

ILLEGALES PAY-TV-STREAMING

DER LIVE-SPORT HAT EIN ERNSTES PROBLEM

Wenn die Großen stolpern

Ausgabe 58 • Juli 2018

Sehr geehrte Damen und Herren,

nur kurz zwei Aspekte zur laufenden Fußball-Weltmeisterschaft, dann sind wir sofort bei den Medienthemen: In den bisherigen Spielen haben vermeintlich kleine Fußballnationen gezeigt, wie man die so mächtig scheinenden Götter des runden „Leders“ nicht nur an, sondern sogar über den Rand einer Niederlage bringen kann. ARD und ZDF sollten also gewarnt sein, wenn der Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) zum Angriff auf eine aus seiner Sicht wettbewerbsverzerrende Ungleichbehandlung bei der Zahlung von Einspeiseentgelten bläst.

Die Weltmeisterschaft lässt jedoch nicht nur „Fußballzwerge“ jubeln, sondern auch jene, die eigentlich gar nichts von den Spielen sehen sollten: Der Live-Sport bekommt ein wachsendes Problem mit Schwarzsehern. Auf der Erfolgswelle des Streamings, der Eurosport Player und DAZN lassen grüßen, reiten auch illegale Angebote mit, die einen erheblichen Teil der Wertschöpfung im Pay-TV für sich abgreifen. Geradezu putzig wirkt da die Maßnahme des offiziellen FIFA-Broadcasters Sony im Umgang mit illegalen Streaming-Anbietern.

Zum Lachen ist das wahrlich nicht. Zum Lachen ist auch Maxim Hauk nicht, wenn er über die Rundfunkkommission der Lander oder den in Brüssel ausgehandelten Kompromiss zur Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie spricht. Hauk kennt sich aus. Er ist Vorsitzender des FDP-Bundesfachausschusses Medien, Internet & Digital Agenda und vertritt gleichzeitig in Brüssel die medienpolitischen Interessen von ProSiebenSat.1. Im Interview mit MediaLABcom verrät er dann aber doch, worüber er gerne in 25 Jahren lachen möchte.

Neuigkeiten vom Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation, ein Veranstaltungshinweis und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

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

Inhalt

„Alles, nur keine konvergente Medienordnung“ – Maxim Hauk, Vorsitzender des FDP-Bundesfachausschusses Medien, Internet & Digitale Agenda im Interview

ARD verzichtet offenbar lieber auf Sportrechteerwerb... oder wie man mit Gebührengeldern den Wettbewerb verzerren hilft

Pay-TV-Piraterie: Streaming-Boom wird für Live-Sport zum Problem

Bundesnetzagentur fordert Anpassungen bei Vodafone Pass - Vodafone prüft rechtliche Schritte

Home smart Home! Wenn der Bildschirm zweimal klingelt

Streit um Einspeiseentgelte: Einigung mit den Großen könnte Rechtsstreit mit Mittelständlern hervorrufen

Neues vom FRK

Veranstaltungshinweis

Kurzmeldungen

Internet & Digitale Agenda im Interview

In der vergangenen Ausgabe blickte Hans-Joachim Otto auf 25 Jahre Medienpolitik als Vorsitzender des FDP-Bundesfachausschusses Medien, Internet & Digital Agenda zurück. Sein Nachfolger Maxim Hauk lenkt den Blick auf heutige Themen, die „prinzipiell eher gemächliche“ Rundfunkkommission, einen Kompromiss, „der alles zu sein scheint, nur keine konvergente Medienordnung“ und worüber er in 25 Jahre gerne lachen können möchte.

[Lesen Sie mehr](#)

ARD verzichtet offenbar lieber auf Sportrechteerwerb... oder wie man mit Gebührengeldern den Wettbewerb verzerren hilft

Heinz-Peter Labonte

Immerhin, 133 Millionen Euro aus Haushaltsgebühren (früher GEZ-Gebühr) werden, wie man hört, für den Ausfall der von öffentlich-rechtlichen Anstalten zwischen 2012 und 2017 verweigerten Zahlungen in deren Vergleich mit Vodafone und Unitymedia an die marktbeherrschenden Kabelnetzbetreiber gezahlt. In Zukunft sollen offenbar über 30 Millionen Euro pro Jahr aus Gebührengeldern gezahlt werden.

[Lesen Sie mehr](#)

Pay-TV-Piraterie: Streaming-Boom wird für Live-Sport zum Problem

Marc Hankmann

Die Fußball-Weltmeisterschaft ist im vollen Gange, ein mediales Großereignis. Die Bilder gehen rund um die Welt, via Satellit, Funk und Kabel – legal und illegal, denn insbesondere der Sport hat ein Problem mit Schwarzsehern. War früher die Smartcard Angriffsziel Nummer 1 für Pay-TV-Hacker, richtet sich der Kampf der Rechteinhaber und -nutzer nun gegen illegale Streams im Internet und die Hardware, mit der sie empfangen werden können.

[Lesen Sie mehr](#)

Bundesnetzagentur fordert Anpassungen bei Vodafone Pass - Vodafone prüft rechtliche Schritte

Dr. Jörn Krieger

Die Bundesnetzagentur (BNetzA) hat bestimmte Bedingungen der umstrittenen Zero-Rating-Mobilfunk-Tarifoption Vodafone Pass von Vodafone untersagt. Konkret geht es um die Roaming-Nutzung. "Vodafone Pass kann weiterhin gebucht werden, jedoch sind Anpassungen für die Nutzung in der EU erforderlich. Wir sorgen dafür, dass Vodafone Pass auf Reisen genutzt werden kann wie zu Hause", sagte BNetzA-Präsident Jochen Homann in Bonn.

[Lesen Sie mehr](#)

Home smart Home! Wenn der Bildschirm zweimal klingelt

Marc Hankmann

Es klingelt an der Tür und das Bild auf dem TV-Gerät wird kleiner skaliert. In der Ecke oben rechts erscheint das Bild der Eingangskamera. Mit der Fernbedienung lässt sich nun die Tür öffnen. Derartige Smart-Home-Anwendungen sind längst keine Zukunftsmusik mehr. Sowohl der B2C- als auch der B2B-Markt stehen erst am Anfang. Das Marktpotenzial liegt noch brach.

[Lesen Sie mehr](#)

Streit um Einspeiseentgelte: Einigung mit den Großen könnte Rechtsstreit mit Mittelständlern hervorrufen

RA Ramón Glaß

In der Presse schlug es hohe Wellen: Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ARD und ZDF sollen sich mit Vodafone (ehemals Kabel Deutschland) über die Beilegung seit langer Zeit andauernder Rechtsstreitigkeiten über die Zahlung von Einspeiseentgelten geeinigt haben. Nach diesen Berichten haben die beiden öffentlich-rechtlichen Sender mit der marktbeherrschenden Kabelgesellschaft Vodafone einen Vergleich geschlossen, auf dessen Grundlage neue – und wohl auch langjährig angelegte – Partnerschaften für die Kabelverbreitung begründet werden sollen, die die Einspeisung weiterer HD-Sender und Mediatheken-Inhalten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten umfassen.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

FRK fordert von ARD und ZDF Gleichbehandlung mittelständischer Kabelnetzbetreiber mit

Unitymedia und Vodafone bei der Zahlung von Transportentgelten

„Es kann nicht sein, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunksender ihre Marktmacht ausnutzen und den Antennengemeinschaften, mittelständischen und kleinen Kabelnetzbetreibern die Zahlung von Entgelten verwehren, die sie den beiden marktbeherrschenden Kabelnetzbetreibern gewähren,“ erklärt der Vorsitzende des Fachverbands Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK), Heinz-Peter Labonte.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

Smartes Lokal-TV – neue Wege der Vermarktung

Am 24. und 25. September 2018 treffen sich Programmacher, Veranstalter, Vermarkter sowie Vertreter der Medienpolitik und Regulierung auf dem Lokal-TV-Kongress in Potsdam, um über aktuelle Fragen und Entwicklungen zu diskutieren. Unter dem Thema "Smartes Lokal-TV – neue Wege der Vermarktung" beschäftigt sich die Veranstaltung in diesem Jahr mit den Potenzialen von Smart-TV und digitaler Werbung für Lokalfernsehen.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

BrightBlue startet IPTV-Service für Netzbetreiber

BrightBlue startete auf der ANGA COM 2018 eine IPTV-Lösung für Netzbetreiber, die ein eigenes TV-Produkt anbieten wollen. Das Unternehmen, das seine Ursprünge in der Unternehmensgruppe Deutsche Glasfaser hat, bietet den Service sowohl als White-Label-Gesamtprodukt als auch in maßgeschneiderten Modulen an. Die Plattform basiert auf der IPTV-Technologie von Deutsche Glasfaser und richtet sich an Glasfaser-, Kabel- und VDSL-Netzbetreiber. An Bord sind über 150 TV-Sender, davon mehr als 75 in HD-Qualität, über 150 Radiosender und mehr als 30 Apps, sowie Cloud-basierte interaktive Funktionen wie Instant Replay, Instant Restart und Live Pause.

[Lesen Sie mehr](#)

„Alles, nur keine konvergente Medienordnung“ – Maxim Hauk,
Vorsitzender des FDP-Bundesfachausschusses Medien,
Internet & Digitale Agenda im Interview

Marc Hankmann

In der vergangenen [Ausgabe](#) blickte Hans-Joachim Otto auf 25 Jahre Medienpolitik als Vorsitzender des FDP-Bundesfachausschusses Medien, Internet & Digital Agenda zurück. Sein Nachfolger Maxim Hauk lenkt den Blick auf heutige Themen, die „prinzipiell eher gemächliche“ Rundfunkkommission, einen Kompromiss, „der alles zu sein scheint, nur keine konvergente Medienordnung“ und worüber er in 25 Jahre gerne lachen können möchte.

MediaLABcom: Herr Hauk, als Ihr Vorgänger Hans-Joachim Otto den Vorsitz des FDP-Bundesfachausschusses für Medien, Internet und Digitale Agenda übernahm, war der Begriff World Wide Web gerade einmal zwei Jahre alt. Seitdem hat das Internet eine damals nicht zu erahnende Dynamik in die Medien gebracht. Was werden Sie in 25 Jahren mit Rückblick auf den Beginn Ihres Vorsitzes sagen? Was wird sich so sehr verändert haben, dass man einen Satz mit den Worten beginnen könnte: Damals haben wir noch...?

Maxim Hauk: An dieser Stelle möchte ich Herrn Dr. Otto noch einmal im Namen aller Mitglieder des Bundesfachausschusses und auch im Namen der FDP für die vergangenen 25 Jahre danken. Es sind große Fußstapfen, in die ich trete, aber Herr Dr. Otto bleibt uns ja auch weiterhin als Mitglied verbunden. Wir wissen natürlich nicht, wie die Medienwelt in 25 Jahren aussehen wird. Medienhistorisch sind es Erfindungen, die zu neuen Anwendungen führen und Nutzer und Zuschauer, die in immer kürzeren Zeiträumen entscheiden, welches neue „Werkzeug“ sich durchsetzen wird. In 25 Jahren werden wir wahrscheinlich sagen: Damals haben wir noch unsere Informationen, Termine und Kommunikation mit einem Smartphone organisiert, damals gab es noch Apple und Google.

MediaLABcom: Die FDP ist im Bundestag sowie in mehreren Landtagen vertreten. Wie nimmt Ihr Fachausschuss Einfluss auf die Medienpolitik der Freien Demokraten?

Maxim Hauk: Wir verstehen uns als Think Tank der Partei. Wir versuchen, gesetzgeberische Diskussionen zu antizipieren und der Partei im Bereich Netz- und Medienpolitik Anregungen mit auf dem Weg zu geben. Den Fraktionen im Bund und in den Ländern liefern wir auf Wunsch qualifizierte Analysen und Vorschläge für gesetzgeberische Initiativen.

