2015: 18,8 Prozent). In Zahlen ausgedrückt, empfangen 20,2 Millionen Haushalte HD-Fernsehen, 7,5 Millionen auch die privaten Programme in HD. Hier macht sich deutlich bemerkbar, dass die öffentlich-rechtlichen Sender kostenfrei und unverschlüsselt angeboten werden, während die privaten TV-Veranstalter für die HD-Versionen ihrer werbefinanzierten Free-TV-Sender via Kabel, Satellit, IPTV und ab 2017 auch DVB-T2 von den Zuschauern Empfangsentgelte verlangen.

Freenet plant IPTV-Plattform waipu.tv

Das Medienunternehmen Freenet will im vierten Quartal 2016 eine eigene IPTV-Plattform starten, die herkömmliches Fernsehen, Video-on-Demand, Online-Spiele und Streaming-Dienste umfasst. Grundlage soll die Infrastruktur und Technologie des Glasfaseranbieters Exaring bilden, an dem sich

Freenet im Frühjahr 2016 mit 25 Prozent beteiligt hat. Geschäftsführer von Exaring ist Christoph Bellmer, der für den Kabelnetzbetreiber Unitymedia die Satellitenplattform Arena aufbaute und später beim Medienkonzern ProSiebenSat.1 die Online-Videothek maxdome und das Digitalgeschäft leitete.

Die IPTV-Plattform waipu.tv soll rund 100 TV-Sender umfassen, darunter alle öffentlich-rechtlichen Programme, Privatsender, Spartenkanäle und ausländische Sender - ein Großteil in HD-Qualität. Die Zuschauer können die laufenden Sendungen pausieren; auch ein virtueller Videorekorder (Network-PVR) wird angeboten. Der elektronische Programmführer empfiehlt Sendungen, die auf den individuellen Zuschauergeschmack zugeschnitten sind. Das IPTV-Angebot, das sich seit Mai 2016 im Betatest befindet, soll das DVB-T2-Paket Freenet TV ergänzen, das das Unternehmen am 29. März 2017 startet. Freenet hatte dazu im Frühjahr 2016 den DVB-T2-Plattformbetreiber Media Broadcast übernommen.

Eusanet und Eutelsat bringen Glasfaserinseln auf dem Land ans Netz

Der Breitband-Internet-via-Satellit-Anbieter Eusanet und Eutelsat Broadband, die Breitbandtochter des Satellitenbetreibers Eutelsat, haben in der sächsischen Gemeinde Sayda im Ortsteil Ullersdorf eine neue Lösung eingerichtet, die satellitengestützte Breitbanddienste mit dem örtlichen Glasfasernetz verbindet. Mit der technischen Übergangslösung können Kommunen bereits jetzt Möglichkeiten nutzen, in lokale Glasfaserinfrastrukturen zu investieren. Das FTTH-Netz lässt sich sofort für Satellitenbreitband einsetzen, auch wenn der eigentliche technische terrestrische Anschluss der Kommune an weiterführende Glasfasernetze erst zu einem späteren Zeitpunkt erfolgt.

Das FTTH-Netz in Ullersdorf wurde in den vergangenen Monaten von der dortigen Dorfgemeinschaft mit ortsansässigen Unternehmen und einem Elektrobetrieb aufgebaut. Betreiber des Netzes ist Eusanet. Das fränkische Unternehmen und Eutelsat Broadband haben dieses lokale Versorgungsnetz nun für schnelle Breitbanddienste über den Eutelsat-Satelliten KA-SAT (9° Ost) ans Internet angebunden. Durch die Kombination von Satellit und Glasfaser lassen sich Haushalte mit schnellen Internetanschlüssen von bis zu 30 Mbit/s im Downlink und bis zu 5 Mbit/s im Uplink versorgen. Für Unternehmen hält Eusanet einen Dienst bereit, der im Download bis zu 50 Mbit/s und im Upload bis zu 10 Mbit/s ermöglicht.

Am Tag der Inbetriebnahme wurden 17 Kunden an das vom Satelliten versorgte Glasfasernetz angeschlossen, weitere sollen folgen. Insgesamt ist das Glasfasernetz zu 45 Haushalten und Unternehmen in Ullersdorf verlegt. Im zweiten Schritt plant Eusanet kurzfristig die Bereitstellung von IP-gestützten Telefonie-Diensten. Zu einem späteren Zeitpunkt ist auch die Versorgung der angeschlossenen Haushalte mit digitalen TV-Programmen in SD und HD-Qualität via Glasfaser angedacht.

Herzstück der neuen Ortsversorgung sind sende- und empfangsfähige Satellitenschüsseln für die Verbindung zu KA-SAT. Dieser stellt die notwendigen Bandbreiten für die ans FTTH-Netz angeschlossenen Kunden bereit. Im Ort selbst vervollständigen an einem zentralen Eingabepunkt ins Glasfasernetz ein Server, ein Router sowie Sat-Modems die Lösung.

