

KONVERGENTE MEDIENREGULIERUNG:

VERGIBT DIE POLITIK DIE LETZTE CHANCE?

Neue Regulierung, neue Förderung - alte Probleme

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Föderalismus bringt es mit sich, dass einige politische Entscheidungsprozesse recht sperrig daherkommen. Geht es dann auch noch um Themen zwischen Bund und Ländern, wird die Sache nochmal komplizierter. Daher ist es eigentlich zu begrüßen, wenn sich Bund und Länder gemeinsam an einen Tisch setzen. Doch Vorsicht! Das klingt doch sehr nach dem Spruch "Wenn du nicht mehr weiter weißt, gründe einen Arbeitskreis".

Von denen hat die Bund-Länder-Kommission sechs Stück ins Leben gerufen, um den Weg zu einer konvergenten Medienregulierung zu ebnen. Doch die Kreativwirtschaft wirkt zunehmend nervös, denn aus ihrer Sicht lässt die Kommission zu viel Zeit verstreichen - ganz abgesehen davon, dass noch nicht klar ist, wie sich die Ergebnisse der Kommission auf europäischer Ebene durchsetzen lassen.

Auch das Förderprogramm zum Breitbandausbau ist mit Vorsicht zu genießen. Bund und Länder machen hierfür 2,7 Milliarden Euro locker, sprechen aber nicht mehr von Mindest- sondern nur noch von "Bis zu"-Bandbreiten. Das Geld reicht nicht aus, um eine flächendeckende Versorgung mit 50 Mbit/s sicherzustellen. Wie man dem Ziel unter Zuhilfenahme privater Investoren und Anleger einen erheblichen Schritt näher käme, steht in einem Strategiepapier, das für alle zugänglich auf den Servern des Bundeswirtschaftsministeriums schlummert, vergessen von allen politischen Entscheidungsträgern.

Dennoch ist sich Sachsens Wirtschaftsminister Martin Dulig sicher, das Breitbandziel der Bundesregierung in seinem Land zu erreichen. Wie er das schaffen will, erklärt der SPD-Politiker im Interview mit MediaLABcom. Und wenn die Politik doch einmal mit noch so vielen Arbeitskreisen nicht mehr weiterweiß, müssen Gerichte herhalten. So kündigt der EuGH das Safe-Harbour-Abkommen mit den USA auf. Welche Auswirkungen - positive wie negative - das Urteil auf Telekommunikationsunternehmen hat, erklärt Rechtsanwalt Ramón Glaß in dieser Ausgabe.

Ein Rückblick auf den FRK-Breitbandkongress sowie Veranstaltungshinweise und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen eine angenehme Lektüre.

Ausgabe 26 • November 2015

Inhalt

["Aufgewertet, aber letztlich abgelöst": Sachsens Wirtschaftsminister Martin Dulig über Breitband und Lokal-TV](#)

[IT-Gipfel 2014 - Vorlage für AfD... oder wie Ignoranz den Mittelstand vertreibt](#)

[Bund-Länder-Kommission: Auf dem Weg zu einer konvergenten Medienregulierung](#)

[Nach Safe-Harbor-Urteil des EuGH: Auswirkungen auf TK-Unternehmen](#)

[FRK-Breitbandkongress: Oettinger will digitale Grenzen in Europa abreißen](#)

[Neues vom FRK](#)

[Neues vom BLTV](#)

[Veranstaltungshinweise](#)

[Kurzmeldungen](#)

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

"Aufgewertet, aber letztlich abgelöst": Sachsens Wirtschaftsminister Martin Dulig über Breitband und Lokal-TV

Marc Hankmann

Im Freistaat Sachsen zeigt sich ein Problem des Breitbandausbaus besonders deutlich: Hier öffnet sich die Schere zwischen einer Überversorgung in städtischen Gebieten und der Unterversorgung in ländlichen Regionen besonders weit. Die hohe Anzahl privater Lokalsender ist ein weiteres Alleinstellungsmerkmal des Bundeslands. Im Interview mit MediaLABcom erklärt Martin Dulig, sächsischer Staatsminister für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr, wie er den Breitbandausbau und das Lokalfernsehen zum Erfolg führen will.

[Lesen Sie mehr](#)

IT-Gipfel 2014 - Vorlage für AfD... oder wie Ignoranz den Mittelstand vertreibt

Heinz-Peter Labonte

Reden wir mal nicht über Flüchtlinge. Oder besser, nur als Randthema. Zeigen wir heute doch einfach mal die steigende Politik- und Parteienverdrossenheit am Beispiel des IT-Gipfels 2014 der Bundesregierung auf. Denn, Heureka! Das DMM - des Digitalministers Meisterwerk - liegt vor. Na endlich: Nach "nur" zwei Jahren und einem Monat gebar das kreißende Digitalministerium mit seinem modebewussten Chef das digitale Förderprogramm des Bundes und der Länder. Sagenhafte 2,7 Milliarden Euro pumpt also "die Regierung" in die bislang mit Breitband unterversorgten Gebiete Deutschlands.

[Lesen Sie mehr](#)

Bund-Länder-Kommission: Auf dem Weg zu einer konvergenten Medienregulierung

Marc Hankmann

Nervös. So lässt sich der Gemütszustand derer beschreiben, die ihr Schicksal in den Händen der Medienpolitik, genauer gesagt der Bund-Länder-Kommission wännen, die eine konvergente Medienregulierung entwickeln soll, die der disruptiven digitalen Welt gerecht wird. Auf den Münchener Medientagen 2015 waren die Vertreter der Kreativwirtschaft nicht etwa nervös, weil amerikanische Digitalkonzerne den deutschen Markt überrollen, sondern weil die deutschen Regulierer-Mühlen langsam mahlen.

[Lesen Sie mehr](#)

Nach Safe-Harbor-Urteil des EuGH: Auswirkungen auf TK-Unternehmen

RA Ramón Glaß

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat im Urteil vom 6. Oktober 2015 (Rechtssache C-362/14) das Safe-Harbor-Abkommen zwischen den USA und der Europäischen Union vom 26. Juli 2000 für ungültig erklärt. Für Telekommunikationsunternehmen ergeben sich aus diesem Urteil unterschiedliche Fragestellungen.

[Lesen Sie mehr](#)

FRK-Breitbandkongress: Oettinger will digitale Grenzen in Europa abreißen

Dr. Jörn Krieger

EU-Digitalkommissar Günther Oettinger will einen einheitlichen Markt für digitale Angebote in Europa schaffen, um mehr Schlagkraft im Wettbewerb mit den USA und Asien zu gewinnen. Nationale Grenzen müssten überwunden werden, um die digitale Wettbewerbsfähigkeit europäischer Unternehmen zu stärken, sagte Oettinger auf dem [FRK-Breitbandkongress 2015](#) in Leipzig. Als Beispiele nannte er grenzüberschreitende Lösungen bei der Frequenzvergabe sowie ein einheitliches Urheber- und Datenschutzrecht. An diese Gesetze müssten sich nicht nur europäische, sondern auch ausländische Unternehmen halten, die ihre Dienste in Europa anbieten wollen, betonte Oettinger. Bei den Roaming-

Gebühren ist es der EU-Kommission bereits gelungen, Europa zu vereinheitlichen. Ab 15. Juni 2017 fällt der Aufschlag für die Mobilfunknutzung im EU-Ausland weg: Der Inlandstarif gilt dann auch im Ausland.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

FRK fordert Umsetzung der Beschlüsse des IT-Gipfels 2014 anstelle von Ignoranz der Ergebnisse

Mit ihrem 2-Milliarden-Euro-Programm ignoriere die Bundesregierung die eigenen Dokumente, argumentiert der Fachverband Rundfunk und Breitbandkommunikation (FRK). Die 2 Milliarden Euro könnten statt 12,5 über 70 Prozent der bisher unterversorgten Haushalte mit Glasfaser anstelle mit veralteter Technik erschließen.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom BLTV

Verbandsvorsitzender Klaus Dieter Böhm verlässt den Vorstand

Der Vorstandsvorsitzende des Bundesverbandes Lokal TV (BLTV) verließ den Vorstand zum 6. Oktober 2015. Mit ihm beendet auch Beisitzerin Judith Noll ihre Tätigkeit im Vorstand.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweise

Dr. Jörn Krieger

Eutelsat startet Installateurstreffen

Ab November 2015 bietet der Satellitenbetreiber Eutelsat die ersten Installateurstreffen. Es werden nicht nur Themen von Eutelsat präsentiert, vielmehr werden dem Fachbetrieb auch die Neuerungen bei Ultra HD, DVB-T2, DAB+ und vieles mehr vorgestellt. Abgerundet wird jedes Treffen durch die Präsentation der neuen Tooway-Produkte (Internet via Satellit). Ein Installateurstreffen dauert rund 3,5 Stunden und findet je nach Ort vor- oder nachmittags statt.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

DNMG und M7 verlängern Kooperation bis 2021

Der Plattformbetreiber M7 Deutschland und die Deutsche Netz Marketing GmbH (DNMG) verlängern ihre Zusammenarbeit bis 2021. Der Dienstleister, der die Interessen von über 185 unabhängigen lokalen und regionalen Netzbetreibern in Deutschland, Österreich und der Schweiz vertritt, bietet den Unternehmen im Zuge einer exklusiven Vermarktungspartnerschaft mit M7 digitale TV-Programme und Dienste via Satellit zur Weiterverbreitung und Vermarktung in ihren Kabelanlagen an.

[Lesen Sie mehr](#)

"Aufgewertet, aber letztlich abgelöst": Sachsens Wirtschaftsminister Martin Dulig über Breitband und Lokal-TV

Marc Hankmann

Im Freistaat Sachsen zeigt sich ein Problem des Breitbandausbaus besonders deutlich: Hier öffnet sich die Schere zwischen einer Überversorgung in städtischen Gebieten und der Unterversorgung in ländlichen Regionen besonders weit. Die hohe Anzahl privater Lokalsender ist ein weiteres Alleinstellungsmerkmal des Bundeslands. Im Interview mit MediaLABcom erklärt Martin Dulig, sächsischer Staatsminister für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr, wie er den Breitbandausbau und das Lokalfernsehen zum Erfolg führen will.

MediaLABcom: Herr Dulig, die sächsische Wirtschaft ist im vergangenen Jahr um 1,9 Prozent gewachsen. Das soll in diesem und im nächsten Jahr so weitergehen. Welchen Einfluss wird die Digitalisierung auf die Wirtschaft Sachsens haben?

Martin Dulig: Der digitale Wandel ist weder auf Sachsen, noch auf Deutschland, noch auf Europa begrenzt. Wir reden über einen Wandel der Grundlagen in allen Lebensbereichen und in der ganzen Welt. Diesen Wandel werden wir aktiv mitgestalten. Die Digitalisierung ist eine große Chance und Basis für ein kräftiges Wachstum und die Wettbewerbsfähigkeit der sächsischen Wirtschaft. Deshalb ist die Digitalisierung fast aller Lebensbereiche – und natürlich auch von Wirtschaft und Industrie – ein zentrales Thema der sächsischen Staatsregierung. Eine hohe Verfügbarkeit von leistungsfähigen Datenverbindungen in ganz Sachsen ist die wichtigste Voraussetzung dafür, dass das High-Tech- und Innovationsland Sachsen gut dafür gerüstet ist und wettbewerbsfähig bleibt. Der Freistaat Sachsen möchte das Thema Digitalisierung in den kommenden Jahren weiter intensiv vorantreiben.

MediaLABcom: Grundlage der Digitalisierung sind breitbandige Netze. Laut Breitbandatlas liegt die Versorgung mit Bandbreiten ab 50 Mbit/s in Sachsen aber bei unter 50 Prozent. Bis 2018 soll jedoch jeder Haushalt in Deutschland mit mindestens 50 Mbit/s im Internet surfen. Wie wollen Sie dieses Ziel in drei Jahren erreichen?

Martin Dulig: Zusammen mit allen Ressorts der Staatsregierung und unter Einbeziehung der Fachkreise aus Wirtschaft, Forschung, Verwaltung und Gesellschaft entwickelt mein Haus dafür unter dem Titel "Sachsen Digital" zurzeit den konzeptionellen Rahmen. Ein Ziel ist dabei insbesondere die Schaffung einer leistungsfähigen Breitbandinfrastruktur in ganz Sachsen. Mit der Digitalen Offensive Sachsen (DiOS) unterstützt der Freistaat den Aufbau einer bedarfs-, leistungs- und zukunftsorientierten digitalen Infrastruktur in Sachsen. Ziel dieses Förderprogramms und der mit ähnlichen Zielstellungen von Freistaat und Bund ausgestatteten Programme ist es, den Ausbau breitbandiger Internetverbindungen mit Datenraten größer als 50 Mbit/s zu beschleunigen. So soll der rasche Ausbau einer bedarfsgerechten, nachhaltigen und zukunftsfähigen digitalen Infrastruktur einen wichtigen Beitrag zur Sicherung und Weiterentwicklung des Wirtschafts-, Technologie- und Tourismusstandortes Sachsen zu leisten. Für eine derartige Breitbandversorgung werden darüber hinaus deutlich höhere Datenübertragungsraten angestrebt, die aktuell insbesondere die Bedürfnisse der Wirtschaft in Sachsen befriedigen, auf mittlere Sicht aber auch den prognostizierten Bedarf jedes Bürgers abdecken sollen. Allerdings muss man an dieser Stelle auch erwähnen, dass wir in den Ballungszentren, vor allem in den drei großen Städten Leipzig, Dresden und Chemnitz bereits gut aufgestellt sind und dort teilweise über Bandbreiten bis zu 200 Mbit/s verfügen.

MediaLABcom: Die Herausforderung liegt in den Randregionen des Vogtlandkreises, Mittelsachsens, Görlitz und Nordsachsens. Laut der Untersuchung "Breitbanderschließung im ländlichen Raum Sachsens" aus dem Jahr 2013 verfügen in diesen Regionen über 80 Prozent der Haushalte nicht über eine Downloadrate von mehr als 2 Mbit/s. Gibt es für diese Haushalte eine spezielle Ausbaustrategie?

Martin Dulig: Klarzustellen ist, dass praktisch in ganz Sachsen eine Grundversorgung mit mindestens 2 Mbit/s gegeben ist. Die Grundversorgung ist inzwischen auch mit 6 Mbit/s bei knapp 97 Prozent angelangt. Dies ist aber nur die Grundversorgung. Dies ist noch keine bedarfsgerechte, nachhaltige und zukunftsfähige digitale Infrastruktur, wie wir sie haben wollen. Der nächste Schritt ist eine möglichst flächendeckende Verfügbarkeit von 50 Mbit/s. Aber auch dies kann nur ein Zwischenziel sein. Wir wollen mehr, insbesondere ein Mehr an Leistung. Wir wissen aber auch, dass es noch große Disparitäten zwischen städtischen und ländlichen Regionen gibt. Die Versorgungslage in der Stadt Leipzig ist zum Beispiel durch ein in vielen Stadtteilen doppeltes und dreifaches Angebot an Hochgeschwindigkeitsbreitband der Kabelnetzbetreiber, der Telekom-Unternehmen im Festnetz und auch im Mobilfunk gekennzeichnet. Gleich an der Stadtgrenze zu den Landkreisen Nordsachsen und Leipzig endet die akzeptable Versorgung aber häufig. Insgesamt sind rund 1,14 Millionen Haushalte noch nicht mit der angegebenen Mindestbandbreite versorgt. Die Digitale Offensive Sachsen schafft die Grundlage für eine zeitgemäße digitale Versorgung. Im Rahmen von DiOS stehen über 280 Millionen Euro für den Breitbandausbau und WLAN-Hotspots in touristisch geprägten Gebieten zur Verfügung. Bisher befinden sich knapp 80 Prozent der sächsischen Gemeinden in der Analysephase des Förderverfahrens der entsprechenden Richtlinie DiOS oder haben diese bereits abgeschlossen - entweder direkt in Form von Einzelverfahren sowie interkommunaler Zusammenarbeit oder indirekt durch die Beteiligung ihrer jeweiligen Landkreise. Für über 160 Kommunen liegt bereits eine Bedarfs- und Verfügbarkeitsanalyse vor. Die ersten Fördermittelbescheide für den Ausbau von NGA-Netzen wurden bereits übergeben - die Ausbauphase kann beginnen. Um das ambitionierte Ziel einer flächendeckenden Breitbandversorgung mit mindestens 50 Mbit/s bis zum Jahr 2018 erreichen zu können, überarbeiten wir aktuell die DiOS-Richtlinie. Die Rahmenbedingungen für die Kommunen sollen damit noch attraktiver werden.