MediaLABcom: Herr Otto hat im Interview insbesondere die Ausgestaltung des Rundfunkbeitrags als ungerecht kritisiert. Unlängst schlug Sahra Wagenknecht im SPIEGEL eine Staffelung des Rundfunkbeitrags nach Einkommen vor. Klaut da jemand die Ideen der FDP?

Maxim Hauk: Die Ausgestaltung des Rundfunkbeitrags ist in der Tat schwer vermittelbar. Warum es

gerechter sein soll, den Rundfunkbeitrag an eine Wohnung zu koppeln und gleichzeitig eine Ferienwohnung ebenfalls beitragspflichtig ist, obwohl man nie gleichzeitig in seiner Haupt- und seiner Zweitwohnung Rundfunk nutzen kann, erschließt sich niemandem. Auch die Frage, warum ein Privat-PKW vom privaten Rundfunkbeitrag erfasst sein soll, beim Gewerbetreibenden hingegen separat bezahlt werden muss, ist nicht nachvollziehbar. Unabhängig davon halte ich Diskussionen um den Rundfunkbeitrag für eine Nebelkerze. Zunächst sollten wir eine öffentliche Diskussion darüber führen, welchen öffentlich-rechtlichen Rundfunk wir uns als Gesellschaft wünschen und welche Aufgaben dieser erfüllen soll. Diese Diskussion darf nicht nur in den Fachkreisen und Fachgremien mit den ewig gleichen Beteiligten geführt werden. Wenn wir uns darüber einig sind, reden wir über die Art und Weise der Finanzierung, nicht umgekehrt.

MediaLABcom: ProSiebenSat.1-Vorstand Conrad Albert forderte 2017, dass auch Inhalte von privaten TV-Sendern über den Rundfunkbeitrag finanziert werden könnten, wenn sie einen wie auch immer gearteten Public Value entsprächen. Etwa zur gleichen Zeit schlug FDP-Präsidiumsmitglied Michael Theurer eine Änderung des Beitrags vor: Durch eine Stärkung privatfinanzierter Lokalsender und des Subsidiaritätsprinzips beim Breitbandausbau in unterversorgten Regionen will Theurer die Medien- und Meinungsvielfalt bewahren (MediaLABcom berichtete). Wie stehen Sie zu beiden Vorschlägen?

Maxim Hauk: Es gibt im Rundfunk gesellschaftlich wünschenswerte Inhalte, die über Werbung nicht oder nur sehr schwer refinanziert werden können. Die Verpflichtung zu Nachrichten beispielsweise ergibt sich aus der Einstufung als Vollprogramm. Dieser Pflicht stand in der analogen Zeit das Recht auf zum Beispiel Must-carry entgegen. Diese Rechte sind jedoch in der digitalen Welt nichts mehr wert, da die Frequenzknappheit auf den meisten Übertragungsplattformen der Vergangenheit angehört. Wenn wir uns aber einen privaten Rundfunk wünschen, der auch nicht durch Werbung refinanzierbare Inhalte wie beispielsweise Nachrichten anbieten soll, müssen wir Lösungen anbieten. Ob diese Lösung über ein Must-be-found-Modell wie von RTL vorgeschlagen oder über eine Ausschreibung von Public-Value-Inhalten über Rundfunkbeiträge finanziert erfolgt, ist zweitrangig. Zur Frage der Stärkung des Meinungspluralismus ist es verfassungsrechtliche Aufgabe des Staates, diese auch auf lokaler Ebene zu garantieren. Dieser Verpflichtung kann sich der Staat nicht entziehen, das bedeutet, dass lokal auch Subventionierung nötig sein kann, um den Medienpluralismus zu garantieren.

MediaLABcom: Abgesehen von diesen innerdeutschen Diskussionen müssen sich hiesige Medienunternehmen gegenüber der Konkurrenz aus Übersee behaupten. Was hindert sie daran, sich schlagkräftig zu positionieren?

Maxim Hauk: Die US-amerikanische Entertainment- und Informationsindustrie ist traditionell finanziell schlagkräftiger, und es handelt sich auch um einen sprachlich homogenen Markt mit entsprechenden Skaleneffekten. Wir werden uns überlegen müssen, ob wir unser Wettbewerbs- und Medienkonzentrationsrecht nicht so ändern müssen, dass Zusammenschlüsse von Medienunternehmen auf deutscher und EU-Ebene vereinfacht werden, um großen US-Playern etwas entgegensetzen zu können.

MediaLABcom: Wie sieht eine neue, konvergente Medienordnung aus Sicht der FDP in ihren Grundzügen aus?

Maxim Hauk: Eine neue konvergente Medienordnung umfasst nach Möglichkeit alle Content-Plattformen, im Gegensatz zur Miteinbeziehung aller sinkt der Regulierungsdruck.

MediaLABcom: Der Abschlussbericht der Bund-Länder-Kommission liegt nun schon zwei Jahre zurück. Wo bleibt die konvergente Medienordnung?

Maxim Hauk: Die deutsche Medienpolitik wird ja nicht ohne Grund als Staatskanzlei-Medienpolitik bezeichnet. Die Rundfunkkommission der Länder ist prinzipiell eher gemächlich. Fairerweise muss man aber auch sagen, dass Rettung nur durch die EU in Betracht käme. Die nun gerade in Brüssel zu Ende gegangenen Trilog-Verhandlungen zur Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie haben jedoch gezeigt, dass sich zwei Ansätze unversöhnlich gegenüber stehen. Heraus gekommen ist ein Kompromiss, der alles zu sein scheint, nur keine konvergente Medienordnung. Wahrscheinlich wird die AVMD-Richtlinie irgendwann von der medialen Wirklichkeit überrollt.

MediaLABcom: Seit dem 25. Mai 2018 ist die Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) in Kraft. In den Tagen zuvor kam viel Kritik zur Verordnung auf, obwohl ihr Inkrafttreten seit zwei Jahren feststand. Wollte man die Kritiker vorher nicht hören oder sind alle tatsächlich zu spät aufgewacht?

Maxim Hauk: Die Diskussion fand auf Fachebene seit rund acht Jahren statt. Jetzt muss die DS-GVO stellvertretend Schläge für eine generelle – übrigens durch Medien befeuerte – EU-Kritik einstecken. Obwohl die DS-GVO in einigen Punkten teilweise lebensfremde Regelungen getroffen hat, plädiere ich dafür, ruhig Blut zu bewahren und nun erst einmal die Auswirkungen der Umsetzung abzuwarten. Und – machen wir uns nichts vor – deutsche Unternehmen, die sich in Vergangenheit an das alte BDSG gehalten haben, haben in der Umsetzung weit weniger Aufwand als andere EU-Mitgliedsländer, für die der Schutz persönlicher Daten als Konzept eher fremd ist.

MediaLABcom: Sie waren viele Jahre in unterschiedlichen Positionen im Brüsseler Politapparat

tätig. Können Sie sich daran erinnern, wie die ersten Entwürfe der DS-GVO aussahen und was von ihnen übriggeblieben ist?

Maxim Hauk: Der grundlegende Streit darüber, welche Daten geschützt werden sollen, hat sich noch nicht gelegt. Während es in den Anfängen der Diskussion nur darum ging, ob IP-Adressen ein personenbezogenes Merkmal sind, wird nun in den Trilog-Verhandlungen darüber diskutiert, nicht-personenbezogene Daten über das in der EU-Grundrechte-Charta zu findende Grundrecht der Privatsphäre zu schützen. Der Kampf wird leider ideologisch geführt.

MediaLABcom: Wo ordnen Sie die DS-GVO zwischen Meilenstein für den Datenschutz des EU-Bürgers und Bürokratiemonster für Unternehmen ein?

Maxim Hauk: Die Idee eines einheitlichen Datenschutzrechts im gemeinsamen Markt anstelle von 28 beziehungsweise in Deutschland plus 16 verschiedenen Rechtsordnungen ist richtig. Bis wir die DS-GVO jedoch in den EU-Mitgliedsländern einheitlich umgesetzt haben, werden sicherlich noch zehn Jahre vergehen. Ich kann den Unmut über die jetzt entstandene Rechtsunsicherheit sehr gut nachvollziehen. Wir müssen da aber jetzt durch, und müssen auch in Punkten, in denen wir über das Ziel hinausgeschossen sind, nachjustieren.

MediaLABcom: Es war geplant, dass die DS-GVO zusammen mit der E-Privacy-Verordnung in Kraft tritt. Warum ist das nicht geschehen?

Maxim Hauk: Die Trilog-Verhandlungen zur E-Privacy-Verordnung stocken im Rat. Grund ist ein ideologisch geführter Streit über die Frage, welche Daten geschützt werden sollen und welche Geschäftsmodelle dadurch betroffen werden. Je nachdem, wie dieser Streit ausgeht, könnte dies verheerende Auswirkungen auf den werbefinanzierten Online-Journalismus in der EU haben.

MediaLABcom: Die Werbeindustrie geht die E-Privacy-Verordnung harsch an, spricht gar vom Ende ihrer Branche und einem Gesetz, das wie gemacht sei für die sogenannten Login-Giganten wie Facebook oder Amazon. Wie sehen Sie diese Verordnung?

Maxim Hauk: Es ist in der Tat so, dass die Intention der Verordnung gut gemeint ist, aber am Schluss das Gegenteil erreichen wird. Ich teile die Befürchtung, dass große Login-Portale wie Facebook und Google auf Kosten des werbefinanzierten Online-Printjournalismus als Gewinner aus dieser Schlacht gehen.

MediaLABcom: Einerseits argumentieren Werbetreibende, dass personalisierte Werbung für den Verbraucher von Interesse sei. Andererseits wollen sie verhindern, dass der Verbraucher erst zustimmen muss, bevor er derartige Werbung erhält. Das klingt nicht gerade danach, als wäre man vom eigenen Produkt überzeugt.

Maxim Hauk: Ich halte es für falsch, wenn die Politik probiert, Geschäftsmodelle vorzuschreiben. In dieser leider ideologisch geführten Diskussion hat die Breyer-Vorlage-Entscheidung des EuGH festgestellt, dass IP-Adressen nicht automatisch personenbezogene Merkmale sind. Jetzt wird versucht, diese durch den EuGH entschiedene Rechtsfrage über die E-Privacy-Verordnung zu revidieren. Auch wenn ich ein großer Freund des Schutzes personenbezogener Daten und des Schutzes der Privatsphäre bin: Ich kann eine Regelung nicht für gut befinden, welche große Login-Portale zulasten der Online-Presselandschaft in der EU noch mehr fördert.

MediaLABcom: Beide Verordnungen belegen, wie groß der Einfluss der Digitalisierung auf unser tägliches Leben ist. Der dürfte aber noch dort gering ausfallen, wo es kein Breitband gibt. Die FDP fordert einen Staatsvertrag zwischen Bund und Ländern, der den Breitbandausbau regelt. Staatsvertrag klingt nicht gerade nach der Marktwirtschaft, für die sich die Freien Demokraten einsetzen. Warum also ein solches Vertragswerk und nach welchen Prinzipien soll es funktionieren?

Maxim Hauk: Wir führen jetzt seit über einem Jahrzehnt Diskussionen über Breitbandversorgung. Inzwischen müssen wir fast schon von einem Marktversagen ausgehen. Wir dürfen nicht vergessen, dass Deutschland immer noch Anteile an der DTAG hält. Vor diesem Hintergrund muss auch die Vectoring-Entscheidung gesehen werden, die letztlich zu einer Re-Monopolisierung der DTAG führt. Den FDP-Netzpolitikern ist inzwischen die Wahl der Mittel egal, solange sie zum Ziel der flächendeckenden Breitbandversorgung führt.

MediaLABcom: Kehren wir am Ende zur anfänglichen Frage zurück: Was denken Sie, über welche Diskussion, welches Thema oder welchen Trend von heute werden wir in 25 Jahren lachen?

Maxim Hauk: Hoffentlich lachen wir in 25 Jahren über Funklöcher!