"Dies ist nach unserem Wissen die allererste technische Lösung in Europa, die den Satelliten für eine Ortsnetzversorgung mit der Glasfaser kombiniert. Dank unseres Know-hows sowie der vorhandenen Breitbandkapazitäten auf KA-SAT konnten wir die Lösung rasch mit dem örtlichen FTTH-Netz kombinieren und in den Betrieb nehmen", sagte Stephan Schott, Geschäftsführer von Eusanet. "Die Lösung ist zugleich ein wichtiges Signal für alle kleinen Gemeinden in mit Breitband unterversorgten Regionen. Denn diese können heute schon in Eigeninitiative FTTH-Netze aufbauen und sofort für schnelle, leistungsfähige Breitbanddienste nutzen, bis ein finanzierbarer Glasfaseranschluss an regionale und überregionale Backbones erfolgt."

Ultra-HD-Sender von Sky starten auf Astra

Der Satellitenbetreiber SES wird die beiden Fernsehkanäle, die der Pay-TV-Veranstalter Sky im Herbst 2016 in Ultra HD startet, für Satellitenhaushalte über Astra (19,2° Ost) verbreiten. Sky Sport Bundesliga UHD wird an jedem Bundesliga-Spieltag eine Partie im neuen Bildformat live ausstrahlen, während bei Sky Sport UHD ausgewählte Spiele der UEFA Champions League in Ultra HD live übertragen werden. "Sky-Kunden werden die ersten sein, die die besten Fußballspiele in Deutschland und Österreich live in Ultra HD sehen können. Sie erhalten das beste Programm in bestmöglicher Qualität - und das vor allen anderen. Dabei vertrauen wir auf unseren langjährigen Partner SES, um eine zuverlässige und kontinuierliche Ausstrahlung unserer exklusiven Ultra-HD-Inhalte sicherzustellen und damit gleichzeitig neue Türen für die Zukunft des Fernsehens zu öffnen", sagte Stefan Kunz, Vice President Broadcast Services bei Sky Deutschland, in München. Die beiden Sky-Ultra-HD-Sender sollen künftig auch in Kabelnetze eingespeist werden.

Ultra HD auf Wachstumskurs

Ein Viertel (25 Prozent) der 3,3 Millionen im ersten Halbjahr 2016 in Deutschland verkauften Fernseher eignet sich für Ultra HD. Insgesamt stehen zwei Millionen TV-Geräte, die das neue Bildformat empfangen können, in deutschen Haushalten, wie die Deutsche TV-Plattform und der Zentralverband

Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI) unter Berufung auf aktuelle Zahlen von GfK Retail & Technology mitteilten. "Damit ist im Jahr 2016 Ultra HD im deutschen Markt angekommen", sagte Kai Hillebrandt, Mitglied des Vorstands des Fachverbands Consumer Electronics im ZVEI. "Mittlerweile sind auch im Mittelklassenpreissegment zahlreiche Ultra-HD-TV-Modelle erhältlich." Gleichzeitig wächst die Anzahl der Ultra-HD-Fernseher. "Erste frei empfangbare Ultra-HD-TV-Kanäle sind seit der IFA 2015 in Deutschland verfügbar, für Herbst 2016 ist ein Pay-TV-Angebot in entsprechender Auflösung angekündigt", sagte André Prahl, Vorsitzender des Vorstands der Deutschen TV-Plattform.

Der Pay-TV-Veranstalter Sky überträgt ab Herbst 2016 Live-Spiele der Fußball-Bundesliga und UEFA Champions League in Ultra HD, später sollen weiterer Live-Sport sowie Spielfilme und Serien dazukommen. Video-on-Demand-Anbieter wie Netflix, Amazon und Wuaki.tv stellen in Deutschland insgesamt bereits mehr als 200 Filme und Serien in Ultra HD bereit; als Blu-ray-Discs sind über 50 Titel im neuen Bildformat erhältlich. Die Verbraucher haben zudem die Möglichkeit, selbst Inhalte in Ultra-HD-Qualität aufzunehmen. Bislang wurden laut GfK bereits 13 Millionen Ultra-HD-aufnahmefähige Smartphones, 600.000 Camcorder und 160.000 Digitalkameras verkauft.

RTL Nitro zeigt Autoshow in Ultra HD

RTL Nitro hat drei Folgen seiner Spielshow "Nitro Autoquartett" im neuen Bildformat Ultra HD produziert. Die Satellitenplattform HD+ zeigt die Ausgaben parallel zur Ausstrahlung bei RTL Nitro, wo sie in herkömmlicher (SD) und hoher (HD) Bildauflösung läuft, auf ihrem Ultra-HD-Kanal [UHD1](#) by HD+ auf Astra (19,2° Ost). Die erste in Ultra HD gedrehte Folge ist am 21. Oktober 2016 um 21.15 Uhr zu sehen, die beiden weiteren am 4. und 18. November 2016.

In dem von Motor Presse TV produzierten "Nitro Autoquartett" fordern sich Prominente in unterschiedlichen Spielrunden in ihren Fahrzeugen gegenseitig heraus, etwa in Slalomaktionen oder Geschicklichkeitsparcours. Gäste der neuen Staffel sind unter anderem Mario Basler, Ulf Kirsten und Attila Heilmann; Moderator ist Nils Bomhoff ("Rocket Beans", "GIGA", "Game One").