MediaLABcom: Die Deutsche Telekom setzt auf Vectoring, um das Breitbandziel der Bundesregierung zu erreichen. Was halten Sie von dieser Technologie?

Martin Dulig: Vectoring ist eine Brückentechnologie mit den typischen Vorteilen und Nachteilen einer solchen Entwicklungsstufe. Vectoring nutzt das bestehende Telefonnetz, das heißt, die vielerorts üblicherweise vorhandenen Kupferleitungen der Hausanschlüsse, also die sogenannte letzte Meile. Da das bestehende Netz genutzt werden kann, Arbeiten vor allem für den Anschluss der Kabelverzweiger

(KVz) mit Glasfaser und deren Ausrüstung mit neuen, aktiven Steckkarten erforderlich werden, ist der Aufwand an Zeit und Geld vergleichsweise günstiger und bis 2018 leistbar. Das könnte nach unserer Schätzung für 70 bis 80 Prozent der privaten Haushalte eine befriedigende Zwischenlösung bieten. Deshalb sind Investitionen in diese Technologie sehr reiflich zu überlegen. Es ist richtig und wichtig, dass diese Technologie im nicht geförderten - dem sogenannten eigenwirtschaftlichen Ausbau - seitens aller Telekommunikationsunternehmen eingesetzt werden kann. Aber es darf nicht den Weg in die Glasfasertechnologie verbauen und muss flankiert werden durch einen raschen und nachhaltigen Glasfaserausbau. Zudem steht noch eine Genehmigung seitens der EU-Kommission aus, um Vectoring beim geförderten Breitbandausbau im Nahbereich nutzen zu können.

MediaLABcom: Mit Vectoring erreicht das Kupferdrahtnetz sein technologisches Ende. Die Zukunft gehört der Glasfaser. Warum also auf eine Technologie setzen, deren Ende absehbar ist, während die Technologie von morgen schon verfügbar ist?

Martin Dulig: Technologische Entwicklungen über mehr als fünf Jahre vorherzusagen, ist in diesem Bereich schwer. Es gibt bereits Entwicklungsstufen des Vectoring wie "Supervectoring", die wiederum ein Mehrfaches an Leistungsfähigkeit versprechen. Aber Sie haben Recht: Nach aller Voraussicht wird die Technologie doch in naher Zukunft an ihre Leistungsgrenze stoßen und letztlich voraussichtlich doch ersetzt werden müssen. Dies verstehen wir unter der Brückentechnologie: Kupferdraht wird aufgewertet, aber letztlich abgelöst durch komplette Hausanschlüsse in Glasfaser, das sogenannte FTTH - Fiber to the Home. Damit sind dann auch Gigabit statt der Megabit, über die wir eingangs noch gesprochen haben, leistbar. Für eine staatliche Förderpolitik besteht vor diesem Hintergrund die Herausforderung, das digitalpolitische Flächendeckungsziel, 50 Mbit/s bis 2018, klar im Visier zu haben, gleichzeitig aber auch zukünftige Bandbreitenerfordernisse im Rahmen der mit der Förderung umgesetzten technologischen Lösungen möglichst weitgehend zu antizipieren.

MediaLABcom: Die Bundesnetzagentur zieht einen öffentlich-rechtlichen Vertrag mit der Telekom zum Vectoring-Ausbau in Betracht. Könnte ein solcher Vertrag nicht den Glasfaserausbau ausbremsen?

Martin Dulig: Ob dieser Vertrag überhaupt als typischer Vertrag, also ein gegenseitiges Leistungsversprechen angedacht ist, darf bezweifelt werden. Wir haben Vertrauen in die Fähigkeit der Bundesnetzagentur, angemessene Regelungen zu finden, die sowohl dem Verbraucher als auch den im Wettbewerb stehenden Unternehmen nutzen. Und wenn dies der Bundesnetzagentur in enger Abstimmung mit allen Beteiligten gelingt, kann dies dem Ausbau der Hochgeschwindigkeitsnetze in Deutschland sogar förderlich sein. Dafür muss man sich allerdings frei machen von dem Gedanken, dass nur ein reiner Glasfaserausbau bis zum Endkunden schon heute allein selig machen kann. Auf mittlere Sicht sind eben auch andere Technologien zu berücksichtigen. Das gilt im Übrigen auch für die Technologien im Mobil- und Satellitenfunk. Für sehen uns als Staat diesbezüglich einer klaren Technologie- und Anbieterneutralität verpflichtet.

MediaLABcom: Viele Kommunen nehmen mit Unterstützung der ansässigen Unternehmen den Breitbandausbau selbst in die Hand und verlegen Glasfaser. Welche Auswirkungen könnte der angestrebte Vertrag zwischen Netzagentur und Telekom auf solche Projekte haben?

Martin Dulig: Wie gesagt, wird dies weniger von einem etwaigen "Vertrag" als vom Inhalt der Entscheidung der Bundesnetzagentur abhängen. Selbstverständlich ist die Feststellung, dass mitten in einem auszubauenden Gebiet dann bereits schützenswerte Infrastruktur entsteht, nicht nur erfreulich für eine Gemeinde oder einen Kreis. Aber da es um eigenwirtschaftlichen Ausbau geht, entsteht auch erst einmal eine digitale Infrastruktur, die nutzbar ist und die nicht mit Fördergeld errichtet werden muss. Das Geld von Gemeinde, Kreis und Land kann also zielgerichtet in andere Projekte, andere Gebiete geleitet werden. Und wenn ein reiner Glasfaserausbau erfolgen soll, wird sich dieser wegen der deutlich höheren Leistungsfähigkeit dieser Technologie auch schon mittelfristig besser vermarkten lassen.

MediaLABcom: Solche Projekte werden immer wieder damit konfrontiert, dass die Telekom plötzlich Interesse am Netzausbau zeigt, obwohl sie vor dem Start des Projekts abwinkte. Sind Ihnen solche Fälle auch aus Sachsen bekannt? Welche Unterstützung gewähren Sie betroffenen Kommunen?

Martin Dulig: Derartige Fälle treten in dieser Schärfe nicht in unseren Förderverfahren auf, weil wir schon vor Beginn der eigentlichen Planung derartige Ausbaubehabsichten abfragen. Werden sie dann rechtzeitig angemeldet, verdienen sie Schutz und es gilt das zuvor Gesagte. Dann kann das Fördergeld zielgerichtet in die benachbarten Gebiete investiert werden. Wird die Absicht nicht rechtzeitig angemeldet und auch belegt, werten wir sie als unbeachtlich. Dann sorgt sie für Zeitverluste, aber auch nur in hinnehmbarem Rahmen. Sie blockiert aber nicht den Glasfaserausbau. Ich werbe grundsätzlich für Rahmenbedingungen, die für alle Unternehmen faire Wettbewerbsbedingungen bieten - und natürlich ist dabei die Telekom ein wichtiger Akteur, und dies als Subjekt und Objekt.

MediaLABcom: Prägend für Sachsens Wirtschaft ist die große Zahl an kleinen und mittleren Unternehmen. Dies spiegelt sich auch bei lokalen Rundfunkanbietern wieder, deren Zahl in keinem anderen Bundesland größer ist als in Sachsen. Allerdings ist die wirtschaftliche Lage der Lokalsender alles andere als rosig. Was gedenken Sie hier zu tun?

Martin Dulig: Hier gibt es das verfassungsrechtliche Gebot der Staatsferne des Rundfunks, das bei allen Maßnahmen zur Unterstützung von Rundfunkveranstaltern zu beachten ist. Auch europarechtliche Vorgaben lassen hier keine unbeschränkte Förderung von privatrechtlich veranstaltetem Rundfunk zu. Der Freistaat Sachsen setzt sich aber unter Beachtung der rechtlichen Rahmenbedingungen für die Förderung der lokalen und regionalen Sender ein. Dabei ist zunächst die sächsische Landesmedienanstalt SLM am Zug, zu deren Aufgaben diese Förderung gehört. Hierbei muss man zwischen lokalen Hörfunk- und Fernsehangebietern unterscheiden. Im Hörfunkbereich gehören die lokalen und regionalen Veranstalter zum größten Teil zu den beiden großen Sendergruppen BCS Broadcast Sachsen und der PSR-Gruppe. Dadurch ist deren finanzielle Situation kaum mit der unserer Lokal-TV-Veranstalter zu vergleichen, die generell eigenständig arbeiten. Daher konzentrieren sich die Bemühungen in Sachsen derzeit eher auf den Fernsehbereich. Neben der im Rundfunkstaatsvertrag und dem Landesmediengesetz schon länger festgeschriebenen Möglichkeit zur Förderung der technischen Infrastruktur durch die SLM unterstützt der Freistaat diese Sender durch folgende Maßnahmen:

- Ermöglichen der Förderung auch von Verbreitungskosten durch die SLM für betraute TV-Veranstalter seit Anfang 2015 durch die Novellierung des Landesmediengesetzes.
- Vergabe von Aufträgen für die Produktion und Sendung von TV-Spots zu Image- und Werbekampagnen des Freistaates unter Beachtung der Sperrfristen vor Wahlen gemäß VwV-Vorwahlzeit.
- Buchung der Ausstrahlung von Dokumentationen über Hilfeinsätze, zum Beispiel beim letzten Hochwasser.

Im Hörfunkbereich werden die Sende- und Leitungskosten nur für nichtkommerzielle private Veranstalter durch die SLM gefördert.

MediaLABcom: Es gibt den Vorschlag, die Lokalsender an der Rundfunkabgabe zu beteiligen. Halten Sie eine solche Finanzierung für gangbar?

Martin Dulig: Unter den derzeitigen rechtlichen Gegebenheiten ist eine direkte Beteiligung privater lokaler Rundfunkveranstalter am Rundfunkbeitrag nicht vorgesehen und wäre im Länderkreis auch nicht mehrheitsfähig. Indirekt erfolgt eine solche Beteiligung bereits durch die Fördermaßnahmen der SLM, die aus Rundfunkbeitragsmitteln finanziert wird.

MediaLABcom: Derzeit torpedieren einige Lokalsender den eigenen Anspruch, einen Beitrag zur Meinungs- und Medienvielfalt zu leisten, indem sie Politiker unkommentiert zu Wort kommen lassen oder tendenziöse Fremdprogramme ausstrahlen. Würde die Formulierung eines öffentlich-rechtlichen Auftrags für Lokalsender einerseits solche Auswüchse eindämmen und andererseits eine Beteiligung an der Rundfunkabgabe ermöglichen?

Martin Dulig: Die oben erwähnte Betrauung sächsischer Lokal-TV-Veranstalter mit Aufgaben zur Sicherung der Meinungsvielfalt kommt einem derartigen Auftrag schon sehr nahe. Die Zukunft wird zeigen, welche Auswirkungen die damit verbundenen erweiterten Fördermöglichkeiten auf die Situation der lokalen Veranstalter haben. Eine Teilhabe am Rundfunkbeitrag ist damit nicht verbunden.

MediaLABcom: Wenn wir drei Jahre in die Zukunft blicken: Wie sieht die Lokal-TV-Landschaft in Sachsen dann aus?

Martin Dulig: Es ist nicht auszuschließen, dass es im Lokal-TV-Bereich zu weiteren Konsolidierungen kommt. Von den in den 1990er Jahren bestehenden etwa 120 Lokal-TV-Veranstaltern gibt es heute noch etwa 55. Das ist nicht allein der schwierigen finanziellen Situation geschuldet, sondern auch dadurch bedingt, dass es sich in vielen Fällen um Ein-Mann-Betriebe handelt und bei Aufgabe aus Altersgründen kein Nachfolger für den Weiterbetrieb des Senders gefunden wird. Ich gehe aber fest davon aus, dass Sachsen auch in Zukunft eine große und vielfältige lokale und regionale Rundfunklandschaft besitzen wird.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Reden wir mal nicht über Flüchtlinge. Oder besser, nur als Randthema. Zeigen wir heute doch einfach mal die steigende Politik- und Parteienverdrossenheit am Beispiel des IT-Gipfels 2014 der Bundesregierung auf. Denn, Heureka! Das DMM - des Digitalministers Meisterwerk - liegt vor. Na endlich: Nach "nur" zwei Jahren und einem Monat gebar das kreißende Digitalministerium mit seinem modebewussten Chef das digitale Förderprogramm des Bundes und der Länder. Sagenhafte 2,7 Milliarden Euro pumpt also "die Regierung" in die bislang mit Breitband unterversorgten Gebiete Deutschlands.

Wohlgemerkt: Die Regierung! Nicht der Steuerzahler! Der hätte die Kosten für den über zweijährigen Aufbau der digitalen Breitbandversorgungsgruppe im Ministerium vermieden. Und natürlich zusätzlich für die Finanzierung durch private Investoren aus dem regionalen Mittelstand genutzt. Und würde die Kommunen nicht noch auf Basis von Regierungsnoten (Scoring-Modell) wie dumme Schüler behandeln und bewerten.

Man merkt die Absicht...

Ach ja, beinahe hätte ich die andere Wohltat des betreuenden Versorgungsstaates vergessen: Neben den zwei Milliarden Euro umverteilten Bürgersteuern von "der Bundesregierung" wurden weitere Millionen vom Bund und den Landesregierungen in heldenhaftem Kampf als Kompromiss zur Verfügung gestellt. Rund 700 Millionen Euro haben "die Landesregierungen" "dem Bund" abgerungen. Aus den "Einnahmen der Frequenzversteigerungen für die Mobilfunkbetreiber", in langwierigen Verhandlungen natürlich. Vermutlich in Nachtsitzungen und "Kamingesprächen". Mit viel öffentlichem und veröffentlichtem Wortgeklingel und Selbstlob. Die mobilen Wettbewerber zahlen also fast 25 Prozent der Wahlkampfwohltaten (Zahltag = Wahltag 2017?) des Digitalministers (DM) für ländliche Festnetzbetreiber? Nein. Dort soll ja vor allem durch das schnelle (?) Mobilnetz der nächsten Generation mit der ach so hohen Breitbandgeschwindigkeit endlich auch die zurückgebliebene Bevölkerung der deutschen Randgebiete "an die Zukunft angeschlossen" werden. Also nochmals, Heureka! Nicht Stadt-, sondern Landluft macht kommunikativ. Diese große Koalition in Ländern und Bund lässt uns alle an ihren (Schau?)Kämpfen teilhaben und zeigt: Am DMM werden das Land bzw. seine Infrastrukturen genesen.