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Immerhin, 133 Millionen Euro aus Haushaltsgebühren (früher GEZ-Gebühr) werden, wie man hört, für den Ausfall der von öffentlich-rechtlichen Anstalten zwischen 2012 und 2017 verweigerten Zahlungen in deren Vergleich mit Vodafone und Unitymedia an die marktbeherrschenden Kabelnetzbetreiber gezahlt. In Zukunft sollen offenbar über 30 Millionen Euro pro Jahr aus Gebührengeldern gezahlt werden.

Gleichheitsgrundsatz ade!

Ein Grund zur Aufregung? Nein, denn es ist mal wieder eine Elefantenhochzeit, bei deren Hochzeitstanz das Gras eben leidet. Denn, nur mal überschlägig gerechnet, bedeutet dies pro Kunde rückwirkend einen wirtschaftlichen Vorteil von rund 2,20 Euro pro Jahr und Kunde, für die die Marktbeherrscher ihre Preise zulasten der Gebührenzahler den Wettbewerb zulasten der mittelständischen Kabelnetzbetreiber zu unterbieten vermochten. Denn diese rund 2,20 Euro wurden den Mittelständlern seit 1998 verweigert.

Ist Angriff wirklich die beste Verteidigung?

Zur Sicherung des Wettbewerbsvorteils hat man nun diesen „Vergleich“ geschlossen. Denn auch zukünftig soll dieser Verzicht auf fairen Wettbewerb mit den über 30 Millionen Euro Transportentgelt durch die Beschuldigung eines mittelständischen Interessenverbands gewährleistet werden. Man beschuldigt den Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) einfach, ein Kartellverband zu sein. Ist der Angriff auf dem Glashaus wirklich die beste Verteidigung?

FRK als Kartellverband?

Man behauptet, mit der Forderung des FRK, dessen Mitgliedern und den unabhängigen mittelständischen Kabelnetzbetreibern über einen Rahmenvertrag die gleichen Vorteile wie den Marktbeherrschern zuzusichern, bilde dieser ein Kartell zugunsten der Wettbewerber der Marktbeherrscher. Also nicht die Sender mit den Kabelmarktbeherrschern. Öffentlich-rechtliche Logik!

O Herr, wirf Hirn vom Himmel

In dieser Logik werden aus Sicht der öffentlich-rechtlichen ARD-Anstalten selbst die Rahmenverträge des FRK mit der GEMA als Vertreter auch der Urheberrechte der ARD zu einer wettbewerbswidrigen Marktabsprache. Bleibt nur die Frage, ob damit auch die Urheberrechtsrahmenverträge des von den Marktbeherrschern dominierten Kabelverbands ebenfalls wettbewerbswidrig sind und dieser Verband auch ein Kartell bildet.

Wahrscheinlich deshalb nicht, weil die Marktbeherrscher ihre mutmaßlich wettbewerbswidrigen Einspeiseverträge verbandsunabhängig als Einzelverträge zeitversetzt abschließen beziehungsweise abgeschlossen haben. So werden sie mit ihrem dominierenden Einfluss auf ihren eigenen Verband doch wohl noch zu verhindern wissen, dass auch die übrigen Verbandsmitglieder mit den öffentlich-rechtlichen Anstalten einen die Wettbewerbsverzerrung aufhebenden Rahmenvertrag zur Wiederherstellung fairen Wettbewerbs mit den Anstalten schließen.

Fazit

Es darf tatsächlich nicht sein, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunksender ihre Marktmacht ausnutzen und den Antennengemeinschaften, mittelständischen und kleinen Kabelnetzbetreibern die Zahlung von Entgelten verwehren, die sie den beiden marktbeherrschenden Kabelnetzbetreibern gewähren.

Es war richtig, zunächst eine Einigung zwischen dem FRK und den öffentlich-rechtlichen Sendern außergerichtlich anzustreben. Genauso richtig ist es aber, nach der Weigerung der Sender, diese Ungleichbehandlung seitens des FRK nun mit Unterstützung der Kanzlei Schalast vom Bundeskartellamt überprüfen lassen (s. [Neues vom FRK](#)). Denn die marktbeherrschenden öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind zur Gleichbehandlung der Infrastrukturanbieter verpflichtet – und damit auch zur Zahlung eines Entgelts an mittelständische und kleine Kabelnetzbetreiber.

Sollte das Ergebnis der Überprüfung sein, dass die Sender zwecks Vermeidung von Wettbewerbsverzerrungen keine Transportentgelte beziehungsweise Einspeiseentgelte/-gebühren mehr zahlen müssen, könnten die Sender ja die vielen Millionen Euro auch wieder zur Verbesserung der Programme, zum Beispiel in der Sportberichterstattung, einsetzen.

Pay-TV-Piraterie: Streaming-Boom wird für Live-Sport zum Problem

Marc Hankmann

Die Fußball-Weltmeisterschaft ist im vollen Gange, ein mediales Großereignis. Die Bilder gehen rund um die Welt, via Satellit, Funk und Kabel – legal und illegal, denn insbesondere der Sport hat ein Problem mit Schwarzsehern. War früher die Smartcard Angriffsziel Nummer 1 für Pay-TV-Hacker, richtet sich der Kampf der Rechteinhaber und -nutzer nun gegen illegale Streams im Internet und die Hardware, mit der sie empfangen werden können.

4,9 Millionen Schwarzseher schauen Champions League

MediaLABcom [berichtet](#) bereits über das zunehmend beliebtere Password Sharing, also die Weitergabe

der Login-Daten für Dienste wie Netflix oder Sky Go an Freunde und Bekannte. Darüber hinaus müssen sich Pay-TV-Anbieter einer Vielzahl an illegalen Streams erwehren. Der Verschlüsselungsexperte Irdeto ermittelte während der K. o.-Spiele der UEFA Champions League rund 5.100 Streams, über die die Spiele rechtswidrig weiterverbreitet wurden. Irdeto geht davon aus, dass fast 4,9 Millionen Schwarzseher auf diese Weise die Champions League verfolgten und beziffern den Verlust für die Pay-TV-Industrie auf 170 Millionen Euro pro Jahr.

Während des Endspiels zwischen dem FC Liverpool und Real Madrid erfasste Irdeto zusätzlich 427 illegale Streams mit einer Reichweite von 217.000 Schwarzsehern. Für den Verschlüsselungsexperten ist klar: „Kriminelle haben Premium-Sportinhalte wie die Champions League ins Visier genommen und verdienen durch den Rechtediebstahl ein Vermögen“, sagt Rory O'Connor, der bei Irdeto als Senior Vice President für Cyber-Sicherheitsdienste zuständig ist.

Dunkle Seite einer boomenden Branche

Das ist die Kehrseite eines boomenden Wirtschaftszweigs. Video on Demand (VoD) wird immer beliebter. Die Platzhirsche kommen jedoch nicht über die herkömmlichen Rundfunkinfrastrukturen auf den Fernseher, sondern über das Internet. Die Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia hat in der Studie „Pay-VoD in Germany – Forecast 2018-2023“ ermittelt, dass 18 Prozent der deutschen Haushalte einen VoD-Dienst nutzen. Die Brutto-Gesamterlöse im Pay-VoD-Markt lagen Ende 2017 bei 1,1 Milliarden Euro. „Ein Ende des Wachstums ist nicht erkennbar“, schreibt Goldmedia und geht davon aus, dass die Erlöse bis 2023 auf 2,5 Milliarden Euro steigen werden.

Amazon Prime Video und Netflix führen den Markt an. Zu den relevanten Playern zählt Goldmedia auch Sky und maxdome sowie Apple mit iTunes und Google mit seinem Playstore. „Auch spezielle Sportangebote wie DAZN und der Eurosport Player werden immer stärker genutzt“, schreibt Goldmedia (vgl. Kurzmeldung "[Pay-VoD-Markt auf Wachstumskurs](#)" in dieser Ausgabe).

Der zunehmende Konsum von Streaming-Angeboten geht mit der steigenden Verfügbarkeit von breitbandigen Internetzugängen einher und ist daher insbesondere in Nordamerika, Asien und Europa verbreitet. NBC stellte zum Beispiel bei der Übertragung der Olympischen Sommerspiele 2016 im Vergleich mit den Spielen 2012 einen Rückgang der Zuschauerzahlen auf den herkömmlichen TV-Empfangswegen fest. Dagegen hat sich die Zeit, in der das Streaming-Angebot von NBC genutzt wurde, im Vergleich zu den Sommerspielen 2012 und den Winterspielen 2014 nahezu verdoppelt.

Zielscheibe Nummer 1: Kodi

Der Großteil dieser illegalen Streams ist web-basiert. Aber auch in den sogenannten sozialen Medien wie Periscope, Facebook oder Twitch stieß Irdeto auf rechtswidrige Übertragungen. Hier locken für die Betreiber attraktive Werbeerlöse. Die Aufmachung solcher Streams wird immer professioneller, so dass sie auf den ersten Blick den Anschein eines legalen Angebots erwecken. Häufig ist jedoch die Internetverbindung wenig stabil, so dass sie immer wieder abreißt. Auch das Bild ist von minderer Qualität.

Das gilt jedoch nicht für den Media Player Kodi, der den Pay-TV-Anbietern ein besonderer Dorn im Auge ist. Der Player ist wegen stabiler Internetverbindungen und seiner guten Bildqualität beliebt. Irdeto schreibt ihm in der K.o.-Phase der Champions League 981 illegale Streams zu. Der Kodi Player entstand aus der Open-Source-Software Xbox Media Center (XBMC), hat aber mit der Spielekonsole inzwischen nichts mehr zu tun. Kodi ist als Software für Linux, Windows, Android und iOS erhältlich.

Add-ons, Playlisten und vorkonfigurierte Boxen

Das eigentliche Problem ist aber keineswegs die Kodi-Software, sondern vielmehr die zahlreichen Add-ons, die den Zugang zu illegalen Streams ermöglichen – und das zu günstigeren Preisen als ein Pay-TV-Abo. Darunter befinden sich auch Add-ons, die ausschließlich Sport illegal weiterverbreiten wie etwa Just Sports, das seinen mehr als fragwürdigen Machenschaften noch einen aufsetzt, indem es im Logo den berühmten Nike-Swoosh führt.

Darüber hinaus kann der Kodi-Nutzer Playlisten abonnieren, die den Zugriff auf illegale IPTV-Angebote erlauben. Letztendlich werden auch vorkonfigurierte Set-Top-Boxen mit Kodi-Software verkauft. Hier hat der Europäische Gerichtshof allerdings einen Riegel vorgeschoben. Kodi-Boxen mit vorkonfigurierten Add-ons, die auf illegale Streams zugreifen, dürfen nicht mehr vertrieben werden. Damit ist das Problem aber nicht gelöst, schließlich kann der Nutzer die Add-ons auch nachträglich installieren.

Nordamerika: sechs Prozent der Haushalte nutzen Kodi illegal

Zur Verbreitung der Kodi-Software gibt es kaum Erhebungen. Der kanadische Netzwerkspezialist Sandvine geht davon aus, dass in 8,8 Prozent der nordamerikanischen Haushalte ein Gerät mit Kodi läuft. Laut Sandvine werden 68,6 Prozent davon mit Add-ons betrieben, die den Zugriff auf illegal verbreitete Inhalte erlauben. Anders gesagt: Sechs Prozent der nordamerikanischen Haushalte nutzen Kodi, um urheberrechtlich geschützte Inhalte illegal zu empfangen.

Sandvine weist jedoch darauf hin, dass Kodi nicht die Wurzel des Problems ist. Die Software dient lediglich als Frontend. „Würde Kodi morgen verschwinden, würden all die Inhalte, die illegale über die

Add-ons empfangen werden können, über Web-Browser oder andere Media Player konsumiert werden können“, schrieb Sandvine im vergangenen Jahr im „Global Internet Phenomena Spotlight focusing on the ‚fully-loaded‘ Kodi ecosystem in North America“. Dementsprechend hat Dish Network auch nicht die hinter Kodi stehende XBMC Foundation verklagt, sondern die Betreiber des Add-ons TVAddon, das quasi eine Bibliothek über rund 1.500 weitere Kodi-Add-ons war. Kurz nach Bekanntwerden der Klage im Juni 2017 ging das Add-on mitsamt Webseite offline. Zuvor war dort zu lesen, dass 40 Millionen Nutzer TVAddon genutzt haben sollen.