Mit RTL Nitro erprobt erstmals ein Sender der Mediengruppe RTL Deutschland die Produktion und Verbreitung von Inhalten in Ultra HD. Immer mehr Haushalte legen sich die entsprechende Empfangsausrüstung zu: Ein Viertel der im ersten Halbjahr in Deutschland verkauften Fernseher eignete sich für das neue Bildformat. Zur Jahresmitte standen rund zwei Millionen Ultra-HD-Fernseher in deutschen Haushalten, bis Jahresende erwarten die Marktforscher 3,5 Millionen.

Christoph Mühleib wird Astra-Deutschland-Chef

Christoph Mühleib wird zum 1. Januar 2017 neuer Geschäftsführer von Astra Deutschland. Bei der luxemburgischen Muttergesellschaft SES übernahm Mühleib zudem zum 1. September 2016 die Position des Vice President Sales and Marketing für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Mühleib, der seit 2003 bei der SES arbeitet, war zuletzt Vice President Sales der Technik-Tochter SES Platform Services (heute MX1). Mühleib tritt die Nachfolge von Wolfgang Elsässer an, der den Satellitenbetreiber zum 1. Mai 2016 verlassen hatte und zur Deutschen Telekom wechselt, wo er als Bereichsleiter internationale Commerce-Themen vorantreiben soll. Norbert Hölzle, Senior Vice President Commercial Europe der SES, übernahm seitdem die Aufgaben Elsässers zusätzlich zu seinen bisherigen Funktionen.

Hans Demmel wird VPRT-Vorstandschef

Der Vorstand des Verbands Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) hat auf der jüngsten Mitgliederversammlung Hans Demmel für die nächsten zwei Jahre zu seinem Vorsitzenden gewählt. Der Geschäftsführer des Nachrichtenkanals n-tv tritt die Nachfolge von Tobias Schmid (Mediengruppe RTL Deutschland) an, der das Amt seit 2012 innehatte. Schmidt wird Anfang 2017 neuer Direktor der nordrhein-westfälischen Landesanstalt für Medien (LfM). "Wir starten von einer hervorragenden Basis und werden nicht nachlassen, die medien- und ordnungspolitischen Rahmenbedingungen für unsere Branche zu optimieren", sagte Demmel in Berlin. "Die audiovisuelle Wirtschaft ist von herausragender Bedeutung für die Kreativwirtschaft insgesamt." Julian Geist (ProSiebenSat.1) wurde erneut zum Vorsitzenden des Fachbereichs Fernsehen und Multimedia des VPRT gewählt. Im Amt bestätigt wurde auch Klaus Schunk (Radio Regenbogen) als Vorsitzender des Fachbereichs Radio und Audiodienste, ebenso Holger Enßlin (Sky Deutschland) als Schatzmeister. Die Wahlperiode beträgt jeweils zwei Jahre.

Sky startet "Star Wars"-Kanal

Der Pay-TV-Veranstalter Sky bietet "Star Wars"-Fans nach 2014 erneut einen eigenen Sender rund um die Weltraumsaga. Vom 10. bis 23. Oktober 2016 macht Sky Hits Platz für Sky Cinema Star Wars HD. Zwei Wochen lang laufen auf dem Pop-up-Channel alle "Star Wars"-Filme von Lucasfilm und Disney sowie über 40 Featurettes und Dokumentationen, die Einblicke hinter die Kulissen liefern. In zwei Folgen der Sky-Eigenproduktion "Im Leben von..." kommen Anthony Daniels und Kenny Baker zur Wort, besser bekannt als Roboter C-3PO und R2-D2. Höhepunkt ist die deutsche TV-Erstaussstrahlung der jüngsten Produktion "Star Wars: Das Erwachen der Macht" (2015) am 16. Oktober 2016. Neben der herkömmlichen Sky-Plattform ist der Sender auch mobil und auf Abruf bei Sky Go und Sky On Demand zu sehen. "Star Wars"-Fans, die kein reguläres, langfristiges Sky-Abonnement abschließen wollen,

können das Programm über das Web-TV-Portal Sky Ticket verfolgen. Zuletzt bot Sky die Pop-up-Channels Sky 007 HD, Sky Thrones HD und Sky Disney Prinzessinnen HD an, weitere sollen folgen.

AXN verlässt Sky-Plattform

Der Action- und Unterhaltungskanal AXN stellt seine Verbreitung bei Sky in Deutschland und Österreich am 24. Oktober 2016 ein. Die Entscheidung hätten beide Parteien einvernehmlich getroffen, teilten Sky Deutschland und die AXN-Betreibergesellschaft Sony Pictures Television Networks in München mit. Gründe wurden nicht genannt. AXN bleibt über alle anderen Plattformpartner via Kabel und IPTV in Deutschland, Österreich und der Schweiz empfangbar, darunter Vodafone (ehemals Kabel Deutschland), Unitymedia, Deutsche Telekom und Swisscom. Damit ist kein Sony-Pictures-Television-Networks-Sender mehr bei Sky verfügbar. Animax wandelte sich am 1. Juli 2016 in einen Video-on-Demand-Dienst um und verschwand bei Sky, während Sony Entertainment Television nur via Kabel und IPTV zu empfangen ist.