...und ist verstimmt

Oder vielleicht doch nicht? Denn die 2,7 Milliarden Euro sind ja wohl fürs Erste nur für "bis zu 50 Mbit/s. im Mobilfunk" gedacht. Gewiss lieben ihn nun auch endlich die Digital Natives, denn endlich dürfen auch die Jungen auf dem Land alle auf einmal und so viel sie wollen Filme und Facebook-Filmchen streamen. Ein Schelm, der auf die Verlangsamung der Übertragungsgeschwindigkeiten hinweist. Als nächstes Beglückungsinstrument wird uns dann sicher die Aufrüstung der bereits x-fach amortisierten Kupferzweidrahtleitungen der Deutschen Telekom AG (Firmenanteilsbesitz des "Bundes" an der "Volksaktie", natürlich nicht "der Steuerzahler", rund 33 Prozent) auf "bis zu 50 Mbit/s" durch Vectoring vom DM als sein und der Regierung Erfolg angepriesen. Und alle Parteifreunde der Großkoalitionäre preisen mit.

Doch der Lobpreis hat einen hohen Preis. In den bisher unterversorgten Landstrichen wird der Grundstein für die nächste Unterversorgung gelegt. Während die EU den Bau von Netzen mit "mindestens 50 Mbit/s" fördert, geht das "der Bundesregierung" zu weit. Ihr reichen offenbar "bis zu" aus. Damit die Telekom nicht zu kurz kommt, wurde sie von der Bundesnetzagentur (BNetzA) schließlich frühzeitig in einer Art "Amtshilfe" gebeten, die für Vectoring benötigten rund 330.000 Kabelverzweiger (KVz) gleich selbst zu verwalten (MediaLABcom [berichtet](#)). Wohl damit der Informationsvorsprung gegenüber potentiellen Wettbewerbern sichergestellt bleibt. Sonst könnte ja das Bundeskartellamt (BKartA) auf die Idee kommen, wegen Wettbewerbsverzerrung zu ermitteln. Ach, Quatsch ist ja auch nur eine Behörde, die von "der Bundesregierung" nicht vom Steuerzahler alimentiert wird. Man bleibt also unter sich. Die Bürger dürfen ja schließlich Steuern zahlen und einmal alle vier Jahre Bundestag und alle vier oder fünf Jahre in den Ländern die von den Parteien ausgesuchten und auf Listen angebotenen Kandidaten abnicken. Alles im Lot also?

Parteien- oder Staatsverdrossenheit?

Offensichtlich nicht. Ein dummer Nestbeschmutzer oder doch ein Schelm, der diese Politik ein Kundensicherungsprogramm der Bundesregierung für ihr Beteiligungsunternehmen Telekom auf Kosten der Verbraucher und Steuerzahler nennt? Seit Jahren ist die Unterversorgung mit Breitband in ländlichen Regionen bekannt. Zunächst wurden kurzerhand die Wirtschaftsförderer der Kommunen und Landkreise zu "Breitbandbeauftragten" umdefiniert. Motto: Wem der Staat ein Amt gibt, dem gibt er auch über Nacht die Sachkenntnis. Ging schief. War wohl zu viel Meinung für so wenig Ahnung bei den Entscheidern. Führte in Bayern ganz offenbar zu einer Telekom-lastigen Beraterlandschaft. Obwohl es aus der TV-Breitbandverkabelung genügend Erfahrung gibt, nutzte "die Bundesregierung" diese nicht.

Und so geht's

Sie erschuf vor neun Jahren den "Breitbandgipfelprozess" aus dem inzwischen der IT-Gipfel der Bundesregierung wurde. Lange wurde versucht, die Einsetzung einer Projektgruppe "Finanzierung von Breitbandnetzen" zu verhindern. Als diese dann offenbar wider aller Hoffnungen der Bundesregierung im November 2014 auch noch ein auf Branchenkonsens basierendes Ergebnis präsentierte, war guter Rat naheliegend. Man gab die Zuständigkeit in die bewährten Mauthände des DM. Und stellte damit sicher, dass es nichts werden konnte mit dem Subsidiaritätsprinzip. Der sicherste Weg, auch den letzten IT-Mittelständler von der Parteien- zur Staatsverdrossenheit zu treiben. Wen stört es denn, wenn nur noch 50 bis 60 Prozent der Wahlberechtigten wählen? Legitimation der Mandatsträger? Die werden doch schließlich von den Parteien aufgestellt und von den Wählern nur gewählt.

Auch Flüchtlinge brauchen Bandbreite

Außerdem sind die Kommunen und ihre Bürger jetzt ja mit Migranten und Flüchtlingen beschäftigt. Und die schaffen die Kommunen. Wenn diese jedoch insbesondere in den ländlichen Regionen viele Menschen aufnehmen, benötigen auch diese potentiellen Mitbürger Breitbandanschluss. Und zwar nicht nur, um Kontakt zu ihren Familien in der Heimat zu halten. Auch die dortigen, vor allem in Ostdeutschland meist mittelständischen Unternehmen benötigen Bandbreite, wenn sie ihnen Ausbildung und Arbeitsplätze bieten sollen. Sonst gehen sie und die Migranten dorthin, wo sie diese finden. In die Städte.

Bandbreite bis 2018

Doch gemacht, wollen wir doch den MM (modischsten Minister) nicht mit "der Regierung" ausschütten. Diese uns Wahlbürger umsorgende Bundesregierung hat schließlich versprochen, bis 2018 haben wir alle, also flächendeckend, einen Internetanschluss mit 50 Mbit/s. Erst "mindestens", jetzt nur noch "bis zu". Erfolgskontrolle bei den Wahlen 2017 ist also schlicht nicht möglich. Noch Fragen? Zur Partei- oder Wahlverdrossenheit?

Chance für die AfD oder FDP?

Wenn nun eine Oppositionspartei, ob inner- oder außerparlamentarisch im Gegensatz zu "der" für uns Bürger sorgenden "Bundesregierung" in just deren Server des Breitbandgipfels 2014 schauen sollte, würde sie zumindest ein Wahlkampfthema finden. Dort schlummert es unter dem [Link](#). Vergessen von "der Bundesregierung" und "den Landesregierungen", die es alle mit beschlossen haben. Kein Zwei-Milliarden-Euro-Programm aus Staatsknete: ein 6 bis 15 Milliarden schweres Programm aus rentierlichen Privatinvestitionen. Auch zur Alterssicherung für "Noch-Nicht-Rentner" wegen vier- bis sechsprozentiger Verzinsung geeignet!

Im Teil 1 dieses Gipfeldokumentes wird gezeigt, wie - statt bzw. über die 12,5 bis 13,5 Prozent (Bund-/Länderprogramm von 2,7 Milliarden Euro direkte/indirekte Steuergelder) des benötigten Investitionsvolumens von mindestens 20 bis 22 Milliarden Euro hinaus - zunächst weitere 20 Prozent, nämlich 6 Milliarden Euro, ohne jegliche Steuergelder finanziert werden können (Lesen Sie hierzu auch die [Meldung des FRK](#) zur Umsetzung der Beschlüsse des IT-Gipfels 2014). Dies sind immerhin 40 Prozent oder vier der zehn Millionen unterversorgten Haushalte in Deutschland. Und zwar mit "mindestens" 50 Mbit/s, nicht mit Kupferdraht, sondern mit Glasleitungen (FTTB/FTTH).

Fazit

Mittelständler sind gewohnt, die helfende Hand nicht bei "der Bundesregierung" oder "den Ländern" bzw. "dem Staat" zu suchen. Sie schauen immer erst am Ende des eigenen Armes. Deshalb sind, offenbar unbemerkt vom "Staat" oder dem DM, teilweise in enger Kooperation mit der jeweiligen Kommune entsprechende Projekte mit bereits zum Projektstart über 60 Prozent Nutzerdichte realisiert. Die Mittelständler setzten lediglich ihre Finanzierungserfahrungen aus der Fernsehkoaxialverkabelung der 80er und 90er Jahre des letzten Jahrhunderts erneut um.

Der Frust über Regierungspolitik sitzt inzwischen auch bei den IT-Mittelständlern tief. Nicht nur über den bevormundenden, sondern auch über den alles an sich ziehenden, besserwisserischen Staat. Mal sehen, wer die brachliegenden Stimmen im Mittelstand in den Landtagswahlen 2016 und der Bundestagswahl 2017 nutzt.

Ich tippe nicht mehr auf die FDP, die ehemalige Partei der Subsidiarität. Eher auf die AfD, die vor allem in Ostdeutschland im Mittelstand immer mehr Anklang findet, so sie sich nicht weiterhin nur als Ein-Themen-Partei profiliert, sondern unter anderem auch das Subsidiaritätsprinzip, die wirtschaftliche Ausformung der Sozialen Marktwirtschaft als Freiheitsprinzip, als Alternative für allzuständiges Regierungshandeln, entdeckt.

Nervös. So lässt sich der Gemütszustand derer beschreiben, die ihr Schicksal in den Händen der Medienpolitik, genauer gesagt der Bund-Länder-Kommission wännen, die eine konvergente Medienregulierung entwickeln soll, die der disruptiven digitalen Welt gerecht wird. Auf den Münchener Medientagen 2015 waren die Vertreter der Kreativwirtschaft nicht etwa nervös, weil amerikanische Digitalkonzerne den deutschen Markt überrollen, sondern weil die deutschen Regulierer-Mühlen langsam mahlen.

"Nur diese eine Chance"

Die Bund-Länder-Kommission wurde vor rund 2,5 Jahren ins Leben gerufen. Im Juli dieses Jahres gab es eine Anhörung und im November trifft man sich noch einmal, um den ersten Zwischenbericht vorzubereiten, der dann im Dezember präsentiert werden soll. Das klingt erst einmal nach Tempo, doch die Kreativwirtschaft kaut dennoch an den Fingernägeln. Sie befürchtet, dass sich zu wenig oder im schlimmsten Fall sogar rein gar nichts ändert und die Politik die letzte Chance vertut, für Rechtssicherheit und Chancengleichheit auf einem immer globaler werdenden Medienmarkt zu sorgen.

"Wir haben nur diese eine Chance", sagte Tobias Schmid, Präsident des Verbands Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT), auf den Medientagen. Wenn sich in dieser Legislaturperiode der großen Koalition nichts bewege, passiere in den nächsten sieben Jahren überhaupt nichts, befürchtet Schmid. Insbesondere wenn sich die politischen Machtverhältnisse innerhalb der EU-Kommission ändern, müsse man wieder von vorne anfangen. Sprich: Jetzt haben wir schon einmal einen deutschen Digitalkommissar, da sollte man den auch nutzen.

Kein Wunder, dass der VPRT bereits Gespräche mit Organisationen in anderen EU-Ländern aufgenommen hat. "Deutschland muss der Schrittmacher sein", fordert Schmid, denn die Diskussion sei hierzulande bei einigen Themen weiter vorangeschritten als in anderen Ländern.

Von Must-carry zu Must-be-found

Kritik kommt hingegen aus dem Lager der sogenannten Intermediäre, die ebenfalls Thema bei der Bund-Länder-Kommission sind. Aus Sicht von Jan Kottmann, Leiter des Bereichs Medienpolitik für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei Google Germany, tauchen einige "deutsche" Problemstellungen in anderen Ländern nicht auf, da Deutschland versuche, tradierte Muster in die digitale Welt zu übertragen. Als Beispiel nannte er auf den Medientagen beim Thema Public Value und Auffindbarkeit den Wandel von Must-carry in Must-be-found. "So etwas gibt es in anderen Ländern nicht", sagte Kottmann.

Tatsächlich wird jedoch auch in Großbritannien und Frankreich diskutiert, wie welche Inhalte in den digitalen Medien aufgefunden werden sollen. "Mir ist kein Fall bekannt, in dem Public Value nicht auffindbar gewesen wäre", sprach der Vertreter einer Suchmaschine. Für ihn steht die Netzneutralität im Vordergrund. Er sieht die Problematik vielmehr in Flaschenhälsen, die entweder durch mangelnden Netzausbau oder gar künstlich durch die Netzbetreiber verursacht werden.

Machtverhältnisse

Die Diskussion rund um die Netzneutralität ruht in der Bund-Länder-Kommission, da das Thema derzeit im Trialog bei der EU auf der Agenda steht - Ausgang ungewiss. Zumindest wollen die Marktteilnehmer, Netzbetreiber wie Inhabeanbieter, keine konkreten Aussagen dazu machen, wer in Zukunft an wen zahlen wird. Für den VPRT ist klar, dass die Netzbetreiber den Wert ihrer Inhalte berücksichtigen müssen. Die wiederum argumentieren, dass der Inhalt ohne Netz - und damit ohne Rezipienten - wertlos ist.

"Man muss schauen, wie sich die Machtverhältnisse entwickeln", sagte Wolfgang Klopff, Leiter des Zentralbereichs Politik und Regulierung bei der Deutschen Telekom, auf dem Infrastrukturgipfel der Medientage. Wer auch immer der Mächtigere sein wird - Netzbetreiber oder Inhabeanbieter - es ändert nichts an der Ausgangssituation, dass beide einander brauchen. Ein Netz ohne Inhalt ist genauso wertlos wie ein Inhalt ohne Netz.

Kein Durchbruch beim Kartellrecht

Die Nervosität mag auch darin begründet sein, dass sich die Bund-Länder-Kommission praktisch nicht in die Karten schauen lässt. Möglicherweise verfügt die ein oder andere Arbeitsgruppe über kein gutes Blatt. So zeichnet sich zum Beispiel beim Kartellrecht noch kein Durchbruch ab, so dass man sagen könnte, dass eine der beiden einst geplanten Videoplattformen der privatfinanzierten bzw. öffentlich-rechtlichen TV-Anbieter nach einer Novellierung des Kartellrechts genehmigt werden könnte.

Einzig bei der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD) drückt die Kommission aufs Tempo, denn Brüssel setzt Fristen. Anfang November muss die deutsche Position zur Novellierung der Richtlinie in Brüssel vorliegen. Sicherheitshalber verkündete Wolfgang Wohnhas vom Ministerium für Kultur und Medien im Bundeskanzleramt und Mitglied der Bund-Länder-Kommission auf den Medientagen, dass Brüsseler Fristen nicht immer eingehalten würden.

Weniger quantitative, mehr qualitative Vorschriften

Viel ist über die deutsche Position zur Novellierung der AVMD-Richtlinie nicht bekannt. Der Anwendungsbereich soll erweitert werden, eine abgestufte Regulierung soll für sämtliche redaktionell erstellten Beiträge gelten und das Ungleichverhältnis zwischen linearen und non-linearen Inhalten aufheben. Die quantitativen Vorschriften zur Werbung sollen wegfallen. Stattdessen sind qualitative Vorschriften angedacht, die den Jugendschutz sowie das Werbeverbot für Alkohol und Tabak berücksichtigen.

So kommt Annette Kümmel, Leiterin Medienpolitik der ProSiebenSat.1 Media SE, nicht umhin, den derzeitigen Status als Reförmchen zu bezeichnen. Sie fordert, dass die Position zur AVMD-Richtlinie an die obersten politischen Spitzen herangetragen wird, damit man sie in Brüssel durchsetzen kann.

Von Ex-Ante- zur Ex-Post-Regulierung

Dabei steht noch die Antwort auf die Frage aus, in welchen Bereichen man auf Entscheidungen aus Brüssel warten muss und welche ohne die EU auf nationaler Ebene vorangetrieben werden können. Das betrifft zum Beispiel die Plattformregulierung. Fest steht, dass die Ex-Ante-Regulierung mehrheitlich der Vergangenheit angehört. "Der typisch deutsche Vorsorgegedanke in der Regulierung wird auf Dauer nicht mehr funktionieren", sagte Jürgen Brautmeier, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), in München. Bei einer Ex-Post-Regulierung bräuchten die Regulierer laut Brautmeier jedoch auch die passenden Instrumente, um Vielfalt zu sichern und Chancengleichheit zu gewährleisten.