Das plötzliche Verschwinden der weit verbreiteten Bibliothek offenbart eine der Gefahren für die Schwarzseher: Illegale Abos kosten im Jahr um die 100 Euro, was natürlich günstiger als ein reguläres Abonnement ist. Allerdings kann es passieren, dass man für die 100 Euro nicht viel sieht, wenn der Zugang wie im Fall von TVAddon einfach abgeschaltet wird – ganz zu schweigen von der Tatsache, dass die dubiosen Anbieter mit ihren Diensten gerne Computerviren und andere Schadsoftware auf die Geräte der unbedarften Nutzer einschleusen.

Sky geht in die Offensive

Wurde das Thema Pay-TV-Piraterie in der Vergangenheit eher klein gehalten, gehen Marktteilnehmer wie Sky nun in die Kommunikationsoffensive. Auf www.sky.de/antipiracy informiert der Bezahlsender über die Folgen der Pay-TV-Piraterie und die rechtlichen Konsequenzen für Schwarzseher. Unter der E-Mail-Adresse antipiracy@sky.de können Whistleblower illegale Angebote melden.

Der Verschlüsselungsexperte Nagra beziffert den weltweiten Verlust durch Pay-TV-Piraterie auf bis zu 23 Milliarden Euro. Sky hat die Zeichen der Zeit erkannt und meldet erste Erfolge. Auf Amazon wird keine vorkonfigurierte Kodi-Box mehr vertrieben. Zusammen mit Constantin Film hat Sky dafür gesorgt, dass Kinoox.to im Netz von Vodafone gesperrt wurde (MediaLABcom [berichtete](#)).

Natürlich ist auch die laufende Fußball-WM ein begehrtes Ziel für die illegale Weiterverbreitung per Streaming. Deshalb hat Sony, offizieller Broadcaster des Turniers, über die Anti-Pirateriebehörde Markscan bereits im Vorfeld illegale Streaming-Anbieter in Indien und benachbarten Ländern davor gewarnt, die Weltmeisterschaft zu verbreiten. Ob sich dubiose Geschäftemacher angesichts der verlockenden Umsätze davon einschüchtern lassen, ist allerdings fraglich. Gegen illegale Streams müssen wohl andere Geschütze aufgeföhren werden.

Bundesnetzagentur fordert Anpassungen bei Vodafone Pass - Vodafone prüft rechtliche Schritte

Dr. Jörn Krieger

Die Bundesnetzagentur (BNetzA) hat bestimmte Bedingungen der umstrittenen Zero-Rating-Mobilfunk-Tarifoption Vodafone Pass von Vodafone untersagt. Konkret geht es um die Roaming-Nutzung. "Vodafone Pass kann weiterhin gebucht werden, jedoch sind Anpassungen für die Nutzung in der EU erforderlich. Wir sorgen dafür, dass Vodafone Pass auf Reisen genutzt werden kann wie zu Hause", sagte BNetzA-Präsident Jochen Homann in Bonn.

Volumen nicht ausreichend

Die Nutzung von Vodafone Pass ist derzeit nur im Inland unbegrenzt möglich. Seit Juni 2017 müssen Mobilfunkanbieter Roaming-Dienste im EU-Ausland jedoch zu den gleichen Konditionen wie im Inland anbieten. Vodafone müsse die Zubuchoption Vodafone Pass daher auch für die Nutzung im europäischen Ausland öffnen, fordert die BNetzA. Verbraucher sollten die Möglichkeit haben, Vodafone Pass im EU-Ausland genauso wie zu Hause zu nutzen, das heißt ohne ihr nationales Datenvolumen beim Roaming zu verbrauchen.

Roaming-Anbieter dürfen die Nutzung von Daten im EU-Ausland aber mit einer angemessenen Nutzungsregelung (fair-use-policy) begrenzen. Vodafone behält sich vor, das Roaming-Volumen für die Nutzung im EU-Ausland auf 5 GB pro Vodafone Pass zu beschränken. Eine solche Beschränkung ist zwar grundsätzlich zulässig, das Volumen nach Auffassung der BNetzA aber nicht ausreichend. Daher hat die Behörde die Beschränkung auf 5 GB untersagt.

„Unberechenbare Kosten“

Vodafone hat von der BNetzA eine entsprechende Untersagungsanordnung erhalten, bestätigte ein Vodafone-Sprecher gegenüber MediaLABcom. "Gegen diese Anordnung prüfen wir derzeit rechtliche Schritte." Vodafone Pass bietet Kunden eine Flatrate für die mobile Nutzung verschiedener Musik-, Video-, Chat- und Social-Media-Apps. "Die Nutzung dieses Dienstes im Ausland verursacht unberechenbare Kosten, die der ausländische Netzbetreiber Vodafone in Rechnung stellen würde. Eine EU-weite Nutzung des Vodafone Pass ließe sich wirtschaftlich nicht darstellen", begründete der Vodafone-Sprecher den Widerstand gegen die Forderung der BNetzA.

Die BNetzA hatte zuvor bereits die Deutsche Telekom [aufgeföhrt](#), ihre Zero-Rating-Tarifoption StreamOn für die Nutzung im EU-Ausland zu öffnen. Gegen die entsprechende [Untersagungsanordnung](#) legte die Telekom Widerspruch ein und klagt dagegen vor dem Kölner Verwaltungsgericht.

Keine Drosselung des Videoverkehrs

Die BNetzA hatte Vodafone Pass darüber hinaus unter Aspekten der Netzneutralität beanstandet. Vodafone hat das Angebot mittlerweile angepasst; aufgrund dieser Anpassung sieht die Behörde derzeit keine Notwendigkeit, das Verfahren weiter zu verfolgen. Anders als bei StreamOn der Telekom wird der Videoverkehr bei Vodafone Pass derzeit nicht gedrosselt. Vodafone behält sich aber vor, dass Videoverkehr auf SD-Qualität beschränkt wird, soweit dies rechtlich zulässig ist. Die BNetzA geht davon aus, dass Vodafone insbesondere den Ausgang des StreamOn-Gerichtsverfahrens berücksichtigen wird. Vodafone hat erklärt, dass die BNetzA drei Monate vor Einführung einer Videobeschränkung informiert wird. Die Behörde hätte dann ausreichend Zeit, eine unzulässige Video-Drosselung zu untersagen.

Vodafone Pass war zudem ursprünglich so ausgestaltet, dass Inhalte-Anbieter ohne eine App nicht teilnehmen können. Dritte hatten im Verfahren geltend gemacht, dass dies eine Hürde darstellen und die Wettbewerbschancen dieser Anbieter sowie die Medienvielfalt beeinträchtigt werden könnte. Vodafone hat inzwischen eine geänderte Version des Service-Provider-Vertrags vorgelegt, der die Bedenken ausräumt. Die Anforderungen der BNetzA an eine transparente, offene und diskriminierungsfreie Teilnahme an Vodafone Pass sind nunmehr erfüllt.

Zweites Zero-Rating-Angebot in Deutschland

Bei der Tarifoption Vodafone Pass handelt es sich um ein sogenanntes Zero-Rating-Produkt, bei dem das durch Partnerdienste verbrauchte Datenvolumen nicht auf das Inklusivvolumen des Grundtarifs angerechnet wird. Diese Dienste können Audio-, Video- und Chat-Dienste, aber auch Social Networks umfassen.

Die BNetzA hat seit Oktober 2017 [Ermittlungen](#) durchgeführt, ob Vodafone Pass gegen die Roaming-, Netzneutralitäts- und Transparenzvorgaben verstößt. Sie hat im Verfahren sowohl Vodafone als auch Marktteilnehmern, Verbänden, dem Bundeskartellamt, den Landesmedienanstalten und Verbraucherverbänden Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben. Vodafone hatte Vodafone Pass am 26. Oktober 2017 gestartet und folgte damit der Deutschen Telekom, die ihre Zero-Rating-Tarifoption StreamOn seit dem 19. April 2017 anbietet. Verbraucherschützer sehen in Zero-Rating-Angeboten prinzipiell einen Verstoß gegen die Netzneutralität, die Gleichbehandlung aller Daten im Internet.

Home smart Home! Wenn der Bildschirm zweimal klingelt

Marc Hankmann

Es klingelt an der Tür und das Bild auf dem TV-Gerät wird kleiner skaliert. In der Ecke oben rechts erscheint das Bild der Eingangskamera. Mit der Fernbedienung lässt sich nun die Tür öffnen. Derartige Smart-Home-Anwendungen sind längst keine Zukunftsmusik mehr. Sowohl der B2C- als auch der B2B-Markt stehen erst am Anfang. Das Marktpotenzial liegt noch brach.

Mehr Komfort mit unkomfortablen Anwendungen

Jeder dritte Verbraucher in Deutschland nutzt mindestens ein Smart-Home-fähiges Gerät, heißt es im Smart Home Monitor, den Splendid Research im vergangenen Jahr veröffentlicht hat. Die Nummer 1 unter den Anwendungen: der Smart-TV. In der Regel wird unter Smart-Home-Anwendungen aber eher die intelligente Steuerung der Heizung, der Außen- und Innenbeleuchtung oder des Stromverbrauchs verstanden. Auch Sicherheitssysteme wie Überwachungskameras oder Sensoren an Türen und Fenstern zählen zu den am häufigsten genutzten Anwendungen.

Laut Smart Home Monitor sind weniger sinkende Heiz- oder Stromkosten der Beweggrund für den Einsatz entsprechender Anwendungen als vielmehr Sicherheit und vor allem mehr Komfort. Damit ist es derzeit aber nicht weit her. „Smart sind derzeit noch die wenigsten Systeme“, sagte Georg Hermann, Vice President New Business Development bei der devolo AG, im Rahmen der Diskussionsrunde „Inhouse Connectivity & Smart Home“ auf der diesjährigen ANGA COM in Köln. Der Kunde muss viel installieren und konfigurieren.

Massenmarkt noch weit entfernt

Auch die im Titel genannte Konnektivität lässt zu wünschen übrig. Im Markt existieren etliche Insellösungen, die untereinander inkompatibel sind. Von Do-it-yourself- und Nachrüstungen spricht daher Thilo Kampffmeyer, Studienleiter bei Splendid Research. Laut Smart Home Monitor nutzen deshalb auch nur drei Prozent der Verbraucher ein komplettes Smart-Home-System. „Die Geräte kosten zu viel“, nannte Guido Schwarzfeld, Leiter Produktmanagement und Vermarktungssteuerung im Competence Center Wohnungswirtschaft von Telekom Deutschland, einen Grund. Skepsis bezüglich der Sicherheit privater Daten, eine komplizierte Technik und vor allem kein klar erkennbarer Nutzen sind die weiteren Gründe, warum das Marktpotenzial bislang nicht gehoben werden konnte. „Im Privatkundensegment werden wir noch zehn Jahre auf den Massenmarkt warten müssen“, meint daher Martin Czermin, Senior Vice President B2B und Wohnungswirtschaft beim Kabelnetzbetreiber Unitymedia.

Hinzu kommt ein wahres Durcheinander an Übertragungsstandards: WLAN, DECT, Homematic, ZigBee oder Z-Wave sind nur einige. Der Smart Home Monitor führt ganze 16 Übertragungsformate auf, die sich im Markt befinden. Auf dem Panel der ANGA COM gingen die Experten jedoch nicht davon aus, dass sich einer dieser Standards durchsetzen und alle anderen verdrängen wird. Die Markterschließung wird

auf einer anderen Ebene stattfinden, nämlich dann, wenn Amazon und Google Smart Home für sich entdecken. Intelligente Sprachassistenten wie Alexa sind die Vorboten für diese Entwicklung im B2C-Markt.