Die Zahl der Drittsender bei Sky sinkt damit weiter. Zum 30. Juni 2016 hatten sich bereits die Pay-TV-Kanäle von ProSiebenSat.1 - Sat.1 emotions, kabel eins classics und ProSieben Fun - von der Plattform zurückgezogen. Im Gegenzug nimmt Sky weitere hauseigene Sender an Bord: Am 21. Juli 2016 startete der Kunst- und Kulturkanal Sky Arts, am 22. September 2016 folgte der Spielfilmkanal Sky Cinema Family und am 3. November 2016 der Unterhaltungskanal Sky 1. Ab Herbst 2016 bietet Sky zudem zwei Sportkanäle in Ultra HD, die ausgewählte Live-Spiele der Fußball-Bundesliga und UEFA Champions League im neuen Bildformat übertragen.

Fox und Nat Geo Wild starten bei Entertain TV

Der Programmveranstalter Fox Networks Group Germany erweitert seine Zusammenarbeit mit der Deutschen Telekom. Die Kunden der IPTV-Plattform Entertain TV können ab sofort den Seriensender Fox und den Dokumentationskanal Nat Geo Wild empfangen. Der National Geographic Channel ist bereits im TV-Angebot der Telekom vertreten. Fox ist im Pay-TV-Paket "Film" enthalten, Nat Geo Wild ebenso wie der National Geographic Channel im Abo-Bouquet "Doku". Alle drei Sender sind zudem ins Pay-TV-Paket "Big TV" eingebunden.

RTL und Sky erwerben Bundesliga-Rechtepakete

Die Deutsche Fußball Liga (DFL) hat die beiden verbliebenen Rechtepakete der Ausschreibung der nationalen Bundesliga-Rechte für die vier Spielzeiten von 2017/18 bis 2020/21 vergeben. Die Mediengruppe RTL Deutschland sicherte sich die Zusammenfassung aller Spiele der Bundesliga und 2. Bundesliga von Freitag bis Montag im Free-TV montags zwischen 22.15 Uhr und Mitternacht. Die Ausstrahlung soll bei RTL Nitro erfolgen. RTL erwirbt damit erstmals seit 1992 wieder Bundesliga-Rechte. Der Pay-TV-Veranstalter Sky erhielt die Rechte für die zeitversetzte Highlight-Berichterstattung von den Spielen der 2. Bundesliga im Free-TV am Freitag im Sendefenster zwischen 22.30 Uhr und Mitternacht sowie am Sonntag zwischen 19.30 und 21.15 Uhr. Die Berichte werden beim Sportnachrichtenkanal Sky Sport News HD zu sehen sein, der ab Dezember 2016 unverschlüsselt sendet. Die beiden Rechtepakete waren bei der jüngsten Ausschreibung nicht vergeben worden, weil die Gebote nicht den Vorstellungen der DFL entsprachen. Was RTL und Sky dafür zahlen, ist nicht bekannt.

Unitymedia steigert Anteil der Digitalhaushalte

88,4 Prozent der Kunden des Kabelnetzbetreibers Unitymedia schauen im Juni 2016 digitales Fernsehen. Vor einem Jahr lag der Anteil der Digitalhaushalte noch bei 76,9 Prozent. Bis zur Abschaltung des analogen Fernsehens in seinem Kabelnetz am 30. Juni 2017 will Unitymedia den Anteil auf 95 Prozent steigern. Von den drei von Unitymedia versorgten Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg liegt Hessen mit einem Digitalisierungsgrad von über 90 Prozent an der Spitze, wie aus einer Untersuchung von TNS Infratest für das Unternehmen hervorgeht. In der hessischen Stadt Hanau vollzog Unitymedia im Rahmen eines Pilotprojekts bereits am 20. September 2016 die Analogabschaltung.

Unitymedia ist die erste Kabelgesellschaft in Deutschland, die komplett auf [Digitalfernsehen](#) umsteigt. Die Tochter des internationalen Medienkonzerns Liberty Global verkleinert bereits seit 1. Juli 2015 ihr analoges TV-Angebot und nimmt im Gegenzug weitere digitale TV- und HD-Programme in ihr Kabelnetz auf. Das Unitymedia-Schwesterunternehmen UPC in der Schweiz hat die Analogschaltung bereits im Juli 2015 durchgeführt, UPC Österreich folgt Anfang 2017.

Unitymedia baut Free-TV-Angebot aus

Unitymedia speist ab sofort drei neue unverschlüsselte Fernsehsender in sein Kabelnetz ein. Die Dokumentationskanäle kabel eins Doku und N24 Doku sind in allen drei versorgten Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg zu empfangen. Der Regionalsender Baden TV HD wird nur in Baden-Württemberg angeboten. Im Pay-TV-Paket "Digital TV Türkisch" ersetzt zudem CNN Türk den bisherigen Sender TGRT EU, im Radioangebot ersetzt Slow Türk die Station Alem FM. Auf einer neuen, eigens [einggerichtete Webseite](#) informiert Unitymedia seine Kunden über geplante Änderungen der Programmbelegung im Kabelnetz.

Flüchtlingsfernsehen H2D auf Sendung

Handshake2Deutschland (H2D), das multimediale Integrations- und Informationsangebot für Flüchtlinge und Helfer, hat den Fernsehsender H2D gestartet. Das frei empfangbare, mehrsprachige Programm wird im Kabelnetz von Unitymedia sowie für Satellitenhaushalte über Astra (19,2° Ost) ausgestrahlt. Die technische Abwicklung (Uplink und Playout) übernimmt MX1 (ehemals SES Platform Services), die Technik-Tochter des Astra-Satellitenbetreibers SES. Das Projekt ist nach Angaben der Betreiber nur durch die Unterstützung von Unitymedia und Astra möglich geworden.