Rundfunk im Internet

Das gilt insbesondere dann, wenn es zu einer Deregulierung kommt, die von den Netzbetreibern gefordert wird. "Es wird versucht, alte Positionen in die Zukunft zu retten", kritisiert Christoph Clément, Director Legal, Regulatory & Corporate Security in der Geschäftsleitung von Vodafone Deutschland.

Das sehen die Inhabeanbieter naturgemäß anders. Sie fordern zwar keine Bevorzugung per se, sind aber der Meinung, dass dem Rundfunk Vorfahrt im Internet gewährt werden müsse, wenn er auch in Zukunft einen besonderen Auftrag innehat, oder zumindest eine Benachteiligung ausgeschlossen werde. So verstehen die Fernsehsender zumindest eine abgestufte Regulierung. Ob das Brüssel und die Bund-Länder-Kommission auch so sehen, wird sich noch zeigen.

Nach Safe-Harbor-Urteil des EuGH: Auswirkungen auf TK-Unternehmen

RA Ramón Glaß

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat im Urteil vom 6. Oktober 2015 (Rechtssache C-362/14) das Safe-Harbor-Abkommen zwischen den USA und der Europäischen Union vom 26. Juli 2000 für ungültig erklärt. Für Telekommunikationsunternehmen ergeben sich aus diesem Urteil unterschiedliche Fragestellungen.

Safe-Harbor-Abkommen: Im Einklang mit EU-Vorschriften

Grundsätzlich ist die Übermittlung von personenbezogenen Daten in Länder außerhalb der EU nicht möglich, weil diese Länder häufig ein nicht mit dem EU-Recht vergleichbares Schutzniveau in Sachen Datenschutz aufweisen. Gleichwohl konnten solche Daten ausnahmsweise übermittelt werden, wenn entweder der Betroffene der Übermittlung ausdrücklich zugestimmt hat oder sichergestellt ist, dass das andere Unternehmen ein mit EU-Recht im Einklang befindliches Schutzniveau hat. Um den wirtschaftlichen Verkehr jedoch nicht übermäßig einzuschränken und Unternehmen die Möglichkeit zu geben, auch in Nicht-EU-Länder personenbezogene Daten zu übermitteln, bestehen zahlreiche Abkommen mit Drittländern bzw. Entscheidungen der Europäischen Kommission, nach denen bestimmten Drittländern ein entsprechendes Datenschutzniveau attestiert wird.

Unter dem Safe-Harbor-Abkommen versteht man eine Entscheidung der Europäischen Kommission vom 26. Juli 2000, wonach personenbezogene Daten an Unternehmen aus den USA, die sich dem Abkommen und den in ihm aufgestellten Kriterien unterwerfen, im Einklang mit der europäischen Datenschutzrichtlinie übermittelt werden durften. Mit seinem Urteil hat der EuGH nunmehr entschieden,

dass das Safe-Harbor-Abkommen zwischen den USA und der EU ungültig ist.

Beschwerde gegen Facebook bringt Stein ins Rollen

Der EuGH wurde von dem irischen High Court angerufen, weil der Österreicher Max Schrems eine Beschwerde gegen Facebook anstregte. Hintergrund seiner Beschwerde war der Datenaustausch der europäischen Facebook-Tochter, die in Irland sitzt, mit der in den USA ansässigen Muttergesellschaft. Dieser Datenaustausch basierte auf dem Safe-Harbor-Abkommen. Der irische High Court wiederum hat den EuGH angerufen und unter anderem um die Klärung der (vereinfachten) Frage gebeten, ob das Safe-Harbor-Abkommen für Datenschutzbehörden verbindlich ist oder nicht.

Der EuGH hat nunmehr in seinem Urteil klargestellt, dass das Safe-Harbor-Abkommen ungültig ist, weil die Europäische Kommission keine Befugnisse habe, für die nationalen Kontrollstellen verbindliche Abkommen zu treffen. Solche Kontrollstellen sind öffentliche, unabhängige Stellen in den jeweiligen Mitgliedstaaten, die mit der Überwachung der Datenschutzvorschriften beauftragt wurden. Die nationalen Kontrollstellen haben stattdessen weiterhin die Kompetenzen und Befugnisse, selbst Ermittlungen und Prüfungen anzustellen. Der EuGH führt hierzu wörtlich aus:

"Nach alledem ist auf die vorgelegten Fragen zu antworten, dass Art. 25 Abs. 6 der Richtlinie 95/46 im Licht der Art. 7, 8 und 47 der Charta dahin auszulegen ist, dass eine aufgrund dieser Bestimmung ergangene Entscheidung wie die Entscheidung 2000/520, in der die Kommission feststellt, dass ein Drittland ein angemessenes Schutzniveau gewährleistet, eine Kontrollstelle eines Mitgliedstaats im Sinne von Art. 28 der Richtlinie nicht daran hindert, die Eingabe einer Person zu prüfen, die sich auf den Schutz ihrer Rechte und Freiheiten bei der Verarbeitung sie betreffender personenbezogener Daten, die aus einem Mitgliedstaat in dieses Drittland übermittelt wurden, bezieht, wenn diese Person geltend macht, dass das Recht und die Praxis dieses Landes kein angemessenes Schutzniveau gewährleisteten."

Letztlich kommt der EuGH zu folgendem Ergebnis: "Aus den vorstehenden Erwägungen ist der Schluss zu ziehen, dass die Entscheidung 2000/520 [das Safe-Harbor-Abkommen, Anmerkung des Autors] ungültig ist."

Es drohen Bußgelder bei Missachtung

Die Entscheidung des EuGH führt dazu, dass jede Übermittlung personenbezogener Daten in die USA, und insbesondere solche, die allein aufgrund des Safe-Harbor-Abkommens getätigt wurde, inhaltlich zu prüfen ist. Solche Übermittlungen können mit sofortiger Wirkung unwirksam sein und Bußgelder nach sich ziehen.

Hierunter fallen nicht nur Übermittlungen von einem Unternehmen zu einem anderen (beispielsweise bei der Speicherung von Daten auf Cloud-Servern in den USA oder im Falle der Übermittlung an ein Inkassounternehmen mit Sitz oder Servern in den USA), sondern insbesondere auch konzerninterne Übermittlungen - wie der der Entscheidung zugrunde liegende Fall deutlich zeigt.

Betroffen sein dürften insbesondere solche Unternehmen, hinter denen eine US-amerikanische Holdinggesellschaft steht, denn hier dürfte die Einrichtung von konzernweiten Kundendatenbanken ebenso wie die Einrichtung von Personalinformationssystemen zwangsweise mit der Übermittlung personenbezogener Daten in die USA einhergehen.

Vorsicht bei der Verwendung von Google Analytics

Auch für den Fall, dass das Unternehmen selbst keine personenbezogene Daten in die USA übermitteln, kann die Übermittlung gleichwohl rechtswidrig sein; insbesondere dann, wenn das Unternehmen mit einem Dienstleister zusammenarbeitet, der wiederum personenbezogene Daten in die USA übermittelt (beispielsweise bei einem Anbieter von Mail-Dienstleistungen oder unter Umständen auch der Nutzung von Google Analytics).

Für Telekommunikationsanbieter dürfte das Urteil des EuGH aber auch neue Möglichkeiten eröffnen: Die Einrichtung einer End-to-End-Verschlüsselung oder eines direkten Datentransports vom Absender zum Empfänger ohne Umwege über die USA können wettbewerbliche Vorteile schaffen. Nicht zuletzt durch die Snowden-Enthüllungen sind der Bedarf nach sicherer Kommunikation und die Nachfrage nach (Cloud-)Produkten "made in Germany/EU" deutlich gestiegen.

Ramón Glaß ist Rechtsanwalt bei der Kanzlei Schalast & Partner. Gegründet im Jahr 1998 als Boutique für M&A und Tat 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.

EU-Digitalkommissar Günther Oettinger will einen einheitlichen Markt für digitale Angebote in Europa schaffen, um mehr Schlagkraft im Wettbewerb mit den USA und Asien zu gewinnen. Nationale Grenzen müssten überwunden werden, um die digitale Wettbewerbsfähigkeit europäischer Unternehmen zu stärken, sagte Oettinger auf dem [FRK-Breitbandkongress 2015](#) in Leipzig. Als Beispiele nannte er grenzüberschreitende Lösungen bei der Frequenzvergabe sowie ein einheitliches Urheber- und Datenschutzrecht. An diese Gesetze müssten sich nicht nur europäische, sondern auch ausländische Unternehmen halten, die ihre Dienste in Europa anbieten wollen, betonte Oettinger. Bei den Roaming-Gebühren ist es der EU-Kommission bereits gelungen, Europa zu vereinheitlichen. Ab 15. Juni 2017 fällt der Aufschlag für die Mobilfunknutzung im EU-Ausland weg: Der Inlandstarif gilt dann auch im Ausland.

Die weiteren Gesprächsrunden des Kongresses befassten sich mit dem Ausbau der Breitbandnetze in Deutschland, Fördermöglichkeiten und Geschäftsmodellen sowie Veränderungen im Mediennutzungsverhalten. Die Teilnehmer stimmten darin überein, dass die von der Bundesregierung angestrebte Internet-Datenrate von 50 Mbit/s für alle Haushalte bis 2018 längst nicht ausreichen wird, den künftigen Bandbreitenbedarf zu decken. Mit HD-Streaming auf mehreren Fernsehern innerhalb eines Haushalts, Ultra-HD-Filmabrufen in Online-Videotheken und selbstfahrenden Autos, in denen sich die Fahrzeuginsassen die Zeit mit Film- und Serien-Streaming bei Netflix, maxdome & Co. vertreiben, zeichnen sich erste Anwendungsszenarien für Hochgeschwindigkeitsnetze ab - nicht nur in der Stadt, sondern auch auf dem Land.

Neues vom FRK

FRK fordert Umsetzung der Beschlüsse des IT-Gipfels 2014 anstelle von Ignoranz der Ergebnisse

Mit ihrem 2-Milliarden-Euro-Programm ignoriere die Bundesregierung die eigenen Dokumente, argumentiert der Fachverband Rundfunk und BreitbandKommunikation (FRK). Die 2 Milliarden Euro könnten statt 12,5 über 70 Prozent der bisher unterversorgten Haushalte mit Glasfaser anstelle mit veralteter Technik erschließen.

"Würde die Bundesregierung den eigenen IT-Gipfelprozess ernst nehmen, würde sie wenigstens ihre eigenen [Ergebnisdokumente](#) lesen. In diesen findet sich nämlich seit exakt einem Jahr die klare Aussage, dass von zehn Millionen unterversorgten Haushalten rund vier Millionen ohne öffentliche Gelder über private Investoren versorgt werden können," erklärte der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte zu dem in der Presse zitierten 2-Milliarden-Euro-Förderprogramm des Bundes.

Der Verbandssprecher rechnete vor, dass diese vier Millionen Haushalte bei einer durchschnittlichen Investitionssumme für FTTB oder FTTH von 1.500 Euro pro Haushalt auch in bisher benachteiligten Regionen Bandbreiten von mindestens und nicht nur bis zu 50 Mbit/s angeschlossen werden können. Privatinvestoren könnten "angesichts der von der Bundesregierung unterstützten Bemühungen der EZB, die Zinsen gegen Null zu drücken, immerhin zwischen 4 und 8 Prozent erzielen. Entsprechende Best-Practice-Beispiele interessierten die IT-Gipfelstürmer aber offenbar nicht", meint Labonte. Sie seien zur Besichtigung auch Herrn Dobrindts Ministerium angeboten worden.

Seriöse Schätzungen gehen für den Anschluss der unterversorgten zehn Millionen Haushalte von insgesamt mindestens zu investierenden 20 Milliarden Euro aus. "Damit reicht das vorgelegte Finanzierungsprogramm gerade für 12,5 Prozent des Finanzbedarfes", rechnet Labonte weiter vor.

Würden die Verantwortlichen der Bundesregierung ihre eigenen Gipfelpapiere lesen, so wüssten sie: Vier Millionen Haushalte werden zu 1.500 Euro pro Haushalt mit FTTB/FTTH von Privatinvestoren in Kooperation mit Sparkassen- und Bankfonds angeschlossen. Dies bedeutet ein privates Investitionsprogramm in Höhe von 6 Milliarden Euro.

Geht man davon aus, dass die verbleibenden sechs Millionen Haushalte für durchschnittlich 2.500 Euro mit FTTB/FTTH versorgt werden können, so könnte das vorgelegte Regierungsprogramm helfen, über verlorene Zuschüsse weitere zwei bis drei Millionen Haushalte anzuschließen. Die Bundesregierung bevorzuge stattdessen ein "mittelstands- und kommunalfeindliches Bürokratiemonster", kritisiert Labonte.

"Statt immerhin rund 70 bis 75 Prozent der unterversorgten Haushalte endlich mit einem realistischen Konzept anzuschließen, wird jetzt rein statistisch der Anschluss von 12,5 Prozent vollmundig angekündigt", erklärte der Kabelunternehmer und Verbandssprecher. Dies würde dann allerdings nicht mit der Übergangstechnologie Vectoring durch die Telekom sondern mit zukunftsicherer Glasfaser bis ans oder ins Haus erfolgen. Damit würden die ländlichen Regionen Deutschlands an die Weltspitze der IT-Infrastrukturen katapultiert.

"Aber offenbar wollen das Digitalministerium und die Bundesregierung lieber ihr dividendenorientiertes Bundesunternehmen Telekom fördern anstatt Deutschland infrastrukturell zum Beispiel mit Silicon Valley, Korea oder China wettbewerbsfähig zu machen", erklärte Labonte abschließend, "sonst würde man ja die eigenen IT-Gipfeldokumente am Ende noch ernst nehmen müssen".

Neues vom BLTV

Verbandsvorsitzender Klaus Dieter Böhm verlässt den Vorstand

Der Vorstandsvorsitzende des Bundesverbandes Lokal TV (BLTV) verließ den Vorstand zum 6. Oktober 2015. Mit ihm beendet auch Beisitzerin Judith Noll ihre Tätigkeit im Vorstand.

Dazu erklärt der Vorstand des BLTV: "Klaus Dieter Böhm und Judith Noll gehören zu den Gründungsmitgliedern des Bundesverbandes. Unter der Führung seines ersten Vorsitzenden hat der Verband zentrale Aufbauarbeit zur Sicherung der Gattung Lokalfernsehen leisten können und den Sendern eine Stimme gegenüber der Politik und den Landesmedienanstalten gegeben. Klaus Dieter Böhm und Judith Noll haben in außerordentlichem Maße dazu beigetragen, dass der Verband bundesweit wahrgenommen werden konnte. Zentrale Verbandsthemen wie die Teilhabe der Lokalsender an den Einnahmen des ARD/ZDF-Rundfunkbeitrages konnten dank der aktiven Arbeit der beiden Vorstandsmitglieder weiter vorangetrieben werden. Dieses Schwerpunktthema des bisherigen Vorsitzenden wird BLTV weiter mit aller Kraft verfolgen. Der Vorstand des Bundesverbandes Lokal TV dankt Klaus Dieter Böhm und Judith Noll für das ehrenamtliche Engagement und die erbrachten Leistungen der vierjährigen Aufbauarbeit des Verbandes."