Kabelnetzbetreiber im Bereich Smart Building

Für den B2B-Markt prognostizieren die Experten vielmehr Integrationsszenarien, die durch die Wohnungswirtschaft getrieben werden. Deshalb setzen Kabelnetzbetreiber wie Unitymedia, PÿUR oder auch Telekom Deutschland eher auf den Bereich Smart Building. Hier wollen sie eine Ende-zu-Ende-Konnektivität bereitstellen, so dass sich der Mieter nicht mehr darum kümmern muss, über welchen Standard sein Smart Home funkt.

Die Anforderungen der Wohnungswirtschaft sind andere als die des Verbrauchers. Natürlich geht es auch um eine Reduzierung des Energieverbrauchs, darüber hinaus aber auch um Wartungsthemen, zum Beispiel für Rauchmelder oder Aufzüge, sowie die Erfüllung regulatorischer Vorgaben wie etwa die Vermeidung von Legionellen im Trinkwasser. Ein besonders großes Thema sind AAL-Technologien (Ambient Assisted Living) für ein selbstbestimmtes Leben in den eigenen oder vielmehr gemieteten vier Wänden.

Erhöhung der Mieterbindung

Der Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen (GdW) hat in einer Studie die Beweggründe seiner Mitglieder für den Einsatz von Smart-Home- beziehungsweise Smart-Building-Anwendungen zusammengefasst. Neben der Kostenersparnis und der Generierung neuer Umsatzquellen geht es Immobilienbesitzern und -verwaltern vor allem um eine Differenzierung vom Wettbewerb und eine Erhöhung der Mieterbindung.

Die Herausforderung im B2B-Markt besteht darin, die unterschiedlichen Gewerke zusammenzubringen. Die Wohnungswirtschaft verlangt nach nur einem Ansprechpartner für intelligente Gebäudelösungen. Der Idealfall ist das All-inclusive-Paket: Strom, Fernsehen, Internet und Energie zu einem Flat-Preis – inklusive Service- und Support-Dienstleistungen, die Amazon oder Google nicht so einfach erbringen können. Um diesen Ansprüchen gerecht zu werden, müssen die einzelnen Anbieter kooperieren. Gelingt ihnen das, wartet ein Markt auf sie, der größer und eher erschlossen sein wird als das Smart-Home-Geschäft im B2C-Bereich.

Streit um Einspeiseentgelte: Einigung mit den Großen könnte Rechtsstreit mit Mittelständlern hervorrufen

RA Ramón Graßl

In der Presse schlug es hohe Wellen: Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ARD und ZDF sollen sich mit Vodafone (ehemals Kabel Deutschland) über die Beilegung seit langer Zeit andauernder Rechtsstreitigkeiten über die Zahlung von Einspeiseentgelten geeinigt haben. Nach diesen Berichten haben die beiden öffentlich-rechtlichen Sender mit der marktbeherrschenden Kabelgesellschaft Vodafone einen Vergleich geschlossen, auf dessen Grundlage neue – und wohl auch langjährig angelegte – Partnerschaften für die Kabelverbreitung begründet werden sollen, die die Einspeisung weiterer HD-Sender und Mediatheken-Inhalten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten umfassen.

Besonders hervorzuheben ist – auch wenn einige der Beteiligten abweichende Begrifflichkeiten verwenden – dass die öffentlich-rechtlichen Sender für die Kabelverbreitung ihrer regulären, linearen Sender als Teil des Grundpakets weiterhin Einspeiseentgelte zahlen. Dies wurde von einer Vodafone-Sprecherin gegenüber MediaLABcom ausdrücklich [bestätigt](#). Auch eine Einigung mit Unitymedia wurde erzielt, allerdings nur mit der ARD (MediaLABcom [berichtete](#)).

Viele Klagen, unterschiedliche Urteile

Hintergrund dieser Einigung sind mehrere seit 2011 laufende Rechtsstreitigkeiten zwischen den beiden Kabelnetzbetreibern und den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten über Verträge aus dem Jahre 2008. Die Beteiligten stritten hier über die Pflicht der Kabelnetzbetreiber, die Programme der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten über ihre Netze zu senden („Must-Carry“) und eine hierfür korrespondierende Pflicht zur Zahlung von Einspeiseentgelten.

Zunächst war die Frage gerichtlich zu klären, ob die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bei Ihrer Kündigung gegen geltendes Kartellrecht verstoßen hatten. Im Zeitraum danach wurden jedoch zahlreiche weitere Klagen von beiden Seiten rechtshängig gemacht. Nachdem diverse Land- und Oberlandesgerichte Klagen von Vodafone zunächst abwiesen und diese schließlich vom Bundesgerichtshof zurückverwiesen wurden, ergingen dann zahlreiche – teils divergierende – Gerichtsentscheidungen der verschiedenen Oberlandesgerichte, mal zu Gunsten der Rundfunkanstalten und mal zu Gunsten der Kabelnetzbetreiber.

Aufforderung zur Gleichbehandlung

Der Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK), der die Interessen von knapp 140 mittelständischen Kabelnetzbetreibern auf den Netzebenen 3 und 4 sowie Infrastrukturanbietern, die

gemeinsam knapp 6,3 Millionen Wohneinheiten in Deutschland mit Kabelfernsehen versorgen, vertritt, hat nun die beiden öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten angeschrieben und aufgefordert, die mittelständischen Kabelnetzbetreiber ebenso zu behandeln wie Unitymedia und Vodafone. Diesen wird nämlich bislang die Zahlung eines Einspeiseentgeltes in der Regel verwehrt.

Der FRK stellt sich hierbei unter anderem auf den Standpunkt, dass die marktbeherrschenden öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zur Gleichbehandlung – und damit auch zur Zahlung eines Einspeiseentgeltes an mittelständische Kabelnetzbetreiber – verpflichtet sind. Sollte eine Einigung zwischen dem FRK und den öffentlich-rechtlichen Sendern nicht erfolgreich sein, erscheint eine erneute jahrelange Auseinandersetzung vor den zuständigen Aufsichts- und Kartellbehörden sowie gegebenenfalls ordentlichen Gerichten für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten unausweichlich.

Ramón Glaßl ist Rechtsanwalt bei der Kanzlei Schalast & Partner. Gegründet im Jahr 1998 als Boutique für M&A und TMT berät die Kanzlei auch heute noch schwerpunktmäßig in diesen Bereichen. Darüber hinaus hat sich das Beratungsportfolio zwischenzeitlich erweitert, sodass nunmehr das gesamte Wirtschaftsrecht abgedeckt wird. Der FRK wurde bereits in früheren Verfahren vor dem Bundeskartellamt, der Bundesnetzagentur und den ordentlichen Gerichten von der Kanzlei Schalast & Partner beraten. Professor Dr. Christoph Schalast besetzt seit Juni 2015 zudem die Stelle als Justiziar des FRK.

Neues vom FRK

FRK fordert von ARD und ZDF Gleichbehandlung mittelständischer Kabelnetzbetreiber mit Unitymedia und Vodafone bei der Zahlung von Transportentgelten

„Es kann nicht sein, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunksender ihre Marktmacht ausnutzen und den Antennengemeinschaften, mittelständischen und kleinen Kabelnetzbetreibern die Zahlung von Entgelten verwehren, die sie den beiden marktbeherrschenden Kabelnetzbetreibern gewähren,“ erklärt der Vorsitzende des Fachverbands Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK), Heinz-Peter Labonte.

Nachdem eine Einigung zwischen dem FRK und den öffentlich-rechtlichen Sendern außergerichtlich nicht erzielt werden konnte, wird der Verband diese Ungleichbehandlung nun mit Unterstützung der Kanzlei Schalast vom Bundeskartellamt überprüfen lassen. In diesem Verfahren vertritt der FRK den Standpunkt, dass die marktbeherrschenden öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zur Gleichbehandlung verpflichtet sind – und damit auch ebenfalls zur Zahlung eines Entgeltes an mittelständische und kleine Kabelnetzbetreiber. Deshalb geht der FRK nunmehr gegen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ARD und ZDF wegen Marktmachtmissbrauchs zu Lasten kleiner und mittlerer Kabelnetzbetreiber vor.

Der FRK hatte zunächst sowohl ARD als auch ZDF aufgefordert, die mittelständischen Kabelnetzbetreiber ebenso zu behandeln wie Unitymedia und Vodafone und auch ihnen ein Entgelt für die Einspeisung der Sendesignale in die Kabelnetze ein Transportentgelt (Einspeisegebühr) zu zahlen, was diese trotz entsprechender Forderungen seit Beginn der Zahlungen 1998 bis 2012 nicht taten. Diese Wettbewerbsverzerrung zulasten der Mittelständler wurde im Jahr 2012 mit der Einstellung der Zahlungen von ARD und ZDF beendet.

Der FRK vertritt knapp 140 mittelständische Kabelnetzbetreiber auf den Netzebenen 3 und 4 sowie Infrastrukturanbieter, die gemeinsam über fünf Millionen Wohneinheiten in Deutschland mit Kabelfernsehen versorgen. Er sieht sich insbesondere als Interessenvertretung der Antennengemeinschaften sowie der kleinen und mittelständischen Kabelnetzbetreiber aus Handwerk und Wohnungswirtschaft. In dieser Funktion hatte der FRK die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ARD und ZDF kontaktiert, um Verträge abzuschließen, die seinen Mitgliedern ebenfalls ein Entgelt für die Einspeisung der Sendesignale in die Kabelnetze gewährleisten und so die Wettbewerbsvorteile der Marktbeherrscher ausgleichen.

Hintergrund ist die Einigung von ARD und ZDF mit den Kabelnetzbetreibern Vodafone und (zum Teil) Unitymedia: Nach Presseberichten haben die beiden öffentlich-rechtlichen Sender jedenfalls mit der marktbeherrschenden Kabelgesellschaft Vodafone (ehemals Kabel Deutschland) einen Vergleich geschlossen, auf dessen Grundlage neue – und auch wohl langjährig angelegte – Partnerschaften für die Kabelverbreitung begründet werden sollen, die die Einspeisung weiterer HD-Sender und Mediathekeninhalte der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten umfassen.

Auch wenn einige der Beteiligten abweichende Begrifflichkeiten verwenden, wies FRK-Vorsitzender Labonte insbesondere darauf hin, dass die öffentlich-rechtlichen Sender für die Kabelverbreitung ihrer regulären, linearen Sender als Teil des Grundpakets Transportentgelte (Einspeiseentgelte) zahlen. Dies wurde von einer Vodafone-Sprecherin gegenüber dem Brancheninformationsdienst MediaLABcom ausdrücklich [bestätigt](#). Auch eine Einigung mit Unitymedia soll erzielt worden sein, allerdings nur mit der ARD.

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

Smartes Lokal-TV – neue Wege der Vermarktung

Am 24. und 25. September 2018 treffen sich Programm maker, Veranstalter, Vermarkter sowie Vertreter der Medienpolitik und Regulierung auf dem Lokal-TV-Kongress in Potsdam, um über aktuelle Fragen und

Entwicklungen zu diskutieren. Unter dem Thema "Smartes Lokal-TV – neue Wege der Vermarktung" beschäftigt sich die Veranstaltung in diesem Jahr mit den Potenzialen von Smart-TV und digitaler Werbung für Lokalfernsehen. Auch „smarte“ Strategien der Programmentwicklung sowie zukunftsweisende Vermarktungsmodelle, Kooperationen und Formate werden in Vorträgen und Workshops vorgestellt.