[H2D](#) ist ein Joint Venture der Medienunternehmen High View und Apfel TV Kontor und soll als gemeinnütziges, nichtkommerzielles Projekt betrieben werden. Zum Sendestart wurden mehrere Inhalte-Partner gewonnen, darunter TV-Unternehmen wie France 24 und Euronews. Darüber hinaus gibt es Partnerschaften mit Anbietern von Erklärfilmen wie "Goldene Zeiten", "Deutschland für Anfänger" oder "MaroWeltShow". "Die Integration von Flüchtlingen ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, bei der auch Medienunternehmen unterstützen können", sagte H2D-Geschäftsführer Frank Apfel. "H2D soll dabei helfen, dass Flüchtlinge sich schnell in der deutschen Gesellschaft zurechtfinden. Dabei vermittelt der Sender deutsche Lebenskultur und die Werte, auf denen unser Grundgesetz beruht." Neben Programmen auf Deutsch gibt es Nachrichten und Magazine in Englisch und Arabisch, die über das Weltgeschehen und andere Themen informieren.

Der Sender startet zunächst mit einer Programmschleife, die täglich aktualisiert wird. Zum Sendebeginn umfasst das Programm Erklärfilme, die Flüchtlingen Erstunterstützung geben sollen und Aspekte des Lebens in Deutschland erläutern. In der eigenproduzierten Sendung "Studio H2D" werden Gäste interviewt sowie Medien-, Informations- und Sprachangebote für Flüchtlinge, insbesondere Webseiten und Mobile-Apps, vorgestellt und bewertet. Darüber hinaus erhalten Flüchtlinge die Möglichkeit, sich Arbeitgebern für einen Job zu präsentieren.

Media Broadcast betreibt DVB-T2-Sendernetz für ARD/ZDF

Media Broadcast wird das DVB-T2-Sendernetz für ARD und ZDF aufbauen und betreiben, über das die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bis zu 20 TV-Sender in Full-HD-Qualität (1080p50) ausstrahlen werden. Der technische Dienstleister, der dazu mehrjährige Verträge schloss, setzt damit seine Übertragungsleistungen für die ARD-Landesrundfunkanstalten und das ZDF nach der Umstellung der terrestrischen TV-Versorgung auf DVB-T2 fort. Media Broadcast übernimmt zudem die Signalführung für die meisten ARD-Anstalten und das ZDF zu den DVB-T2-Sendeanlagen - für die ARD über das ARD-Distributionsnetz und für das ZDF über das hauseigene Media-Broadcast-Glasfasernetz (Backbone). Die Signale werden rund um die Uhr am Network Operation Center (NOC) von Media Broadcast überwacht.

Bei dem DVB-T2-Sendernetz, das am 29. März 2017 den regulären Betrieb aufnimmt, kommt weltweit erstmals der neue DVB-T2-Übertragungsstandard in Verbindung mit dem Komprimierungsverfahren HEVC zum Einsatz. Während die öffentlich-rechtlichen Programme unverschlüsselt verbreitet werden, sind die meisten Privatsender auf der von Media Broadcast betriebenen Plattform Freenet TV verschlüsselt und werden zum jährlichen Bezugspreis von 69 Euro angeboten. Seit 31. Mai 2016 wird in Ballungsgebieten bereits ein vorläufiges DVB-T2-Paket angeboten, das Das Erste HD, ZDF HD, RTL HD, Sat.1 HD, ProSieben HD und VOX HD umfasst. Die Privatsender sind bis zum Start des Regelbetriebs kostenfrei empfangbar. Insgesamt sollen rund 40 TV-Sender in Full-HD-Qualität via DVB-T2 ausgestrahlt werden, je zur Hälfte private und öffentlich-rechtliche Programme.

ARD ersetzt EinsPlus durch One via DVB-T

Die ARD ersetzt in ihrem digitalen terrestrischen TV-Angebot (DVB-T) ab 1. Oktober 2016 den Digitalkanal EinsPlus durch One - Eins für Euch (ehemals Einsfestival). Grund für die Umstellung ist das junge Angebot, das ARD und ZDF am gleichen Tag starten. Im Gegenzug werden EinsPlus und ZDFkultur am 30. September 2016 eingestellt. Die Aufschaltung von [One](#) erfolgt in den Bundesländern Bayern, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz, denn bislang wurde EinsPlus nur vom Bayerischen Rundfunk und Südwestrundfunk in ihren Sendegebietern per DVB-T verbreitet. In den Bundesländern, in denen Einsfestival schon bislang per DVB-T ausgestrahlt wurde, ergeben sich keine Änderungen.

Einsfestival wurde am 3. September 2016 in One - Eins für Euch umbenannt und will mit internationalen Serien, Musikfestivals und Sport vor allem Zuschauer zwischen 30 und 49 Jahren ansprechen. Angestrebt wird eine Zusammenarbeit mit dem ARD/ZDF-Jugendprogramm, das als reines Web-TV-Angebot startet. ZDFkultur wurde bislang nicht per DVB-T verbreitet, so dass die Abschaltung des Senders keine Auswirkungen auf das terrestrische ZDF-Digitalpaket hat.