Klaus Dieter Böhm und Judith Noll, die die Sender Salve.TV und Rhein-Main TV im BLTV vertraten, treten nach vierjähriger Amtszeit auf eigenen Wunsch hin nicht wieder zur Vorstandswahl an.

René Falkner neuer BLTV-Vorstandsvorsitzender

Der langjährige Geschäftsführer der Sachsen Fernsehen GmbH ist auf der Mitgliederversammlung des Bundesverbandes Lokal TV (BLTV) am 6. Oktober 2015 in Leipzig zum neuen Vorsitzenden gewählt worden.

Der Diplom-Kaufmann Falkner gehört zu den profiliertesten Akteuren im deutschen Lokalfernsehen, führte u.a. die Metropolenprogramme "Leipzig Fernsehen" und "Dresden Fernsehen" und setzte mit der Gründung des lokalen Spartenprogramms "8Sport" neue Akzente in der TV-Landschaft.

Zur Wahl erklärt der neue Vorstandsvorsitzende René Falkner: "Lokalfernsehen in Deutschland ist eine starke Marke. Kein anderes Medium kennt und versteht seine Zuschauer besser und berichtet ausführlicher von den Brennpunkten der Städte und Regionen. Aber dieses Medium ist in Gefahr! Falsche politische Rahmenbedingungen und eine fehlende Unterstützung des Kulturgutes Lokal- und Regionalfernsehen haben zahlreiche Betreiber in Deutschland an den Rand des Zusammenbruchs gebracht. Lokalfernsehen in Deutschland braucht eine neue, erweiterte Finanzierungs- und Fördergrundlage, neue Konzepte und innovative Formate. Dafür steht der Bundesverband Lokal TV, dafür trete ich mit aller Kraft ein."

Als stellvertretender Vorstandsvorsitzender wurde das bisherige Vorstandsmitglied Mike Bielagk (KabelJournal) im Amt bestätigt. Neuer Schatzmeister ist Sebastian Labonte (LMV), der bisherige Schatzmeister Heinz-Peter Labonte bleibt dem Vorstand als Besitzer erhalten. Neu in den Vorstand wurde darüber hinaus Marcus Ahrens vom Regionalfernsehen Harz (RFH) gewählt.

Der neue Vorstand wurde von den Mitgliedern satzungsgemäß für zwei Jahre ins Amt berufen.

Echte Regionalität nur im Lokal-TV

Die von der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) in Dresden veröffentlichte Studie "Qualifiziertes Lokal-TV" stellt den lokalen und regionalen Fernsehveranstaltern und ihren Produktionen inhaltlich sowie technisch zahlreiche Bestnoten aus.

Unter anderem kommt die Studie zu dem Ergebnis, dass das Lokalfernsehen seinem Publikum ein umfassendes vielfältiges Themenspektrum von Politik über Wirtschaft, Kultur, Soziales, Natur und Sport bietet. So sind der Untersuchung zufolge 91 Prozent der Beiträge gut recherchiert und professionell hergestellt (84 Prozent). Die technische Qualität der Programme wird bei 90 Prozent des untersuchten Materials als hochwertig eingestuft.

Trotz eines geringen Budgets lägen die Produktionen auf einem beachtlichen Niveau, so das Fazit der Studie. Lokal-TV liefert seinen Zuschauern ein aktuelles Bild des Geschehens in der Region und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt und Meinungsbildung.

Dazu erklärt Mike Bielagk, Vorstand des Bundesverbandes Lokal TV (BLTV): "Die Studie belegt die gewachsene Professionalität der regionalen und lokalen Fernsehveranstalter in Sachsen und die hohe Verantwortung der Sender für ihre Region. 97 Prozent der Sendungen im Lokal-TV, so besagt es die aktuell vorgelegte Untersuchung der SLM, weisen einen deutlichen Regionalbezug auf und richten sich an die gesamte Bevölkerung des Verbreitungsgebietes. Gleichzeitig müssen wir feststellen, dass der öffentlich-rechtliche Mitbewerber in Sachsen, MDR Fernsehen, immer weniger Informationssendungen und regionale Inhalte bietet und sich stärker dem Bereich Unterhaltung widmet. Es zeichnet sich ab, dass nicht die öffentlich-rechtlichen Veranstalter mit ihren hochwertig ausgestatteten Regionalstudios zur Vielfalt in der audiovisuellen Berichterstattung und zur Meinungsbildung in der Region beitragen, sondern die oftmals finanzschwachen Lokal-TV-Sender."

Eine Untersuchung der Otto-Brenner-Stiftung kam bereits im Juli dieses Jahres zum Ergebnis, dass die regionale Berichterstattung im MDR Fernsehen lediglich 10 Prozent ausmache, gleichzeitig nehme die Unterhaltung deutlich mehr Raum ein als die Information. Der MDR kam demnach insgesamt lediglich auf einen Informationsanteil von 37 Prozent.

Der Bundesverband Lokal TV (BLTV) beobachtet diese Tendenzen seit Jahren schon im gesamten Bundesgebiet und setzt sich daher für ein gerechteres Rundfunkbeitragsmodell ein. Der BLTV unterstreicht die Notwendigkeit einer Beteiligung der Anbieter von Lokal-TV am Finanzierungsmodell der öffentlich-rechtlichen Anstalten, ähnlich, wie bereits in anderen europäischen Nachbarstaaten üblich.

Durch ihre einzigartige, thematische Nähe zum Sendegebiet können die Lokalsender, die seit vielen Jahren einen quasi öffentlich-rechtlichen Auftrag erfüllen, mit einer Teilhabe an der neuen Rundfunkgebühr auch zur Akzeptanz des Rundfunkbeitrages in der Bevölkerung beitragen.

Die Zusammenfassung der Studie kann auf der [SLM-Webseite](#) heruntergeladen werden.

Veranstaltungshinweise

Dr. Jörn Krieger

Eutelsat startet Installateurstreffen

Ab November 2015 bietet der Satellitenbetreiber Eutelsat die ersten Installateurstreffen. Es werden nicht nur Themen von Eutelsat präsentiert, vielmehr werden dem Fachbetrieb auch die Neuerungen bei Ultra HD, DVB-T2, DAB+ und vieles mehr vorgestellt. Abgerundet wird jedes Treffen durch die Präsentation der neuen Tooway-Produkte (Internet via Satellit). Ein Installateurstreffen dauert rund 3,5 Stunden und findet je nach Ort vor- oder nachmittags statt.

Infos & Anmeldung: <http://www.eutelsat-seminar.de>

Tagung zur Zukunft der Bürgermedien

Vom ersten Offenen Kanal 1984 in Ludwigshafen haben sich Bürgermedien innerhalb von drei Jahrzehnten zur festen Größe im Mediensystem der Bundesrepublik entwickelt. Wie sich angesichts des radikalen Medienwandels die Zukunft der Bürger- und Ausbildungsmedien als dritte Säule im Mediensystem sichern lässt, beleuchtet die Tagung "Zukunft der Bürgermedien", die der Bundesverband Bürger- und Ausbildungsmedien (BVBAM) gemeinsam mit der Friedrich-Ebert-Stiftung am 11. November 2015 in Berlin durchführt. Zu den Referenten zählen Michael Konken (DJV), Jochen Fasco (DLM), Thomas Leif (SWR) und Marc Jan Eumann (SPD).

Infos & Anmeldung: <http://www.fes.de/oas/portal/pls/portal/filefunctions.download/PLAKON/VERANSTALTUNG/190206/>

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

DNMG und M7 verlängern Kooperation bis 2021

Der Plattformbetreiber M7 Deutschland und die Deutsche Netz Marketing GmbH (DNMG) verlängern ihre Zusammenarbeit bis 2021. Der Dienstleister, der die Interessen von über 185 unabhängigen lokalen und regionalen Netzbetreibern in Deutschland, Österreich und der Schweiz vertritt, bietet den Unternehmen im Zuge einer exklusiven Vermarktungspartnerschaft mit M7 digitale TV-Programme und Dienste via Satellit zur Weiterverbreitung und Vermarktung in ihren Kabelanlagen an.

Ziel sei die Stärkung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit mittelständischer Netzbetreiber bei der digitalen Medienversorgung, teilten die Partner mit. Das Abkommen sichere den in der DNMG organisierten Netzbetreibern die langfristige Verfügbarkeit der Vorleistungsprodukte von M7 zu wirtschaftlich rentablen Bedingungen.

Beide Parteien planen zudem langfristige Marketing- und Vertriebsaktivitäten, um die Marktdurchdringung digitaler TV-Angebote in den Kabelnetzen zu steigern. Ein Schwerpunkt wird die Vermarktung der HD-Programme deutscher Free-TV-Sender sein, die von M7 im Paket "BasisHD" angeboten werden,

sowie die Vermarktung fremdsprachiger Programme. Die neue Multiscreen-Lösung "BasisHD Now" bringt die Kabel-TV-Sender zudem auf Smartphones und Laptops.

Grundlage der M7-Angebote ist der KabelKiosk, den das Unternehmen im Mai 2014 vom Satellitenbetreiber Eutelsat übernommen hatte.

Eusanet und Eutelsat bieten WLAN-Internet via Satellit für Kommunen

Der Internet-via-Satellit-Anbieter Eusanet und Eutelsat Broadband, die Breitbandtochter des Satellitenbetreibers Eutelsat, bringen eine neue Lösung für die Breitbandversorgung von Gemeinden auf den Markt, die satellitengestützte Internetdienste mit WLAN-Funknetzen verbindet. Der Clou: Die Nutzer benötigen keine Satellitenschüssel, sondern lediglich eine WLAN-Antenne.

Zum Start der Kooperation nahmen die Partner Ende September 2015 ein erstes Versorgungsnetz in der Gemeinde Oberried/St. Wilhelm im Hochschwarzwald in Betrieb. Der Internetzugang wird dabei über den Eutelsat-Satelliten KA-SAT (9° Ost) hergestellt, während die Versorgung der Einwohner vor Ort drahtlos über WLAN-Funkanlagen erfolgt, die über sendefähige Satellitenschüsseln mit KA-SAT verbunden sind. Die Datenraten betragen bis zu 30 Mbit/s im Downstream und bis zu 5 Mbit/s im Upstream pro Haushalt. Hinzu kommt ein Voice-over-IP-Telefonanschluss mit Festnetz-Flatrate. Zur Versorgung der Teilnehmer mit digitalem Satellitenfernsehen laufen erste Tests. Die Kunden benötigen lediglich einen Router und eine vom Anbieter kostenlos bereitgestellte 12-Zentimeter-Außenantenne, um die Breitbanddienste nutzen zu können. Das Netz hat eine Versorgungskapazität von mehreren hundert Teilnehmern.

"Die WLAN-Ortsnetzlösung ist aufgrund unseres technischen Know-hows sowie der vorhandenen Breitbandkapazitäten auf KA-SAT rasch installiert und betriebsbereit. So vergingen vom Baubeginn bis zur Aufschaltung erster Kunden lediglich drei Tage. Ich kenne keine Breitbandversorgungslösung für Gemeinden, die nur annähernd so schnell hochleistungsfähige Breitbanddienste bereitstellt", sagte Eusanet-Geschäftsführer Stephan Schott. Ein weiterer Vorteil sei das geringe Investitionsvolumen, da keine aufwändigen Baumaßnahmen notwendig seien, etwa zur Leitungsverlegung. Das System könne daher ohne langwierig zu beantragende, staatliche Zuschüsse rasch in Eigenregie der Gemeinden aufgebaut werden.

"Die Kombination von Breitband via Satellit mit WLAN-Ortsnetzen treibt den Breitbandausbau auf dem Land voran. Die Reaktionen auf das erste gemeinsame Projekt von Eusanet und Eutelsat Broadband bestätigen eindrucksvoll unsere Strategie", sagte Schott. "Wir verzeichnen eine extrem hohe Nachfrage, uns liegen kurz nach Inbetriebnahme des Netzes bereits zahlreiche Anmeldungen vor. Unsere Erwartungen zum Vermarktungsstart wurden mehr als übertroffen." Mit weiteren Gemeinden laufen Gespräche über die Einführung der Lösung.

Kathrein schließt Werk in Nördlingen

Kathrein beendet seine Produktion in Nördlingen. Der Antennenhersteller reagiert damit auf den massiven Preisverfall und den hohen Wettbewerbsdruck in den internationalen Märkten. Von der Werksschließung, die voraussichtlich zum 30. April 2016 erfolgen wird, sind rund 700 Mitarbeiter betroffen.

"Diese Entscheidung gehört zu den schwersten in der Geschichte von Kathrein", sagte Frank Ullmann, Chief Operating Officer der Kathrein-Gruppe. "Wir haben in den vergangenen Monaten verschiedene Optionen intensiv geprüft und durchgerechnet. Leider mussten wir feststellen, dass wir eine Serienproduktion in Nördlingen wirtschaftlich nicht länger darstellen können."

Hintergrund ist die Entwicklung der Nachfrage im Mobilfunkgeschäft. Die Aufträge seitens der Netzbetreiber und Netzausrüster sind in den vergangenen Monaten insgesamt deutlich zurückgegangen, im Markt gibt es erhebliche Überkapazitäten. Diese verstärken den Preisdruck auf die Hersteller von Kommunikationstechnik zusätzlich. Kathrein ist deshalb nach eigenen Angaben gezwungen, wie seine Mitbewerber zu deutlich geringeren Kosten im Ausland zu produzieren. In Rumänien, China und Mexiko hat das Unternehmen drei Werke für die Mobilfunkproduktion.

Die Betriebsschließung in Nördlingen wird schrittweise erfolgen. Aufgrund fehlender Aufträge wird zunächst rund 200 durch eine Sozialauswahl festgelegten Mitarbeitern zum nächstmöglichen Termin betriebsbedingt gekündigt. Voraussichtlich zum 30. April 2016 erfolgt die betriebsbedingte Kündigung der verbliebenen rund 500 Beschäftigten wegen Betriebsschließung. Alle Arbeitnehmer erhalten ein Abfindungsangebot. Auch am Firmensitz in Rosenheim fallen rund 300 Stellen weg; außerdem stellt Kathrein dort die Serienproduktion ein.

Stingray bietet neue Sender zur Verbreitung an

Der kanadische Medienkonzern Stingray will seine Aktivitäten im deutschen Fernsehmarkt ausbauen. Der Ultra-HD-Musiksender Stingray Ambiance steht ab sofort Kabelgesellschaften und IPTV-Plattformbetreibern zur Verbreitung zur Verfügung, sagte Tom Adams, General Manager von Stingray Deutschland, auf den Medientagen München 2015. "Das Programm besteht zu 100 Prozent aus

Sendungen, die im neuen Bildformat Ultra HD/4K produziert wurden", betone Adams. In der Anfangsphase stehen 100 Stunden Material zur Verfügung, jeden Monat kommen zehn Prozent neue Inhalte dazu.

Die Besonderheit: Stingray Ambiance wird den Verbreitungspartnern nicht via Satellit oder über Glasfasernetze zugeführt, sondern über eine Box, die als Server an die Einspeisestelle angedockt wird und das Programm ausspielt. Stingray aktualisiert die Inhalte und den Programmablauf ferngesteuert via Internet.

Stingray Ambiance zeigt Landschaftsaufnahmen mit musikalischer Untermalung, die auf den Tagesablauf zugeschnitten sind. So beginnt der Morgen etwa mit einem Sonnenaufgang an den Stränden von Hawaii, leitet über zu Szenen an der Mittelmeerküste und beschließt den Tag mit Farbspielen der Sonne am abendlichen Wüstenhimmel. Der Sender, der im September in Nordamerika gestartet ist, stößt auf großes Interesse bei deutschen Plattformbetreibern, erklärte Adams.