Infos & Anmeldung: www.lokal-tv-kongress.de

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

BrightBlue startet IPTV-Service für Netzbetreiber

BrightBlue startete auf der ANGA COM 2018 eine IPTV-Lösung für Netzbetreiber, die ein eigenes TV-Produkt anbieten wollen. Das Unternehmen, das seine Ursprünge in der Unternehmensgruppe Deutsche Glasfaser hat, bietet den Service sowohl als White-Label-Gesamtprodukt als auch in maßgeschneiderten Modulen an. Die Plattform basiert auf der IPTV-Technologie von Deutsche Glasfaser und richtet sich an Glasfaser-, Kabel- und VDSL-Netzbetreiber. An Bord sind über 150 TV-Sender, davon mehr als 75 in HD-Qualität, über 150 Radiosender und mehr als 30 Apps, sowie Cloud-basierte interaktive Funktionen wie Instant Replay, Instant Restart und Live Pause. Auch TV-Streaming in 4K-Qualität ist Teil der Plattform, die sich auch auf mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets erstreckt. "Das modulare IPTV-Produkt von [BrightBlue](#) ist auf mittelständische und kleinere Telekommunikationsunternehmen zugeschnitten, die nicht auf die teuren Gesamtpakete der großen Anbieter angewiesen sein wollen", sagt Uwe Nickl, CEO von Deutsche Glasfaser. "Es ist ein hochmodernes State-of-the-Art-Produkt, das über zwölf Jahre Entwicklungszeit und entsprechende Investitionen erfordert hat. Diesen Aufwand will BrightBlue mit ihren individuellen IPTV-Angeboten nun anderen Telekommunikationsunternehmen ersparen. Hochqualitatives IPTV soll so in Deutschland durch den gestärkten Wettbewerb verschiedener Anbieter für viele Menschen zugänglich und endlich massentauglich werden – das ist vor dem Hintergrund der Möglichkeiten des digitalen Zeitalters das Fernsehen der Zukunft."

BrightBlue wählt content4tv für IPTV-Lösung

Der neue, zur ANGA COM 2018 gestartete IPTV-Dienstleister BrightBlue hat sich bei den TV-Verbreitungsrechten für content4tv entschieden. Der TV-Lizenz-Dienstleister stellt BrightBlue ein umfangreiches Rechtepaket zur Verfügung: Neben Free-TV, Pay-TV und fremdsprachigen Sendern sind auch die Multiscreen-Rechte für Smartphones und Tablets abgedeckt, ebenso non-lineare Rechte wie Catch-up, Restart und Timeshift. Der aus der Unternehmensgruppe Deutsche Glasfaser entstandene Dienstleister bietet seine IPTV-Lösung Netzbetreibern sowohl als White-Label-Gesamtprodukt als auch in maßgeschneiderten Modulen an. "Wir wollen mit unserem modularen IPTV-Produkt mittelständischen und kleineren Telekommunikationsunternehmen eine schlüsselfertige IPTV-Lösung anbieten, die bezahlbar ist. Damit sind sie nicht auf die teuren Gesamtpakete der großen Anbieter angewiesen", sagt Peter Kamphuis, Geschäftsführer von BrightBlue. "Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit content4tv – ihre umfangreichen Programmangebote sind eine hervorragende Ergänzung unseres IPTV-Produktportfolios." Martina Rutenbeck, geschäftsführende Gesellschafterin von content4tv, erklärt: "Im zunehmenden Wettbewerb um TV-Kunden sind leistungsstarke Breitbandnetze mit attraktiven und ausgereiften IPTV-Produkten gefragt. Daher freuen wir uns besonders, die Aktivitäten von BrightBlue mit unseren vielseitigen TV-Paketen und Zusatzfunktionen zu unterstützen."

M7 startet IP-Zuführungsdienst für Netzbetreiber

M7 hat einen neuen IP-Zuführungsdienst zur Versorgung von Kabel- und IP-Netzbetreibern mit linearen Fernsehprogrammen gestartet. M7 Livestream liefert Free-TV- und Pay-TV-Sender vom zentralen M7-Headend im niederländischen Hilversum per IP-Stream über Glasfasernetze direkt an die Kopfstelle. "Unser Bestreben ist es, die Geschäfte unserer Partner durch die stete Entwicklung innovativer Dienste zu unterstützen und effizienter zu machen. Mit M7 Livestream reagieren wir auf einen bestehenden hohen Bedarf seitens der Netzbetreiber nach einer Redundanz ihrer Signalquellen", sagt Christian Heinkele, Geschäftsführer von Eviso Germany, Business Partner von M7. Mit dem Angebot will M7 die Komplexität am Signalempfangspunkt reduzieren. In der Regel empfangen Netzbetreiber ihre Programmsignale aus mehreren Quellen, etwa verschiedenen Satellitenpositionen. Mit M7 Livestream erhalten sie alle Signale aus einer Quelle, die zugleich als Backup für den Satellitenempfang genutzt werden kann. M7 empfängt in seinem Headend in Hilversum einen Großteil der Programme direkt von den Sendern über Glasfaserleitungen oder über diverse Satellitenpositionen. Die Sender werden dort gebündelt und als Multi-Programm-Transport-Stream mit fest zugeordneten Bandbreiten über das Equinix-Rechenzentrum in Frankfurt ausgeliefert. Von hier aus werden die Streams dann direkt über Datenverbindungen zu den angeschlossenen Kopfstellen der Netzbetreiber weitergeleitet.

Für die Zuführung der gebündelten IP-Signale zum Netz bietet M7 den Netzbetreibern zwei Varianten an. "M7 Livestream" umfasst die mehr als 80 Sender auf den neun M7-Transpondern auf Eutelsat 9B (9° Ost) als IP-Streams. Mit "M7 Livestream Plus" kann der Netzbetreiber alle in seinem Netz vorhandenen TV-Sender direkt vom zentralen Headend in Hilversum als gebündelte IP-Streams empfangen. In der Standardausführung sind neben den Sendern der M7-Transponder die Programme von insgesamt 31 Transpondern auf Astra (19,2° Ost) vorgesehen. Die Skalierbarkeit des M7-Headends ermöglicht die Zulieferung zusätzlicher Sender als IP-Streams nach den individuellen Wünschen der Netzbetreiber, die so ihr Programmangebot ausbauen können.

content4tv gewinnt weitere Stadtwerke als IPTV-Kunden

Die Stadtwerke Ludwigsburg-Kornwestheim (SWLB) haben sich bei der Einführung ihres IPTV-Angebots

für den TV-Lizenz-Dienstleister content4tv entschieden. content4tv stellt SWLB die Verbreitungsrechte für Free-TV- und Pay-TV-Sender sowie Fremdsprachenprogramme zur Verfügung. Das Rechtspaket umfasst auch non-lineare Funktionen wie Instant Restart, Instant Replay, Timeshift und Multiscreen-Nutzung auf Zweitfernsehern, Laptops, Smartphones und Tablets. Das Unternehmen, das 42.000 Wohneinheiten versorgt, kann damit ein TV-Produkt anbieten, um die Kundenbindung zu erhöhen und neue Zielgruppen zu erschließen. Technischer Vorleistungslieferant für die IPTV-Plattform und -Boxen ist purtel.com. "Mit ihrem innovativen, leistungsstarken TV-Angebot können die Stadtwerke Ludwigsburg-Kornwestheim die Vorteile ihres Breitbandnetzes im Wettbewerb um Kunden voll ausspielen und neue Umsatzquellen erschließen", sagt Martina Rutenbeck, geschäftsführende Gesellschafterin von content4tv. „Hier zeigt sich, wie regionale und mittelgroße Netzbetreiber von der Zusammenarbeit mit content4tv profitieren.“

Mit der WEMACOM Schwerin hat sich ein weiterer Kunde aus dem Stadtwerkebereich für content4tv als TV-Lizenz-Vertragspartner bei der Einführung seines IPTV-Angebots entschieden. content4tv liefert der WEMACOM Schwerin ebenfalls Ausstrahlungsrechte für Free-TV- und deutschsprachige Pay-TV-Sender sowie Fremdsprachenprogramme einschließlich non-linearer Funktionen und Multiscreen-Verbreitung auf mobilen Endgeräten. Nach erfolgreichen Tests soll die Vermarktung der IPTV-Produkte in Kürze anlaufen.

QSC wählt Zattoo für IPTV-Angebot

Der Dienstleister QSC bietet Stadtwerken und regionalen Telekommunikationsgesellschaften ab sofort ein Triple-Play-Paket mit TV, Telefonie und Internet als White-Label-Produkt an. Das TV-Angebot basiert auf der White-Label-IPTV-Plattform von Zattoo und wird vollständig von Zattoo gehostet und gemanagt. "Damit können Stadtwerke unter ihrem Namen ein Komplettpaket aus Internetservices, Telekommunikationsleistungen und IPTV anbieten", sagt Dietmar Becker, Leiter der Geschäftsentwicklung Telekommunikation bei QSC. "Dies ist für alle Stadtwerke und regionale Anbieter interessant, die derzeit den Glasfaserausbau selbst in die Hand nehmen, um ortsansässigen Unternehmen und Privathaushalten State-of-the-Art-Breitbandkommunikation zu ermöglichen." Den Endkunden stehen neben rund 100 Live-TV-Sendern in SD- und HD-Qualität nichtlineare Funktionen und der Zugang zu Video-on-Demand-Diensten wie maxdome zur Verfügung. Die White-Label-Plattform wickelt auch das Auftrags- und Kundenmanagement (CRM) ab. Gernot Jaeger, Chief Officer B2B TV Solutions bei Zattoo, erklärt: "Wir freuen uns sehr, dass wir die QSC AG von unserer modernen IPTV-Lösung überzeugen konnten. Damit haben Stadtwerke die Chance, ihr eigenes State-of-The-Art-TV-Produkt anbieten zu können, ohne selbst in komplexe und teure IPTV-Technologien investieren zu müssen."

M7 bringt Diveo auf Samsung Smart TVs

Die hybride Satelliten- und OTT-Plattform Diveo, die die M7 Group im Februar 2018 gestartet hat, ist ab sofort nicht nur per Diveo-Receiver und CI+-Modul, sondern auch über eine Smart-TV-App empfangbar. Die App, die wie eine virtuelle Set-Top-Box fungiert, bietet die gleiche Benutzeroberfläche und interaktiven Funktionen wie der Diveo-Receiver, ohne dass zusätzliche Hardware benötigt wird. Die Satellitensender auf Astra (19,2° Ost) werden über den integrierten DVB-S-Tuner und das Diveo-CI+-Modul empfangen, während die zusätzlichen Pay-TV-Kanäle und interaktiven Angebote übers Internet auf den Bildschirm gelangen.

Die [Diveo-Smart-TV-App](#) gibt es zunächst für alle Samsung-Smart-TV-Geräte ab dem Baujahr 2016, die mit dem Betriebssystem Tizen arbeiten. Weitere Smart-TV-Hersteller sollen folgen. Die Zuschauer erhalten damit Zugang zu bis zu 70 TV-Sendern in HD-Qualität, über 30 Mediatheken und einem Film-Abrufdienst mit mehr als 5.000 Titeln. Außerdem gibt es Zusatzfunktionen wie Sendungen neu starten und Aufzeichnungen in der Cloud. Das Angebot lässt sich auch auf bis zu fünf mobilen Endgeräten, etwa Samsung-Smartphones und -Tablets, nutzen, sowohl im WLAN-Heimnetz als auch unterwegs über Mobilfunknetze.

Diveo war schon seit [Sendestart](#) per CI+-Modul zugänglich, allerdings in einer abgespeckten Version, in der etwa die interaktiven Funktionen fehlten. Satellitenhaushalte können die kostenlose Diveo-Smart-TV-App ab sofort im Samsung App Store herunterladen. Nach der 30-tägigen Gratis-Testphase können die App-Nutzer unter den gleichen drei Paketen wählen wie Diveo-Kunden mit Diveo-Receiver oder reinem CI+-Modul. Die Monatspreise reichen von 7,90 Euro für das Einstiegspaket bis zu 16,90 Euro für das Komplettangebot.

Astra und Glasfaser ABC bieten SMATV-Lösung

Astra Deutschland und Glasfaser ABC bieten eine gemeinsame Lösung für die Versorgung von Mehrfamilienhäusern und Wohnsiedlungen mit Satellitenfernsehen über eine einzige Schüssel (SMATV). Die Programme werden vom Astra-Satellitensystem auf 19,2° Ost empfangen und über Glasfaser-Hausnetze (FTTH) in die Wohnungen weitergeleitet. Bei den Endgeräten haben die Nutzer freie Wahl. Erstes gemeinsames Projekt ist die Wohnstadt Asemwald bei Stuttgart, die zu den größten Eigentümergeellschaften in Deutschland zählt. Glasfaser ABC und Astra versorgen hier mehr als 1.000 Wohneinheiten. Die Glasfaser-Inhouse-Installation bietet neben der TV-Versorgung über Astra auch zusätzliche Bandbreiten für weitere Anbieter und Dienste, die etwa Telefonie und Internet in die Wohnungen bringen.