Deutsche Telekom startet mobiles Live-TV-Angebot

Die Deutsche Telekom hat ein mobiles TV-Streaming-Angebot gestartet, das rund 40 Sender auf Smartphones und Tablets bringt, darunter alle großen öffentlich-rechtlichen und privaten Programme. Jeder Nutzer kann bis zu vier Endgeräte für Entertain TV mobil anmelden, auch Computer und Laptops, für die ein Zugang [per Browser](#) geschaffen wurde. Das Angebot, das auch einen Cloud Recorder für eigene TV-Aufnahmen umfasst, ist für Kunden der IPTV-Plattform Entertain TV für 6,95 Euro pro Monat Aufpreis erhältlich. Telekom-Kunden, die nur einen Festnetztarif für Telefon/Internet ("Magenta

Zuhause") gebucht haben, zahlen 9,95 Euro pro Monat. Der erste Monat ist jeweils gratis. Für Telekom-Kunden mit "Magenta Eins"-Tarif, der Breitbandinternet, Festnetz- und Mobilfunk-Telefonie umfasst, ist Entertain TV mobil kostenfrei. Nichtkunden der Telekom erhalten keinen Zugang. Entertain [TV mobil](#) ersetzt das bisherige mobile TV-Angebot Entertain to go, das nur von Entertain-TV-Kunden genutzt werden konnte. Mit der Öffnung für weitere Kundenkreise tritt die Telekom verstärkt in Konkurrenz zu den mobilen TV-Streaming-Diensten anderer Anbieter wie Zattoo und Magine TV.

Neues gibt es auch bei Entertain TV: Die Mediatheken von ARTE und der Mediengruppe RTL Deutschland sind ab sofort in die IPTV-Plattform eingebunden. Im RTL-Abrufportal TV NOW stehen viele Sendungen von RTL, VOX, RTL II, Super RTL, RTL Nitro, RTLplus und n-tv bis zu 30 Tage nach ihrer TV-Ausstrahlung auf Abruf bereit, bei ARTE sogar bis zu 90 Tage. Mit der Replay-Funktion können Nutzer künftig ihre Lieblingssendung direkt im elektronischen Programmführer (EPG) auswählen und per Tastendruck nachträglich ansehen. Die neue PreTV-Funktion im EPG ermöglicht Sendungen schon vor der TV-Ausstrahlung anzusehen, wenn sie auf Abruf verfügbar sind.

Sat.1 und ProSieben machen TV-Livestreams kostenlos

Sat.1 und ProSieben bieten ihr laufendes Programm über eigene TV-Apps ab sofort als kostenlose Livestreams für Smartphones und Tablets an. "Das kommt einer kleinen Revolution gleich und wird der mobilen Mediennutzung unserer Zuschauer sehr entgegenkommen", sagte ProSieben-Senderchef Daniel Rosemann in München. Sat.1-Geschäftsführer Kaspar Pflüger erklärte: "Mit unserer neuen Sat.1-App werden wir unsere starken Programmmarken noch leichter zugänglich machen." Die weiteren Free-TV-Sender der Muttergesellschaft ProSiebenSat.1 - kabel eins, sixx, Sat.1 Gold, ProSieben Maxx und ab 22. September kabel eins Doku - erhalten ebenfalls eigene TV-Apps. Die senderübergreifende App 7TV, auf der ProSiebenSat.1 die Livestreams seiner Free-TV-Kanäle zum Monatspreis von 2,99 Euro gebündelt anbietet, bleibt nach Angaben des Unternehmens trotzdem weiterhin bestehen. ProSiebenSat.1 macht sich damit selbst Konkurrenz. Die Frage ist, wie viele Zuschauer dafür noch zahlen wollen, wenn sie herausfinden, dass die Livestreams in den sendereigenen TV-Apps kostenfrei sind.

Sky startet Web-TV-Plattform Sky Ticket

Der Pay-TV-Veranstalter Sky hat einen neuen Zugang zu seinem Bundesliga-, Sport-, Spielfilm-, Serien- und Unterhaltungsangebot ohne reguläres, langfristiges Abonnement geschaffen. [Sky Ticket](#), das das bisherige Sky Online ablöst, funktioniert über Tages-, Wochen- und Monatstickets. Der Zugang ist per Internet direkt über die Sky-Ticket-Webseite sowie über Apps via iPad, iPhone, auf ausgewählten Android-Smartphones und -Tablets, Windows 10 Mobile, der PlayStation 3 und 4, der Xbox One, Smart-TV-Fernsehern von Samsung und LG, Apple TV, Chromecast und der Sky TV Box möglich. Kabel-, Satellitenfernsehen oder IPTV sind dafür nicht notwendig.