Auch die Musikkanäle Brava HD und Djazz.tv, die Stingray in Europa, Afrika, im Nahen Osten und in der Karibik verbreitet, will das Unternehmen in Deutschland etablieren. Brava HD richtet sich an Klassikfreunde, während Djazz.tv die Liebhaber von Jazz, Soul und Funk anspricht. Beide Sender werden ab sofort deutschen Plattformbetreibern angeboten - auf Wunsch in deutscher Sprachversion, sagte Adams.

Stingray ist in Deutschland bereits mit dem Musikkanal Stingray Lite TV, Stingray Karaoke, Stingray Concerts und Stingray Music (ehemals Music Choice) vertreten. Zu den Verbreitungspartnern zählen Vodafone Kabel Deutschland, Unitymedia und M7 Deutschland.

Bayerischer Rundfunk zeigt Ultra-HD-Beitrag

Der Satellitenbetreiber Eutelsat und der Bayerische Rundfunk präsentierten auf den Medientagen München 2015 einen im neuen Bildformat Ultra HD produzierten TV-Beitrag zum Thema "Arbeitsplatz der Zukunft", der in Zusammenarbeit mit dem Institut für Rundfunktechnik (IRT) entstand. Die Kooperationspartner wollen damit Erfahrungen für die Produktions- und Übertragungskette in Ultra HD sammeln.

Das sechsminütige Video, das bei Audi in Ingolstadt und der TU München am Standort Garching gedreht wurde, ist auf den Messeständen des BR und IRT zu sehen und wird außerdem via Satellit auf dem Eutelsat-Ultra-HD-Vorführkanal 4K1 auf Hot Bird (13° Ost) ausgestrahlt. Zur IFA 2015 zeigte bereits der Hessische Rundfunk einen Ultra-HD-Beitrag auf Hot Bird.

Medienunternehmen wollen HDTV vorantreiben

Der Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) hat die Initiative "Schau HDTV" gestartet, die die Zuschauer über die Vorteile, Angebote und Empfangsmöglichkeiten des hochauflösenden Fernsehens informieren soll. Im Mittelpunkt stehen ein TV-Spot und die begleitende Webseite, auf der der Unterschied zwischen herkömmlicher und hoher Bildauflösung vorgeführt wird. Außerdem befindet sich dort eine Auflistung der in Deutschland verfügbaren HD-Sender eine Übersicht über die unterschiedlichen Empfangsmöglichkeiten.

"Schau HDTV" wird derzeit unterstützt von Discovery Networks Deutschland, HD Plus, M7, Media Broadcast, Mediengruppe RTL Deutschland, ProSiebenSat.1, RTL II, sonnenklar.TV, Telekom Deutschland, The Walt Disney Company Germany, Viacom International Media Networks Germany und WeltN24. Die Initiative ist offen für weitere Partner.

Sky gewinnt 94.000 neue Kunden

Der Pay-TV-Veranstalter Sky hat im ersten Quartal des Geschäftsjahrs 2015/16 (1. Juli bis 30. September) die Zahl seiner Abonnenten um 94.000 auf insgesamt 4,37 Millionen gesteigert. Der Zuwachs lag damit leicht unter dem gleichen Zeitraum des Vorjahres, in dem 96.000 neue Kunden dazu kamen. Die Kündigungsquote sank um 0,4 Prozent auf neun Prozent.

Beim Umsatz legte Sky um neun Prozent auf 470 Millionen Euro zu. Allerdings fiel ein Verlust von 11,2 Millionen Euro an, nachdem im Vorjahr noch ein Gewinn von zwölf Millionen Euro erzielt wurde. Als Gründe nennt Sky die gestiegenen Fußballkosten sowie der Neubewertung der erwarteten Programmkosten, die die Nutzung des neuen On-Demand-Dienstes von Sky besser abbildet.

Sky startet bei 1&1 Digital-TV

Der Internet-Provider 1&1 bietet den Kunden seiner IPTV-Plattform 1&1 Digital-TV ab sofort die Möglichkeit, die Pay-TV-Pakete von Sky zu beziehen. Sky Deutschland und 1&1 schlossen dazu eine umfassende Verbreitungsvereinbarung. Zur Verfügung steht das gesamte Sky-Portfolio von "Sky Welt" bis zu den Premium-Paketen "Sky Film", "Sky Sport" und "Sky Fußball-Bundesliga".

Durch die Kooperation mit 1&1 ist Sky über allen großen deutschen Kabelnetze und IPTV-Plattformen zu

empfangen. Die United-Internet-Tochter hatte das [Digital-TV-Angebot](#), das auf der IPTV-Plattform Entertain der Deutschen Telekom basiert, im Februar gestartet. Es kann von allem DSL-Kunden von 1&1 mit einer Telefon- und Internet-Flatrate mit einer Datenrate von 50 oder 100 Mbit/s dazu gebucht werden.

Sky stellt Online-Videothek Snap ein

Der Pay-TV-Veranstalter Sky stellt im November 2015 seine Online-Videothek Snap als Einzelprodukt ein. Die Inhalte werden in die Web-TV-Plattform Sky Online eingebunden, die gleichzeitig das "Entertainment Monatsticket" für 9,99 Euro pro Monat einführt. Das "Film Monatsticket" wird gleichzeitig zum "Cinema Monatsticket" und kostet nur noch 14,99 Euro (zuvor 19,99 Euro). Das "Supersport Tagesticket" bietet einen Tag lang Zugang zu allen Sky-Bundesliga- und Sky-Sport-Sendern für 14,99 Euro (zuvor 19,99 Euro). Es kann in Kombination mit dem "Entertainment Monatsticket" oder "Cinema Monatsticket" gebucht werden. Die Abonnements können monatlich gekündigt werden.

Sky Online ist via Internet, iPad, iPhone, auf Android-Smartphones und -Tablets, der Xbox One, LG und Samsung Smart-TV-Fernsehern und der Sky Online TV Box zugänglich. Sky hatte [Snap](#) im Dezember 2013 gestartet, um auf den Deutschland-Start des US-Anbieters Netflix vorbereitet zu sein. Einen Monat vor dem Netflix-Start im September 2014 senkte Sky den Snap-Monatspreis von 9,90 Euro auf 3,99 Euro.

Sky führt neues Abo-Paket ein

Der Pay-TV-Veranstalter Sky startet im November 2015 ein neues Abo-Paket mit dem Schwerpunkt Serien und Unterhaltung. "Sky Entertainment" kostet 21,99 Euro pro Monat und enthält Sender wie Fox HD, Syfy HD, 13th Street HD, RTL Crime HD und TNT Serie HD.

Das neue Paket, das in Deutschland und Österreich via Kabel, Satellit und IPTV verfügbar ist, wird als Basispaket alternativ zum bisherigen "Sky Welt"-Paket eingeführt, das den neuen Namen "Sky Starter"-Paket erhält. Die Kunden können die Premium-Pakete "Sky Cinema" (davor "Sky Film"), "Sky Sport" und "Sky Fußball-Bundesliga" dazu buchen. Bestandskunden haben die Wahl, ob sie im Rahmen ihrer Vertragslaufzeit in die neue Paketstruktur wechseln oder die bisherige beibehalten möchten.

Ebenfalls neu: Der Abrufdienst Sky Anytime wird in Sky On Demand umbenannt und weiter ausgebaut.

MTV HD kehrt via HD+ zu Sky-Kunden zurück

Der Musik- und Jugendkanal MTV HD kann wieder von Satellitenkunden des Pay-TV-Veranstalters Sky empfangen werden. Der Sender wurde am 21. Oktober 2015 als 21. Programm vollwertiges Mitglied von HD+, wie die Tochter des Astra-Satellitenbetreibers SES in München mitteilte.

MTV HD war am 2. September 2014 bei HD+ gestartet, allerdings lediglich als kostenfreier Bonuskanal für die Kunden. Mit der Aufnahme ins reguläre Angebot erhalten auch Sky-Kunden Zugang, wenn sie HD+ beziehen. Die direkte Verbreitung von MTV HD auf der Sky-Plattform endete am 1. September 2014.

Sky-Umstieg zu DVB-S2: RAPS passt Senderliste an

Das Update-System RAPS, das die Senderlisten von Satellitenreovern mit RAPS-Software automatisch und kostenlos auf dem aktuellen Stand hält, bereitet sich auf die Umstellung der Satellitenverbreitung von Sky Deutschland über Astra (19,2° Ost) auf den Standard DVB-S2/MPEG-4 vor.

"Die RAPS-Daten werden direkt vor der Umstellung der Transponder on air gehen, damit die Endgeräte sie laden können", erklärt Andreas Paetz, verantwortlich für die Erstellung der Programmlisten. "Beim nächsten Einschalten stehen dann direkt die aktualisierten Daten auf den RAPS-Receiver zur Verfügung."

Mit dem Schritt will Sky die Auslastung seiner Transponderkapazitäten optimieren. Dazu werden alle Sky-Transponder von DVB-S auf die effizientere Modulation DVB-S2 umgestellt und sämtliche SD-Programme in MPEG-4 signalisiert. Gleichzeitig werden einige Sender auf andere Transponder wechseln (s. Bericht in [MediaLABcom-Ausgabe 23](#)).

Hinter dem Dienst [RAPS](#) steht die Firma Velipa aus St. Georgen im Schwarzwald. Die Dienstleistung kann mit Satellitenempfängern verschiedener Marken genutzt werden, die über entsprechende Software verfügen. RAPS-Produkte gibt es zum Beispiel unter dem Markennamen "smart" von der Firma Avanit.

Discovery Channel HD startet bei Vodafone

Der Dokumentationskanal Discovery Channel HD ist ab sofort im Kabelnetz von Vodafone (ehemals Kabel Deutschland) zu empfangen. Die Verbreitung erfolgt im Zusatzpaket "Vielfalt HD Extra". Die Aufnahme des Abo-Senders ist Teil eines neuen Verbreitungsvertrags zwischen Discovery Networks Deutschland und Vodafone Deutschland.

Das Abkommen umfasst auch den Free-TV-Kanal DMAX HD, der sich ab sofort im "Basis HD"-Paket befindet, und den Pay-TV-Sender Eurosport 2, der bei "Vielfalt HD Extra" empfangbar ist. Darüber hinaus

werden Programme der drei Free-TV-Sender Eurosport, DMAX und TLC von Discovery Networks künftig im Abrufdienst Select Video für Vodafone-Kabelkunden verfügbar sein.

Unitymedia holt neue HD-Sender ins Kabel

Der Kabelnetzbetreiber Unitymedia hat sein HD-Angebot für Kunden erweitert, die die HD-Option gebucht haben. Die Neuzugänge sind MTV HD, Tele 5 HD, N24 HD, n-tv HD und TLC HD. Ins Pay-TV-Paket "Highlights" wurde kabel eins classics HD aufgenommen. Ebenfalls dazugekommen sind Bibel TV HD sowie in Nordrhein-Westfalen WDR Fernsehen HD, in Hessen hr-fernsehen HD und in Baden-Württemberg SWR Fernsehen HD.

Neue Spiele-Apps starten bei Horizon

Der Kabelnetzbetreiber Unitymedia erweitert seine interaktive TV- und Medienplattform Horizon um zahlreiche kostenlose Videospiele-Apps des Anbieters Gametree/Transgaming. Den Nutzern stehen ab sofort acht neue Casual Games zur Verfügung, die sie direkt am Fernsehbildschirm spielen können, darunter "Mahjongg", "Solitaire" und "Darts".

Gleichzeitig startete eine neue Version von "XITE". Die Musik-TV-App lernt, welche Musikvideos der Nutzer mag und stellt daraus ein passendes Programm in HD-Qualität zusammen - eine Art personalisierter Musiksender. Weitere Apps für Musik-, Sport-, Film- und Serien-Fans sollen bis Jahresende dazu kommen.

Dieter Vorbeck neuer Unitymedia-Technikchef

Der Kabelnetzbetreiber Unitymedia hat Dieter Vorbeck zum Chief Technology Officer berufen. Als Mitglied des Management Boards leitet Vorbeck künftig den Bereich Technik der Tochter des US-Medienkonzerns Liberty Global. Er übernimmt die Aufgabe von Frank Meywerk, der der Unitymedia auf eigenen Wunsch zum Jahresende verlässt.

Vorbeck ist nach Stationen bei Vodafone, E-Plus und Telefónica seit 2010 bei Unitymedia tätig. Zuletzt verantwortete er als Vice President im Bereich Technik den Aufgabenbereich Network Operations und wirkte unter anderem an der Weiterentwicklung der internationalen Netzinfrastruktur der Liberty-Global-Gesellschaften mit. In seiner neuen Aufgabe soll Vorbeck die Integration des Unitymedia-Highspeed-Netzes in das europäische Liberty-Global-Netz weiterführen.

Tele Columbus und Primacom: Ronny Verhelst bleibt an der Spitze

Ronny Verhelst bleibt nach der Übernahme von Primacom und der geplanten Einbindung von Pepcom Vorstandsvorsitzender des Kabelnetzbetreibers Tele Columbus. Joachim Grendel, Vorsitzender der Geschäftsführung von Primacom, scheidet zum 15. November 2015 auf eigenen Wunsch aus der Tele Columbus Gruppe aus.

Neben Verhelst gehört auch Frank Posnanski als Chief Financial Officer unverändert dem Vorstand des Unternehmens an. Das Management Team umfasst künftig Stefan Beberweil (Chief Marketing Officer), Diana-Camilla Matz (Chief Customer Sales Officer) und Ludwig Modra (Chief Technology Officer, CTO). Der wohnungswirtschaftliche Vertrieb künftig durch Jean-Pascal Roux gesteuert.

Reinhard Sauer, bisher CTO von Tele Columbus, verlässt die Kabelgesellschaft zum 31. Oktober 2015, um sich neuen Herausforderungen zu widmen. Die weitere Steuerung der Zusammenführung der Unternehmen in der Tele Columbus Gruppe übernimmt Jens Müller als Chief Integration Officer.

Tele Columbus holt maxdome ins Kabelnetz

Der Kabelnetzbetreiber Tele Columbus nimmt maxdome in sein Angebot auf. Die Online-Videothek wird Mitte 2016 integraler Bestandteil der neuen Multimedia-Plattform von Tele Columbus, wie die maxdome-Muttergesellschaft ProSiebenSat.1 in München mitteilte. Eine entsprechende Vereinbarung wurde mit der Kabelgesellschaft getroffen.

Die neue Plattform ermöglicht den Kunden zeitversetzten TV- und Videokonsum auf allen Bildschirmen und Endgeräten im Haushalt, darunter Spielfilme, Serien und Dokumentationen von maxdome. Die Inhalte können voraussichtlich ab Mitte 2016 direkt über neue Receiver von Tele Columbus abgerufen werden.

Horse & Country TV startet in Deutschland

Horse & Country TV, der britische Spartenkanal für die Fans von Pferden, Reitsport und Landleben, startet einen Sender für Zuschauer in Deutschland. Für die Verbreitung wurde eine Partnerschaft mit der Deutschen Telekom vereinbart, die das Programm auf ihrer IPTV-Plattform Entertain in den Pay-TV-Paketen "Lifestyle" und "Big TV" anbieten wird.