GeniusPlusTV und Sparhandy TV setzen auf DNMG

Die beiden Verkaufskanäle GeniusPlusTV und Sparhandy TV haben Rahmenverträge mit der Deutschen Netzmarketing GmbH (DNMG) über die Verbreitung ihrer Programme abgeschlossen. Mit den mehrjährigen Abkommen sichern sich die Free-TV-Sender Zugang zu den mehr als 200 in der DNMG organisierten Netzbetreibern, über die sie ihre Reichweite via Kabel und IPTV ausbauen können.

GeniusPlusTV, betrieben von der Genius GmbH, bietet Produkte aus den Bereichen Kochen, Haushalt, Lifestyle und Kosmetik an. Die SH Telekommunikation Deutschland GmbH vertreibt als unabhängiger Online-Reseller über Sparhandy TV vertragsgebundene Mobilfunkangebote. Die DNMG ist die größte Vermarktungsorganisation für mittelständische und städtische Betreiber von Kabel- und Glasfasernetzen im deutschsprachigen Raum und verbindet Sender und Netzbetreiber mit Verbreitungsverträgen.

Freenet erwägt Zukäufe im Internet-TV-Bereich

Das Medienunternehmen Freenet strebt im Internet-TV-Bereich ein schnelles Wachstum an. "Ziel ist es, möglichst schnell auf eine Million Kunden zu kommen", sagt Freenet-Finanzchef Joachim Preisig der [Nachrichtenagentur Reuters](#). Derzeit zahlen rund 133.000 Menschen für den Internet-TV-Dienst waipu.tv, der von der Exaring AG betrieben wird, an der Freenet die Mehrheit hält. "In den nächsten drei bis vier Jahren wollen wir auf zwei bis drei Millionen Kunden und einen Betriebsgewinn zwischen 60 und 70 Millionen Euro kommen", kündigt Preisig an. Um beim Vertrieb noch weiter zu kommen, "müssen wir vielleicht noch zukaufen". Nach der Akquisition von Media Broadcast schau sich Freenet in Deutschland nach weiteren Übernahmekandidaten um: "Wir haben auch genügend Kapital, um loszulegen, aber nicht um jeden Preis."

Analogabschaltung im Kabel schreitet voran

Die großflächige Abschaltung der analogen Programme in den Kabelnetzen gewinnt in der zweiten Jahreshälfte 2018 an Fahrt, nachdem im Frühjahr zahlreiche Pilotprojekte stattfanden. Das Projektbüro Digitales Kabel, das den Umstieg zu einer rein digitalen Kabelverbreitung koordiniert und unterstützt, hat jetzt die nächsten Termine veröffentlicht. In Baden-Württemberg wird die Deutsche Telekom bei ihrer Versorgung der Wohnungswirtschaft in sämtlichen Gebieten bis 17. August 2018 die Abschaltung der analogen TV- und Radioprogramme durchführen. Dazu zählen unter anderem die Regionen Stuttgart, Karlsruhe und Freiburg. Bayern ist neben Sachsen und Bremen eines der drei Bundesländer, die die Analogabschaltung bis Ende 2018 gesetzlich vorschreiben. Im Vodafone-Netz erfolgt die Abschaltung analoger Fernseh- und Radioprogramme im August 2018 unter anderem in den Regionen Augsburg (14.08.2018), Ingolstadt (22.08.2018) und Regensburg (30.08.2018). Bereits im Juli 2018 wird die Telekom unter anderem in den Regionen München und Nürnberg (30./31.07.2018) die analoge Signalverbreitung einstellen. Weitere bayerische Regionen, zum Beispiel Schweinfurt und Würzburg (01.08.2018), folgen im August. Der regionale Telekommunikationsanbieter komro wird am 01.08.2018 in Rosenheim und der regionale Kabelnetzbetreiber M-Net in seinem Versorgungsgebiet in Augsburg am 16.08.2018 die Digitalumstellung vornehmen.

Bremen ist das dritte Bundesland, das die Analogabschaltung bis Ende 2018 gesetzlich vorgibt. PŸUR wird bereits am 24.07.2018 in Bremen und Bremerhaven auf den rein digitalen Empfang umstellen. Vodafone folgt mit der Analogabschaltung am 07./08.08.2018 in den versorgten Gebieten in Bremen, Bremerhaven und dem dortigen niedersächsischen Umland. In Niedersachsen wird Vodafone außerdem unter anderem in Braunschweig (29.08.2018) und Cuxhaven (08.08.2018) die analogen TV- und Radioprogramme abschalten.

Der regionale norddeutsche Netzbetreiber wilhelm.tel wird die Analog-TV-Abschaltung in Hamburg am 27.08.2018 ausführen. Das analoge Radiosignal ist dabei vorerst nicht betroffen. In Schleswig-Holstein wird Vodafone unter anderem in Kiel (28.08.2018) und in Lübeck (21.08.2018) die analoge Signalverbreitung einstellen. Die Telekom wird zudem vom 14.08.2018 bis 23.08.2018 in zahlreichen Versorgungsgebieten in Hessen und Rheinland-Pfalz die Analogabschaltung vornehmen. In Nordrhein-Westfalen wird die Region Dortmund am 27.08.2018 umgestellt. Vodafone schaltet in Rheinland-Pfalz am 23.08.2018 in Bitburg, Trier und in der Region auf digitale TV- und Radioverbreitung um.

Die ersten Umstiegsregionen in Mecklenburg-Vorpommern sind unter anderem Greifswald und Ostvorpommern. Dort wird Vodafone am 16.08.2018 die analoge TV- und Radioverbreitung vollständig auf digital umstellen. Auch in Sachsen sind die Kabelnetzbetreiber gesetzlich verpflichtet, die analoge TV- und Radioverbreitung im Kabel bis Ende 2018 einzustellen. Vodafone startet im August mit der Umstellung unter anderem in den Regionen Dresden (15.08.2018), Leipzig (01./02.08.2018) und Meißen (15.08.2018).

Eine detaillierte Terminübersicht kann auf der Webseite www.digitaleskabel.de abgerufen werden. Von den rund 17,6 Millionen Kabelhaushalten empfangen 2017 noch fast 3,1 Millionen analoges Kabelfernsehen. Bis Frühling 2019 wollen die Kabelnetzbetreiber die Analogabschaltung abschließen.

Aus für einstigen MTV-Herausforderer: Viacom stellt VIVA ein

Viacom International Media Networks (VIMN) stellt den traditionsreichen Musikkanal VIVA zum Jahresende ein. Im Gegenzug wird der Unterhaltungskanal Comedy Central, mit dem sich VIVA derzeit den Sendeplatz teilt, zum 1. Januar 2019 in ein 24-Stunden-Programm ausgebaut. Viacom begründet die Entscheidung mit dem fortlaufenden Zuschauerzuwachs von Comedy Central in Deutschland.

Mit der Einstellung von VIVA endet eine Ära im deutschen Musikfernsehen. Der Sender war 1993 als Herausforderer von MTV Europe mit einem ganz auf das deutsche Publikum ausgerichteten Programm gestartet und 2004 von Viacom übernommen worden. Zum Abschied will VIVA die Höhepunkte aus 25 Jahren Sendergeschichte aus dem Archiv holen sowie Playlists der Zuschauer und ausgewählter Gäste zeigen.

"Mit unseren drei Kernmarken sind wir ideal aufgestellt", sagt Mark Specht, General Manager von VIMN für Deutschland, Österreich und die Schweiz. "Comedy Central bietet ein breites Spektrum an Comedy,

was auch die Zuschauer mit steigenden Marktanteilen honorieren. MTV ist nach der Rückkehr ins Free-TV bestens positioniert, um den wachsenden Appetit auf Musik und Entertainment zu bedienen. Und Nickelodeon behauptet sich im sehr intensiven Wettbewerb mit starken lokalen Highlights."

Sky entfernt Sport1+ HD aus Angebot

Sky entfernt ein Jahr nach Sport1 US HD auch den Schwesterkanal Sport1+ HD von seiner Pay-TV-Plattform. "Wir analysieren und bewerten unser Partnersender-Portfolio regelmäßig anhand verschiedener quantitativer und qualitativer Gesichtspunkte. Infolgedessen hat sich Sky Deutschland dazu entschieden, die Verbreitung des Senders Sport1+ HD über Ende Juni 2018 hinaus nicht zu verlängern", sagte ein Sky-Sprecher gegenüber [Quotenmeter.de](#). Eine konkrete Begründung nannte er nicht. Ein Sport1-Sprecher sagte dem Portal: "Sport1+ wird ab Ende Juni nicht mehr bei Sky zu sehen sein, da wir uns mit Sky nicht auf eine Fortsetzung der Einspeisung einigen konnten." Der Abo-Sender ist in Deutschland, Österreich und der Schweiz weiterhin bei Vodafone, Unitymedia, Deutsche Telekom, A1 Telekom Austria und UPC zu empfangen. Auf der [Sport1-Webseite](#) wird zudem ein kostenpflichtiger Livestream angeboten.

Sky startet Science-Fiction-Kanal

Der Pay-TV-Veranstalter Sky zeigt vom 27. Juli bis 5. August 2018 auf einem Pop-up-Kanal rund um die Uhr Science-Fiction-Filme. Der programmliche Höhepunkt von Sky Cinema Sci-Fi HD ist die TV-Premiere des Blockbusters "Blade Runner 2049" mit Harrison Ford und Ryan Gosling am 29. Juli. Mit Sky Q ist der Film in Ultra-HD-Qualität zu sehen. Der Sender, der vorübergehend Sky Cinema Hits ersetzt, zeigt zudem 28 weitere Filme des Genres, darunter "Blade Runner", "Star Wars: Rogue One", "Guardians of the Galaxy Vol. 2", "Terminator 3", "Arrival", "Passengers", "Life" und "Elysium". Viele Titel sind auch auf Abruf bei Sky Go und Sky Ticket verfügbar.

Sky holt Spiegel TV Wissen

Der Pay-TV-Veranstalter Sky nimmt zum 1. Juli 2018 den Abo-Sender Spiegel TV Wissen auf seine Plattform auf. Sky-Zuschauer aus Deutschland und Österreich können neben Spiegel TV Geschichte damit einen weiteren Sender der Spiegel-Gruppe empfangen. Die Zusammenarbeit begann 2009 mit der exklusiven Verbreitung von Spiegel TV Geschichte. "Unsere Kunden sind fasziniert von journalistisch anspruchsvoll umgesetzten Dokumentationen und Reportagen aus Deutschland. Daher freuen wir uns sehr, unsere langjährige Kooperation auszubauen", sagt Thomas Henkel, Executive Vice-President Strategy von Sky Deutschland. „Mit Spiegel TV Wissen ergänzen wir unser Programm optimal und präsentieren noch mehr Content made in Germany.“ Der Sender wird in SD-Auflösung angeboten und Bestandteil des Sky-Entertainment-Pakets und des Abrufangebots von Sky. Spiegel TV Geschichte und Spiegel TV Wissen werden von der Spiegel TV Geschichte und Wissen GmbH & Co. KG betrieben, einem Joint Venture von Spiegel TV und Autentic mit Sitz in München-Oberhaching.