Sportfans empfangen mit dem Supersport-Tagesticket für 9,99 Euro, dem Supersport-Wochenticket für 14,99 Euro und dem Supersport-Monatsticket für 29,99 Euro das gesamte Sportportfolio der Sender Sky Sport und Sky Sport Bundesliga inklusive aller Spiele der Bundesliga und 2. Bundesliga, des DFB-Pokals und der UEFA Champions League sowie die Spiele der deutschen und österreichischen Teams in der UEFA Europa League. Darüber hinaus sind auch alle Rennwochenenden der Formel 1, die EHF Champions League, Tennis, Golf sowie weiterer Live-Sport enthalten. Das Entertainment-Monatsticket umfasst aktuelle Serien, Kinderprogramme, Dokumentationen und den Sportnachrichtenkanal Sky Sport News, während das Cinema-Monatsticket aktuelle Kinofilme als TV-Erstaussstrahlungen bietet. Zur Einführung von Sky Ticket kostet das Entertainment-Monatsticket in den ersten drei Monaten 4,99 Euro statt des regulären Preises von 9,99 Euro und das Cinema-Monatsticket 7,49 Euro statt 14,99 Euro.

Beate-Uhse.TV startet bei Sky-Abrufdiensten

Ausgewählte Serien und Spielfilme des Erotikkanals Beate-Uhse.TV sind ab sofort für alle Sky-Abonnenten auf Abruf bei Sky On Demand und Sky Go verfügbar. Programme wie die HBO-Serie "Lingerie" oder die dreiteilige Filmreihe "Momentum" der australischen Filmemacherin Michelle Flynn werden in HD-Qualität angeboten.

Von der aus einer Koproduktion mit Private entstandenen Erotikserie "Barcelona Heat" steht die gesamte erste Staffel auf Abruf bereit. Beate-Uhse.TV will sein Angebot bei Sky On Demand und Sky Go laufend ausbauen. Seit 15 Jahren sendet der Pay-TV-Kanal exklusiv bei Sky und erreicht derzeit im "Starter"- und "Entertainment"-Paket bis zu 4,6 Millionen Kunden.

Sky plant kostenfreies Sportportal

Nach dem Wegfall der Verschlüsselung von Sky Sport News HD im Dezember erweitert der Pay-TV-Veranstalter Sky sein frei verfügbares Angebot durch ein Sportportal im Internet. Die Webseite [Skysport.de](#) soll ab Sommer 2017 vor allem TV- und Videobeiträge bieten, die sich über Werbung finanzieren. Die kostenlose Plattform soll unter anderem Sportnachrichten, Inhalte von Sky Sport News HD sowie zusätzliche Livestreams anbieten, die im Fernsehen nicht zu sehen sind. "Mit Skysport.de schaffen wir ein neues digitales Zuhause für alle Sportinteressierten und errichten neben den exklusiven Live-Inhalten, Sky Sport News HD und unseren Social-Media-Angeboten die vierte Säule

der Marke Sky Sport", sagte Roman Steuer, Executive Vice President Sports von Sky Deutschland. "Mit dem Schwerpunkt auf hochwertigem Video-Content werden wir den Fans in Deutschland in Zukunft auch online das beste Sporterlebnis bieten."

Zattoo holt neue Sender ins Angebot

Zattoo bietet ab sofort auch den Retro-Kanal RTLplus und den Super-RTL-Ableger Toggo plus als Livestreams auf seiner Internet-TV-Plattform an. Die Sender sind Bestandteil des kostenpflichtigen Bouquets "Zattoo HiQ" und werden in herkömmlicher Bildauflösung (SD) verbreitet. Mit den Neuzugängen umfasst "Zattoo HiQ" insgesamt 91 Sender, davon 33 in HD-Qualität. Neu im Gratisangebot von Zattoo ist das Flüchtlingsfernsehen Handshake2Deutschland (H2D).

Netzkino startet auf Apple TV

Die kostenfreie Online-Videothek Netzkino ist ab sofort auch auf der Streaming-Box Apple TV verfügbar. Die Netzkino-App, die im Apple TV Store in den Bereichen "Unterhaltung" und "Top-Apps (gratis)" bereitsteht, bietet Zugang zu über 2.500 Spielfilmen, die ohne Anmeldung oder Abo-Gebühr in voller Länge angesehen werden können. Ein wachsender Teil wird in HD-Qualität angeboten. [Netzkino](#) finanziert sich über Werbung: Vor jedem Film laufen bis zu drei Spots, während des Films kommt nach zehn, 30 und 60 Minuten jeweils ein Spot, der restliche Film bleibt werbefrei. Netzkino bietet außerdem Apps für iOS, Android und Windows Phone, Amazon Kindle, Fire TV-Stick und Fire TV-Box, die gängigsten Smart-TV-Fernseher, Entertain TV und Chromecast. Das Angebot ist auch direkt übers Internet und per YouTube zugänglich.

Jeder zweite Flugreisende würde gerne Internet an Bord nutzen

Flugmodus an, Internet aus: Was jahrelang im Flugzeug galt, ist in immer mehr Maschinen überholt. Je nach Airline, Flottenausrüstung und Route ist es heute schon in einigen Flugzeugen möglich, über den Wolken im Internet zu surfen. Und bereits jeder zweite Flugreisende (52 Prozent) würde dieses Angebot in Zukunft gerne nutzen, wie eine repräsentative Befragung von 994 Passagieren im Auftrag des Branchenverbands Bitkom ergab. Vor allem die jüngere Generation der 14- bis 29-Jährigen hat Interesse daran, während eines Flugs den von der Airline angebotenen Internetzugang zu nutzen. Sechs von zehn Befragten (59 Prozent) sprechen sich in dieser Altersgruppe dafür aus. Aber auch bei den 30- bis 49-Jährigen und den 50- bis 64-Jährigen sind es 53 Prozent beziehungsweise 54 Prozent. Bei den ab 65-Jährigen ist es immer noch jeder Dritte (31 Prozent). Während einer Flugreise sind Smartphone, Tablet und Laptop derzeit noch meist vom Netz abgekoppelt - zum Leidwesen vieler Passagiere. Gerade Geschäftsreisenden und Vielfliegern wäre geholfen, wenn sie die Zeit über den Wolken besser nutzen könnten.