Horse & Country TV will über den deutschen und internationalen Reitsport, deutsche Stars der Szene, die Hobbys Pferdehaltung und Reitsport sowie das Leben und die Aktivitäten auf dem Land berichten. Der Sender, der Programmplatz 234 bei Entertain belegen wird, soll im Herbst 2015 starten. Neben

Großbritannien ist Horse & Country TV in Irland, den Niederlanden, Schweden und Australien zu empfangen.

RTL vereinheitlicht Pay-TV-Sender

Die Mediengruppe RTL Deutschland ändert den Namen ihres Abo-Senders Passion am 12. November 2015 in RTL Passion. Die Bezeichnung gleicht damit den Schwesterkanälen RTL Living und RTL Crime, die bereits die Marke RTL im Namen tragen.

RTL hatte am 31. Dezember 2014 den 49,6-Prozent-Anteil der TV-Produktionsfirma UFA an Passion übernommen und besitzt seitdem 100 Prozent der Anteile. Dies spiegelt sich nun auch im Sendernamen wider, bei dem wegen der UFA-Beteiligung bislang auf den Zusatz RTL verzichtet wurde. Mit dem Namenswechsel von Passion erhalten die drei Abo-Sender zudem ein neues Design.

Startschuss für Videoportal RTL Next

Die Mediengruppe RTL Deutschland hat ihr neues Videoportal gestartet: [RTL Next](#) bietet aktuelle Nachrichten und Unterhaltung, zugeschnitten auf den Abruf mit Smartphones und Tablets. Die Videos greifen Themen von RTL-Fernsehsendungen wie "Punkt 12" oder "Explosiv" auf, die sich bislang auf der Hauptseite RTL.de befanden. Dort liegt der Schwerpunkt künftig auf Programmhinweisen.

RTL Next, das sich vor allem an junge Nutzer richtet, ist kostenfrei und werbefinanziert. Über Anbindungen an Social Networks wie Facebook und Twitter werden die Zuschauer angeregt, die Inhalte mit Freunden zu teilen. Die Mediathek RTL Now bleibt unverändert bestehen.

Sat.1-Chef Nicolas Paalzow tritt ab

Sat.1-Geschäftsführer Nicolas Paalzow hat auf eigenen Wunsch den Medienkonzern ProSiebenSat.1 zum 15. Oktober 2015 verlassen. Sein Nachfolger an der Spitze von Sat.1 ist Kaspar Pflüger, bisher stellvertretender Sat.1-Senderchef und Operating Officer des Senders.

"Wir haben in diesem Jahr Mut bewiesen und gerade am Vorabend viel Neues gewagt. Leider haben wir damit nicht den Nerv der Zuschauer getroffen", sagte Paalzow in München. "Der Start in die Herbst-Season ist Sat.1 misslungen. Als Geschäftsführer des Senders übernehme ich dafür die Verantwortung. Ich bedanke mich herzlich beim gesamten Sat.1-Team für die Leidenschaft und Begeisterung, mit der es den Sender täglich unterstützt."

Zu den Flops zählt die gescheiterte Reality-Show "Newtopia", die Sat.1 im Juli 2015 vorzeitig absetzte.

ProSiebenSat.1 legt Putpat.tv mit AMPYA zusammen

Der Medienkonzern ProSiebenSat.1 legt seine Online-Musikplattform AMPYA mit dem Musikvideo-Service Putpat.tv zusammen.

Unter der Dachmarke [AMPYA](#) stehen Musikfans ab sofort 24-Stunden-Musikfernsekanäle als Livestreams, einzelne Musikvideos auf Abruf und ein personalisierbarer Musik-Stream zur Verfügung, der sich auf den eigenen Geschmack zuschneiden lässt. Das kostenfreie, werbefinanzierte Angebot ist via Smart TV, Smartphone, Tablet, Laptop und PC abrufbar. ProSiebenSat.1 hatte Putpat.tv im Mai 2015 übernommen.

Im Oktober 2015 will AMPYA einen Musik-TV-Kanal im neuen Bildformat Ultra HD starten, der sich als Internet-Stream auf ausgewählten Ultra-HD-Fernsehern abrufen lässt.

Sat.1 startet Kampfsportportal

Sat.1 hat ein kostenpflichtiges Online-Sportportal für Kampfsportfans eingerichtet. Via Internet oder per Smartphone/Tablet-App können die Zuschauer bei "ran Fighting" jeden Sat.1-Boxabend und weitere internationale Wettbewerbe live verfolgen. Außerdem steht ein Archiv mit legendären Kämpfen wie Maske vs. Hill zur Verfügung. Neben Boxen sollen künftig auch andere Kampfsportarten gezeigt werden, darunter MMA (UFC), Thaiboxen, K1, Taekwondo, Judo und Karate. Der Zugang kostet zunächst 2,99 Euro pro Monat, ab 2016 fallen 4,99 Euro pro Monat an.

ProSiebenSat.1 steigt bei Sportportalen ein

Der Medienkonzern ProSiebenSat.1 hat Minderheitsbeteiligungen an den Online-Sportportalen EverSport und 90min.com erworben. [EverSport](#) betreibt eine digitale Plattform für Live-Übertragungen und Abrufvideos von über 30 Sportarten, darunter populäre Ligen und Wettbewerbe wie die Serie A, La Liga, die Incheon Asian Games, die Glory World Series in Mixed Martial Arts und US College Sports Pac-12 und Big-10. ProSiebenSat.1 will künftig auch eigene Inhalte über das EverSport-Portal anbieten und dessen Inhalte über sein digitales Netzwerk verbreiten.

Gleichzeitig beteiligte sich der Münchner Konzern am Fußballportal [90min.com](#), das sowohl mit von Fußballfans erstellten als auch semiprofessionellen Inhalten mehr als 30 Millionen Nutzer erreicht. ProSiebenSat.1 und 90min.com wollen das Angebot gemeinsam im deutschen Fußballmarkt etablieren.

Im Juli 2015 hatte ProSiebenSat.1 bereits die Mehrheit am Online-Sportkanal Sportdeutschland.TV übernommen.

Lokalfernsehen in Sachsen: Neue Studie ermittelt Stärken und Schwächen

Lokalfernsehen liefert den Zuschauern ein aktuelles Bild des Geschehens in der Region und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt und Meinungsbildung. Angesichts kleiner Budgets sind die Produktionen meist auf einem beachtlichen Niveau. Das ergab die Studie "Qualifiziertes Lokal-TV", für die das Leipziger Marktforschungsinstitut uniQma im Auftrag der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) vier Wochen lang die Programme 17 lokaler und regionaler Privatsender in Sachsen unter die Lupe genommen hat. Insgesamt wurden 163 Sendestunden ausgewertet, darunter 345 Sendungen mit 2.697 Beiträgen.

"Die Analyse deckt aber auch die Schwächen auf", sagte Andreas Czaplicki, Geschäftsführer von uniQma, bei der Vorstellung der Ergebnisse in Dresden. "So sind die Programme in der Machart vielfach noch recht monoton und könnten durchaus vielfältiger sein. Außerdem befassen sich die Macher nur selten mit komplexen Themen; oft dominiert die 'heile' Welt. Mehr Mut und Innovationskraft könnten die Attraktivität der Programme für die Zuschauer erhöhen."

Sport1 startet DVB-T-Verbreitung

Sport1 strahlt sein Programm ab sofort in der Region Hannover/Braunschweig via DVB-T aus. Die Zuschauer können den Free-TV-Sender kostenlos mit Zimmer- oder Dachantenne empfangen. Um den Neuzugang auf den Bildschirm zu holen, sollte ein Suchlauf am DVB-T-Empfangsgerät durchgeführt werden. Die Niedersächsische Landesmedienanstalt hatte Sport1 Anfang Oktober 2015 den Zuschlag für den freien Programmplatz gegeben, um den sich mehrere Sender beworben hatten.

"In Niedersachsen verzeichnet Sport1 im bundesweiten Vergleich ein überdurchschnittliches Zuschauerinteresse - besonders in unserer Kernzielgruppe der 14- bis 49-jährigen Männer. Das basiert auch auf der starken TV-Präsenz der niedersächsischen Klubs in den Fußball-, Handball- und Basketball-Bundesligen", sagte Matthias Kirschenhofer, Geschäftsführer von Sport1 Media, in München. "Dank der Aufschaltung können künftig auch die DVB-T-Zuschauer in Hannover, Braunschweig und Umgebung dieses Programm genießen."

Sport1 kehrt damit zum Verbreitungsweg DVB-T zurück. Zuletzt war der Sender bis Herbst 2010 in Berlin-Brandenburg per Antenne empfangbar.

Russisches Pay-TV kommt ins Kabelnetz

Das Berliner Medienunternehmen RTV Broadcast & Contentmanagement hat von der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) grünes Licht für die russischsprachigen TV-Sender Nasch Kinomir und TeleBom/TeleDom erhalten. Nasch Kinomir soll russische Spielfilme zeigen, während sich TeleBom/TeleDom in ein Kinderprogramm mit Zeichentrickfilmen (TeleBom) und Sendestrecken mit russischen Fernsehserien (TeleDom) teilt. Die Programme sollen als Pay-TV-Angebote in deutschen Kabelnetzen verbreitet werden. Alleingesellschafter des Antragstellers ist Peter Tietzki. Dieser hält auch 51,26 Prozent der Anteile an der RtvD Video- und Filmproduktionsgesellschaft, die die russischsprachigen Pay-TV-Unterhaltungskanäle Nasche Ljubimoe Kino, Detski Mir und Teleclub veranstaltet, sowie 25 Prozent der Anteile an RTVi German, Veranstalter des russischsprachigen Pay-TV-Vollprogramms RTVi.

Mobile Internetnutzung steigt

Mehr als die Hälfte (55 Prozent) der Internetnutzer in Deutschland (30,7 Millionen) greift unterwegs auf Netzinhalte zu. Das sind 3,2 Millionen mehr als im Vorjahr, wie die [ARD/ZDF-Online-Studie 2015](#) ergeben hat. Die Anzahl derer, die das Internet täglich nutzen, ist um 3,5 auf 44,5 Millionen (63 Prozent) gestiegen. Auch die Nutzung von Videoinhalten und Fernsehsendungen sowie von Audioinhalten ist angestiegen: 53 Prozent sehen sich inzwischen mindestens einmal pro Woche Bewegtbild im Netz an, 33 Prozent nutzen Audioinhalte. Die Internetverbreitung wächst hingegen nur noch langsam: 2015 verfügen 79,5 Prozent der Deutschen über einen Internetzugang, das sind 56,1 Millionen Personen ab 14 Jahren. Gegenüber dem Vorjahr beträgt die Zunahme 0,4 Prozentpunkte.

"Wir stellen uns auf die zunehmende Flexibilität des Publikums ein", sagte Thomas Bellut, ZDF-Intendant und Vorsitzende der ARD/ZDF-Medienkommission. "Unsere Inhalte können zeitunabhängig und mobil genutzt werden. Am nächsten Relaunch unserer Mediathek wird bereits gearbeitet." Helmut Reitze, hr-Intendant und stellvertretender Vorsitzender der ARD/ZDF-Medienkommission, erklärte: "Die Online-Studie weist erneut nach, wie wichtig das Internet für öffentlich-rechtliche Medienanbieter ist. Wir haben in der ARD unsere Websites für mobile Geräte optimiert und bieten zahlreiche Apps an, damit die User immer den besten Zugang zu unseren trimedialen Informations- und Unterhaltungsangeboten haben, mit Laptop, PC oder Tablet und unterwegs mit dem Smartphone."

Nutzer halten Daten im Internet für unsicher

Vier von fünf Internetnutzern (80 Prozent) in Deutschland halten ihre persönlichen Daten im Internet für unsicher. Das ist ein Prozentpunkt weniger als vor einem Jahr, berichtet der Digitalverband Bitkom auf Grundlage einer repräsentativen Umfrage von Bitkom Research unter 1.009 Internetnutzern ab 14 Jahren. "Das Vertrauen in die Internetsicherheit erholt sich nach der NSA-Affäre und den immer neuen Cyberangriffen nur sehr langsam", sagte Bitkom-Hauptgeschäftsführer Bernhard Rohleder in Berlin. Das sei ein Hemmnis für die Verbreitung von Online-Diensten wie Cloud Computing oder Mobile Payment.

Nach den Ergebnissen der Umfrage vertrauen viele Bürger weder dem Staat noch der Wirtschaft, wenn es um den Umgang mit ihren persönlichen Daten geht. Drei Viertel (75 Prozent) der Internetnutzer haben wenig oder gar kein Vertrauen in Staat und Behörden. Zwei Drittel (67 Prozent) der Befragten misstrauen der Wirtschaft. "Die Zeiten, als der Staat vielen als sicherer Hafen galt, sind vorbei", sagte Rohleder. Als größte Gefahr betrachten die Internetnutzer laut Umfrage die Infizierung ihres Computers mit Schadprogrammen: 71 Prozent der Befragten fürchten Probleme durch Viren, Trojaner oder andere schädliche Software.

55 Prozent befürchten eine illegale Nutzung ihrer persönlichen Daten durch Kriminelle, zum Beispiel einen Kreditkartenbetrug. Gut die Hälfte (52 Prozent) empfindet die Ausspähung persönlicher Daten durch staatliche Stellen als Bedrohung. 48 Prozent meinen, dass Unternehmen ihre persönlichen Daten illegal nutzen und zum Beispiel unerlaubt an Dritte weitergeben könnten. Die Sorge vor einem Betrug beim Online-Einkauf, bei einer Online-Auktion oder beim Online Banking haben 44 Prozent der Internetnutzer. Deutlich geringer ausgeprägt ist die Angst vor Cybermobbing (19 Prozent) oder sexueller Belästigung im Internet (15 Prozent). Nur sechs Prozent der Befragten sagen, dass sie sich im Internet gar nicht bedroht fühlen.

Watchever ordnet Angebot neu

Die Online-Videothek [Watchever](#) stellt ihr Angebot neu zusammen: 25 Themenkanäle sollen den Kunden die Orientierung erleichtern. Die Kanäle bündeln die Programme von Inhalte-Anbietern wie ABC, BBC Worldwide, Disney und ZDF Enterprises; weitere Kanäle werden vom Watchever-Team bestückt. Das Portfolio umfasst Kanäle wie Serienzone, ABC Studios, BBC First, CBS, BBC Doctor Who, ZDF Enterprises, Kinopalast, Mad Movies, Arthaus, Disney Movies, Docusphere, BBC Earth, Universal Music, medici.tv, Kids, Baby TV, Nickelodeon, Comedy Corner, BBC Brit, Jamie Oliver, Maker Studios und MTV. Weitere Kanäle sollen schrittweise dazu kommen.

Mit dem neuen Konzept, das unter dem Motto "Es gibt noch so viel zu entdecken" steht, will sich die Tochter des französischen Medienkonzerns Vivendi von Wettbewerbern wie Amazon Prime Instant Video, Netflix und maxdome abheben. Das neue Angebot, das zum unveränderten monatlichen Pauschaltarif von 8,99 Euro erhältlich ist, steht zunächst im Web und bei Apple TV zur Verfügung, die weiteren Plattformen sollen folgen.

Eurosport startet bei Zattoo

Eurosport ist ab sofort als Livestream auf der Internet-TV-Plattform [Zattoo](#) empfangbar. Der Sportkanal ist nach DMAX und TLC der dritte Free-TV-Sender von Discovery Networks Deutschland, der von Zattoo im deutschsprachigen Raum angeboten wird.

Internetnutzer können damit Sportereignisse wie die Tennis-Grand-Slam-Turniere, die Tour de France, die 24 Stunden von Le Mans, MotoGP und den FA Cup auf beliebigen Endgeräten mit Internetzugang abrufen. Eurosport wird Bestandteil des kostenfreien Zattoo-Basispakets, das sich über Werbung beim Einschalten und Kanalwechsel finanziert.

Neues Musikportal im Internet

Livestreams von Konzerten, Musik- und Kulturveranstaltungen stehen im Mittelpunkt des neuen Musikportals [Muxx.tv](#), das von der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) grünes Licht erhalten hat. Neben Live-Übertragungen gibt es auch ein Abrufangebot im Rahmen einer Mediathek. Bereits verfügbar sind Auftritte von Künstlern wie Purple Schulz, Heino und Cascada, die kostenlos angesehen werden können.

Die Gründer und größten Gesellschafter von Muxx.tv sind der Musiker, Komponist und Produzent Martin Ernst, der mit seiner AllStars-Band Sänger wie Phil Collins, Joe Cocker und Cliff Richard sowie TV-Shows wie "RTL Samstag Nacht", "Schmidteinander", "ARD Wunschkonzert" und "Dalli Dalli" musikalisch begleitet hat, sowie Phillipp Heift, Gründer der Deutschen Internet Apotheke.

Deutsche Telekom bringt Internet in Flugzeuge

Die Deutsche Telekom und der britische Satellitenbetreiber Inmarsat wollen Fluggesellschaften einen schnellen Internetzugang für ihre Passagiere an Bord auf Flügen in Europa anbieten. Die beiden Unternehmen haben dazu eine Partnerschaft vereinbart. Das [European Aviation Network](#) setzt erstmals in Europa auf eine hybride Technologie, die mobile Kommunikation via LTE und Satellit verbindet und den Fluggästen eine Breitbandversorgung wie in ihren heimischen vier Wänden ermöglichen soll.

Als erste europäische Airline will Lufthansa die neue Lösung nutzen. Ab 2016 bietet sie ihren Passagieren auf europäischen Strecken einen Internetzugang auf Basis einer von Inmarsat entwickelten Satellitenlösung an. Darauf aufbauend wird sich das Unternehmen ab 2017 mit der Durchführung von Testflügen an der Entwicklung der LTE-/Satellitenplattform beteiligen.

Inmarsat wird dazu einen neuen Satelliten ins All befördern, der ganz Europa über S-Band-Frequenzen abdeckt. Zudem baut und betreibt die Deutsche Telekom ein europaweites Mobilfunknetz aus rund 300 LTE-Basisstationen, die eine Reichweite von mehr als 80 Kilometer haben - gegenüber den etwa zehn Kilometern herkömmlicher LTE-Anlagen. Ab einer Flughöhe von rund 3.000 Metern werden die Signale der LTE-Bodenstationen von denen des Satelliten ergänzt. Die Hardware an Bord schaltet automatisch und unterbrechungsfrei zwischen den beiden Technologien um.

Peter Boudgoust wird ARTE-Präsident

Peter Boudgoust, Intendant des Südwestrundfunks (SWR), wird zum 1. Januar 2016 neuer Präsident des Europäischen Kulturkanals ARTE. Der 60-Jährige wurde von der ARTE-Mitgliederversammlung auf ihrer jüngsten Sitzung in Straßburg an die Spitze des Senders gewählt; die Amtszeit beträgt fünf Jahre.

Boudgoust, der die Nachfolge der Französin Véronique Cayla antritt, wird die ARTE-Präsidentschaft zusätzlich zu seinem Amt als SWR-Intendant ausüben. Er war im Dezember 2014 von der Gesellschafterversammlung von ARTE Deutschland TV für den Posten nominiert worden. Gemäß den ARTE-Statuten wechselt die ARTE-Präsidentschaft turnusmäßig zwischen Deutschland und Frankreich. Ab 1. Januar 2016 stellt das deutsche Mitglied den Präsidenten des Senders.

Rodolphe Belmer wird Eutelsat-Chef

Michel de Rosen, Chief Executive Officer (CEO) des Satellitenbetreibers Eutelsat, tritt im März 2016 von seinem Posten zurück. Zum Nachfolger hat der Verwaltungsrat Rodolphe Belmer gewählt. Um einen reibungslosen Übergang zu gewährleisten, wird Belmer zum 1. Dezember 2015 stellvertretender Eutelsat-Chef neben dem aktuellen Stellvertreter Michel Azibert, Chief Commercial and Development Officer von Eutelsat.

Die Nachfolge von de Rosen, der seit 2009 an der Spitze des Pariser Unternehmens steht, tritt Belmer am 1. März 2016 an. Gründe für seinen Rückzug nannte er nicht. Belmer arbeitete zuvor 14 Jahre lang bei französischen Pay-TV-Veranstalter Canal+, einer Tochter des Medienkonzerns Vivendi, zuletzt als CEO der Dachgesellschaft Groupe Canal.

Olympic Channel startet 2016

Das Internationale Olympische Komitee (IOC) will mit dem Olympic Channel die Olympischen Spiele für junge Menschen attraktiver machen. Der neue Sender, der ab 2016 rund um die Uhr olympischen Sport im Internet übertragen soll, sei nötig, "um die Relevanz unserer Sportarten zu erhalten und die Athleten in der jungen Zielgruppe zu verankern", sagte IOC-Präsident Thomas Bach dem Medienmagazin "Horizont".

Der Sender, der derzeit mit 120 Mitarbeitern in Madrid aufgebaut wird, werde eine Mischung aus Live-Sport, Geschichten über Athleten und Freiwillige, aktuelle Nachrichten und Hintergrundinformationen bieten, kündigte Bach an. Nach dem Start des weltweiten Programms in englischer Sprache seien Kooperationen mit nationalen TV-Sendern in der jeweiligen Landessprache denkbar. Das IOC habe sich bisher zu stark auf das traditionelle Fernsehen konzentriert. Um die jungen Menschen zu erreichen, sei die umfassende Präsenz auf den digitalen Plattformen erforderlich. Dies sei auch ein wesentlicher Grund für die Vergabe der europäischen TV-Rechte für die Olympischen Spiele von 2018 bis 2024 an die Eurosport-Muttergesellschaft Discovery gewesen. "Die Vielzahl der Plattformen, die wir künftig brauchen, kann uns Discovery bieten, nicht aber ARD und ZDF", sagte Bach. Ein Grund dafür seien rechtliche Einschränkungen der öffentlich-rechtlichen Sender.

Ultra-HD-Kanal Insight startet auf Astra

Der niederländische TV-Veranstalter Television Entertainment Reality Network hat seinen neuen Free-TV-Sender Insight gestartet. Das Programm, das in den Bildformaten HDTV und Ultra HD angeboten wird, erreicht über das Satellitensystem Astra (19,2° Ost) rund 46 Millionen TV-Haushalte in Europa, davon über 18 Millionen in Deutschland.

Der unverschlüsselte Sender zeigt vor allem Serien und Unterhaltungsreihen, die von internationalen Produktionsfirmen wie Zodiac Media ("Being Human", "Wallander", "Millenium") und Strix ("Survivor") stammen. Die technische Abwicklung inklusive Content Management, Payout, Encoding und Satelliten-Uplink übernimmt der Dienstleister SES Platform Services in München.

Insight ist der vierte Ultra-HD-Sender in Europa. Auf Astra befinden sich außerdem pearl.tv UHD und Fashion 4K, während FunBox 4K über Eutelsat Hot Bird (13° Ost) verbreitet wird.

M7 baut neue Satelliten-TV-Plattform in Österreich auf

Das luxemburgische Medienunternehmen M7 Group startet im November 2015 auf Astra (19,2° Ost) eine unabhängige HDTV-Plattform für Satellitenhaushalte in Österreich. Das Angebot basiert auf der bisherigen M7-Plattform [HD Austria](#), lässt sich aber mit eigener Smartcard empfangen. Bislang konnte HD Austria nur mit den Karten von ORF und Sky Österreich genutzt werden.

Nach "zähen Verhandlungen" mit dem ORF, die über ein Jahr dauerten, konnte durch Mediation der Medienbehörde KommAustria endlich eine Einigung erzielt werden, erklärte HD Austria. Die österreichischen Zuschauer können dadurch künftig auch ohne ORF-Digital-Karte sowohl die ORF-Programme als auch die österreichischen Privatsender in HD-Qualität via Satellit empfangen.

Mit der neuen Plattform will HD Austria den rund zwei Millionen Satellitenhaushalten in Österreich ein noch umfangreicheres HD-Angebot und neue interaktive Funktionen zur Verfügung stellen. Damit entstehe für die Verbraucher, Händler und TV-Gerätehersteller eine "wirkliche Alternative" zum bisherigen "ORF-Karten-Monopol", erklärte HD Austria.

"Der Start der neuen HD Austria-Plattform wird zu noch besseren und vielfältigeren Angeboten für Konsumenten führen", sagte Martijn van Hout, M7 Country Manager für Deutschland und Österreich. "Denn für die M7 Group öffnet die eigene Plattform den Weg zu neuen Services und hybriden Produkten, die Satellitenfernsehen um Streaming-Inhalte via Internet ergänzen. In wenigen Wochen sind diese Angebote in Österreich verfügbar."

Die M7 Group betreibt europaweit eigene TV-Plattformen mit insgesamt mehr als 3,5 Millionen Kunden.

UPC Austria schafft WLAN-Netz

Der österreichische Kabelnetzbetreiber UPC Austria ermöglicht seinen Kunden künftig, über die WLAN-Heimnetze anderer Kunden kostenfrei im Internet zu surfen. Nach dem Pilotprojekt in Graz aktiviert das Unternehmen dazu seit 19. Oktober 2015 schrittweise einen zusätzlichen Hotspot bei allen installierten UPC-WLAN-Modems in Österreich. Nach Registrierung für [Wi-Free](#) im Kundenserviceportal My UPC können die Kunden alle Hotspots anderer UPC-Kunden in Österreich und weitere rund sechs Millionen Hotspots der Kunden von UPC-Schwestergesellschaften in Europa gratis nutzen.

Wi-Free funktioniert über ein zweites drahtloses Netzwerk. Das separate Netz ist vom Heimnetz unabhängig und wird durch ein Software-Update aktiviert. Die Bandbreite (Downstream: 10 Mbit/s, Upstream: 2 Mbit/s) wird zusätzlich zur Verfügung gestellt und beeinträchtigt die Bandbreite der privaten Kunden-Hotspots nicht. Wi-Free ist in Europa bereits in der Schweiz, den Niederlanden, Rumänien, Polen, Tschechien und Irland verfügbar. Alle 475.000 Internetkunden von UPC in Österreich können nach der Registrierung Wi-Free nutzen. Kunden, die nicht Teil des österreichweiten Netzwerks sein möchten, können sich im My-UPC-Portal jederzeit abmelden.

UPC Austria öffnet Horizon Go fürs Mobilfunknetz

Der österreichische Kabelnetzbetreiber UPC Austria ermöglicht seinen Kunden ab sofort, die Mobile-TV-App Horizon Go auch außerhalb des WLAN-Heimnetzes zu nutzen. Den Zuschauern stehen per Mobilfunknetz bis zu 81 TV-Sender auf Smartphones und Tablets zur Verfügung, davon 21 in HD-Qualität. Voraussetzung ist ein TV-Kabelanschluss von UPC Austria in Verbindung mit dem hauseigenen Mobilfunktarif UPC Mobile.

Mit anderen Mobilfunkanbietern ist der Zugang aus rechtlichen Gründen nicht möglich. [Horizon Go](#) ist kostenfrei in den App Stores von Apple (iOS) und Google (Android) erhältlich. Bei der Nutzung verringert sich entsprechend das Inklusiv-Datenvolumen von UPC Mobile.

simpliTV startet Internetzugang

Die österreichische DVB-T2-Plattform simpliTV bietet ab sofort einen Internetzugang an. Die Kunden erhalten dazu einen WLAN-Router mit SIM-Karte, der über das Mobilfunknetz von Drei einen Hotspot herstellt. Die Download-Datenrate beträgt bis zu 10 Mbit/s, die Upload-Datenrate bis zu 4 Mbit/s. Es handelt sich um eine echte Flatrate ohne Volumenbegrenzung. Der [Internetzugang](#) ist in Kombination mit dem TV-Angebot von simpliTV ab 18 Euro pro Monat erhältlich, nicht jedoch als Einzelprodukt. Ab Dezember will simpliTV über den Hotspot die Möglichkeit bieten, die TV-Sender zuhause auf dem Smartphone, Tablet, Laptop oder PC anzusehen.

Wuaki.tv startet in Österreich

Die Online-Videothek Wuaki.tv ist am 13. Oktober 2015 in Österreich gestartet. Der Anbieter ist damit in insgesamt sieben Ländern vertreten; bis Jahresende sollen es zehn Länder werden. In Deutschland ist [Wuaki.tv](#) seit dem 25. November 2014 verfügbar. Das Video-on-Demand-Portal umfasst Spielfilme und TV-Serien, die gemietet oder für den dauerhaften Besitz heruntergeladen werden können, darunter Titel von Hollywood-Studios wie Warner, Disney, Sony und Fox, Sendern wie HBO und europäischen Rechthändlern.

Der Zugang ist über eine Vielzahl von Geräten mit Internetanschluss möglich, darunter PCs, Laptops,

Spielkonsolen, Tablets, Smartphones, Chromecast und Smart-TV-Fernseher. Im Gegensatz zu Netflix bietet Wuaki.tv eine Offline-Funktion, die es ermöglicht, die gewünschten Inhalte vorab herunterzuladen und dann ohne laufende Internetverbindung anzusehen, etwa im Zug, Bus oder Flugzeug.

Sky baut Kooperation mit Teleclub aus

Der Schweizer Pay-TV-Veranstalter Teleclub bietet seinen Abonnenten weiterhin Programme von Sky Deutschland via Kabel, Satellit und IPTV an. Die beiden Unternehmen verlängerten und erweiterten ihre Zusammenarbeit. Als Neuerung können die Schweizer Zuschauer auch die Sky-Sportberichterstattung zur UEFA Champions League und Europa League empfangen.

"Mit dieser Vereinbarung sichern wir für unsere Teleclub-Kunden langjährig die exklusiven Inhalte von Sky", sagte Ronald Fiedler, Chief Operating Officer der Teleclub-Betreibergesellschaft CT Cinetrade. "Wir freuen uns auf packenden Live-Sport und hochwertige Fiction-Inhalte wie die HBO-Programme auf Sky Atlantic."

Tamedia steigt bei Zattoo International ein

Die Schweizer Mediengruppe Tamedia beteiligt sich mit 31 Prozent an Zattoo International. Den 39,4-Prozent-Anteil an Zattoo Schweiz bringt Tamedia in die neue Beteiligung ein. Mit dem Einstieg bei Zattoo International will Tamedia den internationalen Ausbau des Geschäfts unterstützen. Das Unternehmen stellt zudem ein Mitglied im Verwaltungsrat. Der Vertrag, dessen finanzielle Details nicht genannt wurden, sieht die Möglichkeit einer schrittweisen Übernahme von Zattoo International durch Tamedia bis 2021 vor.

Zattoo ist nach eigenen Angaben sowohl im Heimatmarkt Schweiz als auch in Deutschland Marktführer unter den Internet-TV-Plattformen. Neben dem Endkundengeschäft baute Zattoo in den vergangenen Jahren ein zweites Standbein als technischer Dienstleister für Kabelnetzbetreiber und IPTV-Anbieter auf. Netzbetreiber in fünf europäischen Ländern nutzen inzwischen die Technologie und den Service von Zattoo zum Betrieb ihres TV-Angebots.

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](#)