Im Flugmodus können Passagiere Smartphone & Co. bereits heute bei vielen Airlines selbst während des Starts und der Landung nutzen. Dabei ist das Gerät offline, kann aber beispielsweise zum Anschauen von Fotos eingesetzt werden. Ein Internetzugang ist erst bei wenigen Airlines beziehungsweise nur auf ausgewählten Strecken verfügbar. Ein Grund dafür ist auch, dass der technische Aufwand zur Bereitstellung von Internet an Bord vergleichsweise hoch ist. Das schlägt sich derzeit auch noch häufig in den Preisen nieder. Laut Umfrage haben erst 6 Prozent der Befragten den von der Fluggesellschaft angebotenen Internetzugang an Bord genutzt. Heute funktioniert die Internetverbindung meist noch über Satellit. Künftig soll die Übertragung auch von LTE-Mobilfunkstationen am Boden unterstützt werden. Dieser Technik-Mix soll eine schnellere und stabilere Internetverbindung möglich machen.

UPC gibt Connect Box kostenfrei ab

Der Kabelnetzbetreiber UPC stattet rund 300.000 Internetkunden in der Schweiz und Österreich kostenlos mit seinem Modem der neuesten Generation aus. Die so genannte [Connect Box](#), die die Kunden im Austausch gegen ihre älteren Geräte schrittweise bis Ende 2017 erhalten, verbessert die WLAN-Reichweite und kann Datenraten von bis zu 1 Gbit/s übertragen. Insgesamt versorgt die Tochter des internationalen Medienkonzerns Liberty Global über drei Millionen Haushalte in der Schweiz und Österreich. "Die Zufriedenheit unserer bestehenden Kunden hat für uns oberste Priorität. Mit der Connect Box schenken wir ihnen ein noch besseres WLAN-Erlebnis", sagte Ivo Hoevel, Chief Marketing and Products Officer von UPC, in Wien. In der Schweiz erhalten in diesem Jahr über 160.000 Kunden das neue Gerät, in Österreich startet der Austausch 2017. Die deutsche Liberty-Global-Tochter Unitymedia bietet die Connect Box seit Dezember 2015 für Neukunden an.

Herbert Kloiber will ATV verkaufen

Herbert Kloiber, Gründer und Eigentümer der Tele München Gruppe (TMG), will sich von seinem österreichischen Privatsender ATV trennen. "ATV wird im Rahmen der Zukunftsplanung wohl nicht mehr Teil des Portfolios sein, das man seinem Nachfolger übergibt", sagte der Filmhändler dem ["Handelsblatt"](#). Sein verlustbringendes Engagement in Österreich bereut Kloiber. "ATV war mein größter Fehler. Mit ATV habe ich bislang Verluste in zweistelliger Millionen-Euro-Höhe gemacht", sagte der Medienunternehmer, dem auch der deutsche Privatsender Tele 5 gehört und der außerdem an RTL II beteiligt ist. "Zu meinem 70. Geburtstag am 6. Dezember 2017 will ich die Geschäftsführung der Tele München Gruppe an meinen Sohn übergeben, der vermutlich andere Akzente setzen wird. Deshalb werde ich mich bis zur Übergabe auch um eine Bereinigung unseres Portfolios kümmern", sagte

Kloiber. "Ich will meinem Sohn mit ATV kein Danaergeschenk machen."

ORF und Unitel starten Klassikportal Fidelio

Der ORF hat seine Streaming-Plattform für Liebhaber klassischer Musik gestartet. [Fidelio](#) bietet einen laufenden Video-Programm als Livestream, Live-Konzerte aus Konzertsälen, Opernhäusern und Open-Air-Spielstätten, einen Abrufdienst sowie ein redaktionelles Angebot mit Hintergrundinformationen zu Künstlern, Orchestern, Dirigenten, Komponisten und Klassikinstitutionen. Partner ist die auf Klassik spezialisierte Münchner Produktionsfirma Unitel von Jan Mojto, die auch den Fernsehsender Classica betreibt. Die erste Live-Übertragung ist ein Konzert der Wiener Philharmoniker mit Werken von Brahms, Debussy und Ravel am 25. September. Fidelio ist direkt via Internet, per Smartphone/Tablet-App (iOS/Android) und via Amazon Fire TV, Apple TV, Airplay und Chromecast auf Smart-TV-Fernsehern empfangbar. Der Zugang kostet 14,90 Euro pro Monat. Sieben Tage lang kann das Angebot kostenlos getestet werden.

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910
Fax: +49 (0) 6136-85708

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

Partner:

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

Herausgeber: Heinz-Peter Labonte (V.i.S.d.P.)
Redaktion: Marc Hankmann (Leitung), Dr. Jörn Krieger

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)