Sky bietet alle Sender mobil via Sky Go

Der Pay-TV-Veranstalter Sky erweitert seine Sky-Go-App für Smartphones und Tablets um ein breites Angebot an linearen TV-Sendern. Das Portfolio umfasst ab sofort alle Sky-Sender, darunter Sky Cinema HD und Sky Atlantic HD, alle Sky-Live-Sport-Kanäle, zahlreiche Sky-Partnersender wie Fox, TNT Serie, National Geographic und 13th Street sowie alle öffentlich-rechtlichen Programme inklusive ARD, ZDF, ARTE und 3sat. Mehr als 40 der Sender sind in HD-Qualität verfügbar. Bis Ende Juni 2018 sollen über 100 Sender als Livestreams zur Verfügung stehen. Bisher konnten die Sky-Go-Nutzer neben den Video-on-Demand-Inhalten nur die Sky-Sport-Sender als Streaming-Angebote empfangen. Die TV-Livestreams bei Sky Go sind zunächst nur auf Smartphones und Tablets nutzbar, wie ein Sky-Sprecher gegenüber MediaLABcom erklärte. Eine Browserversion für Laptops und PCs soll im Herbst 2018 folgen.

Netflix überholt Sky in Deutschland

Der Streaming-Anbieter Netflix könnte den Pay-TV-Veranstalter Sky zum Jahresende 2018 bei den Kundenzahlen in Deutschland überholen. Das berichtet die "[Süddeutsche Zeitung](#)" unter Berufung auf Berechnungen von Mark Bradford, Chef und Gründer des Streaming-Dienstes Cirkus, und des britischen Marktforschungsinstituts Ampere Analysis. Netflix hat demnach in Deutschland derzeit rund vier Millionen Abonnenten. Offizielle Zahlen für einzelne Länder gibt das US-Unternehmen nicht bekannt.

Netflix lege gerade in Deutschland bei der Kundenzahl stark zu, um geschätzt mehr als 20 Prozent in diesem Jahr, sagt Bradford. "Zum Jahresende dürfte Netflix auf mehr als fünf Millionen Kunden kommen und Sky bei der Zahl der Abonnenten überholt haben", erwartet er. Sky Deutschland hat derzeit 5,2 Millionen Abonnenten, etwa zehn Prozent davon dürften auf Österreich entfallen. Marktführer bei den Streaming-Diensten in Deutschland ist den Berechnungen zufolge Amazon Prime mit etwa acht bis neun Millionen Kunden, allerdings nutzen vermutlich nicht alle Kunden den darin enthaltenen Streaming-Dienst.

Deutsche Telekom stellt Einstiegspaket StartTV ein

Die Deutsche Telekom nimmt ihr IPTV-Einstiegspaket StartTV nach nur einem Jahr wieder vom Markt. "Vor dem Hintergrund, dass sich der TV-Markt rapide entwickelt, passen wir unser TV-Portfolio immer wieder an und richten es neu aus. Daher haben wir uns entschlossen, dass wir unser StartTV-Angebot nicht weiter vermarkten und den Vertrieb zum 18. Juni 2018 einstellen", sagt ein Telekom-Sprecher gegenüber MediaLABcom. "Für die Kunden, die StartTV nutzen, ändert sich bis zum Ende ihrer Vertragslaufzeit nichts", betonte der Sprecher und kündigte an, sie rechtzeitig zu informieren, damit sie sich um eine Alternative kümmern können.

Die Telekom hatte StartTV am 2. Mai 2017 gestartet. Das Angebot umfasste rund 100 TV-Sender, davon

22 in HD-Qualität, für zwei Euro pro Monat. Zur Nutzung benötigten die Kunden einen Internetanschluss der Telekom und den IPTV-Receiver Entry, der für 2,95 Euro pro Monat gemietet oder für 79,99 Euro gekauft werden konnte. StartTV ergänzte die umfangreichere IPTV-Plattform Entertain TV der Telekom.

Unitymedia startet Gigabit-Internet in Köln und Düsseldorf

Der Kabelnetzbetreiber Unitymedia führt in Köln und Düsseldorf seinen Highspeed-Internetzugang ein. Ab Dezember 2018 können die ersten Haushalte und Unternehmen mit einer Geschwindigkeit von bis zu 1 Gbit/s im Netz surfen, kündigte CEO Lutz Schüler in einem Pressegespräch auf der Fachmesse ANGA COM 2018 in Köln an. Die Upload-Datenrate beträgt bis zu 50 Mbit/s. In beiden Städten habe Unitymedia jeweils rund 50 Millionen Euro investiert, um sein Netz für den Highspeed-Zugang aufzurüsten, sagte Schüler.

Grundlage ist der neue Kabelstandard Docsis 3.1, der ein Potenzial von einer Datenrate von jeweils bis zu 10 Gbit/s im Download und Upload bietet. Die Aufrüstung soll im März 2019 abgeschlossen sein: Dann können in beiden Städten 90 Prozent der Haushalte den Highspeed-Anschluss nutzen. Für Neukunden kostet der 1-Gbit/s-Zugang 99,99 Euro pro Monat bei einer Mindestvertragslaufzeit von 24 Monaten. Nach der Premieren-Stadt Bochum und Frankfurt am Main (Start im Oktober 2018) bietet Unitymedia seinen Highspeed-Anschluss damit in insgesamt vier Städten an. Wie es 2019 mit dem Rollout weitergeht, hänge von der Koordinierung mit Vodafone ab, sagte Schüler. Vodafone hatte im Mai 2018 die Übernahme von Unitymedia von dessen Mutterkonzern [Liberty Global](#) bekanntgegeben

Deutsches Digital Institut und DSC Dietmar Schickel Consulting vereinbaren Zusammenarbeit

Das Deutsche Digital Institut Berlin und DSC Dietmar Schickel Consulting wollen gemeinsam gegen den schleppenden Breitbandausbau und die unzureichende Digitalisierung in Deutschland vorgehen. Durch die Kooperation soll eine engere Verzahnung von Nutzungs- und Trendforschung einerseits und praktischer Umsetzung digitaler Lösungen andererseits erfolgen. In Kürze soll zudem ein internationaler Beirat etabliert werden, der die erweiterten Arbeitsfelder sichtbar macht. Zugleich wollen beide Teams auch weiterhin eigenständige und unabhängige Forschungs- und Beratungsarbeit leisten und ihre jeweilige Kompetenz in Unternehmen und Gesellschaft einbringen. Gemeinsam geplant sind vor allem Analysen und Innovationsrunden zu den Erfolgsfaktoren des Connected Home und der weiteren Entwicklung des Internet of Things sowie eine Unterstützung bei den nächsten Schritten für eine erfolgreiche Digitalisierung Deutschlands.

Das Deutsche Digital Institut befasste sich bislang vor allem mit Fragen der Digitalisierung von Kommunikation und Information. Basierend auf einer Repräsentativstudie hatte Institutsdirektor Professor Dr. Jo Groebel mit seinem Buch "Das neue Fernsehen" bereits die veränderte Nutzung von audiovisuellen Inhalten im Online-Zeitalter beschrieben. In Kooperation mit der Columbia University New York war zudem jüngst die englischsprachige Analyse zur globalen Medienkonzentration erschienen. Im Jahr 2007 hatte das Institut mit der Veröffentlichung der Deutschen Digital Charta eine radikale Verbesserung der digitalen Ausstattung des Landes gefordert.

DSC Dietmar Schickel Consulting konzentriert sich als Beratungsunternehmen für Immobilienwirtschaft, Kommunen, Stadtwerke und Medienunternehmen auf digitales Quartiermanagement und um die digitale Vernetzung aller Bereiche. Basierend auf jahrzehntelanger Praxiserfahrung unterstützt das DSC-Team insbesondere beim zukunftsgerechten Aufbau von Infrastrukturen, bei der die digitale Wohnungsausstattung mit TV und Internet genauso gewährleistet ist wie die Verbindung aus Online-Kommunikation und Gerätesteuerung mit smarten Applikationen oder die Ausstattung ganzer Quartiere im Zeichen von E-Mobility.

Gerichtsbeschluss: YouTube für Inhalte mitverantwortlich

Der österreichische Privatsender Puls 4 hat einen Etappensieg in seinem Rechtsstreit gegen YouTube erzielt. Das Videoportal sei kein neutraler Vermittler, sondern für die transportierten Inhalte mitverantwortlich, entschied das Handelsgericht Wien, wie die Tageszeitung "Der Standard" unter Berufung auf Puls-4-Geschäftsführer Markus Breitenecker und seinen Anwalt Dr. Markus Boesch [berichtet](#). YouTube müsse in Zukunft - durch Vorabkontrolle - sicherstellen, dass keine rechtsverletzenden Inhalte hochgeladen werden. Mit Verknüpfung, Sortierung, Verlinkung, Inhaltsverzeichnissen nach vorgegebenen Kategorien, Ermittlung des Suchverhaltens von Nutzern, maßgeschneiderten Surforschlägen, Anbieten von Hilfestellungen und dergleichen mehr verlasse YouTube "die Rolle eines neutralen Vermittlers", heißt es den Angaben zufolge in der Gerichtsentscheidung. YouTube hingegen versteht sich als reiner Host Provider, der für Inhalte nicht verantwortlich ist.

"Mit dieser Entscheidung haben wir einen Meilenstein erreicht für die Bemühungen von Rechteinhabern weltweit, ihre Inhalte und die Möglichkeiten, sie wirtschaftlich zu verwerten, zurückzuerobern", sagt Breitenecker. "Die Medien, die sich soziale Netzwerke nennen, werden erkennen müssen, dass sie für die Inhalte, mit denen sie viele Millionen verdienen, auch Verantwortung übernehmen müssen. Das ist ein wirklicher Game changer."

Mit der vor vier Jahren initiierten Klage will Puls 4 gegen illegal bei YouTube hochgeladene Inhalte vorgehen. "Wir wehren uns dagegen, dass es YouTube ermöglicht, von uns hergestellte Inhalte illegal hochzuladen, ohne uns zu fragen und ohne die Urheberrechte abzugelten", sagte [Breitenecker](#) damals. "Das ist praktisch Diebstahl unserer Inhalte. Juristisch formuliert: eine Verletzung unserer Urheberrechte."

Die Entscheidung erster Instanz ist nicht rechtskräftig, Berufung kann eingelegt werden. YouTube will die Urteilsbegründung nun "eingehend prüfen", wie ein Sprecher sagt. "Wir halten uns alle Optionen offen

inklusive einer Berufung", erklärt er. "YouTube nimmt den Schutz des Urheberrechts sehr ernst und stellt Rechte-Inhabern Werkzeuge und Ressourcen zur Verfügung, mit denen sie ihre Inhalte schützen und verwerten können."

Pay-VoD-Markt auf Wachstumskurs

Kostenpflichtige Video-on-Demand-Dienste (VoD) sind im Massenmarkt angekommen: Ende 2017 verfügten bereits 18 Prozent aller deutschen Haushalte über mindestens einen kostenpflichtigen Abrufdienst. Mit den Kundenzahlen steigen die Umsätze: Die Brutto-Gesamterlöse im Pay-VoD-Markt werden von 1,1 Milliarden Euro Ende 2017 bis 2023 auf 2,5 Milliarden Euro klettern und sich damit innerhalb von fünf Jahren mehr als verdoppeln. Das prognostiziert die Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia in ihrer [Studie](#) "Pay-VoD in Germany - Forecast 2018-2023". Über 30 Anbieter sind derzeit im deutschen Pay-VoD-Markt vertreten. Marktführer sind Amazon Prime Video und Netflix, weitere große Mitspieler sind Sky, die ProSiebenSat.1-Tochter maxdome sowie Apple iTunes und Google Play Store. Auch spezielle Sportangebote wie DAZN und der Eurosport Player werden der Studie zufolge immer stärker genutzt. Doch ausentwickelt ist der Markt noch lange nicht. Goldmedia erwartet, dass sich die Wettbewerbsverhältnisse in diesem schnell wachsenden Markt schon bald verschieben werden. So stehen internationale Anbieter wie Disney und Viacom mit neuen VoD-Plattformen in den Startlöchern.

Abonnements (Subscription-based VoD), also Zugänge zum monatlichen Pauschaltarif, haben mit 74 Prozent (2017) den höchsten Umsatzanteil im deutschen Pay-VoD-Markt. Bis 2023 wird dieses Segment der Studie zufolge sogar einen Anteil von 80 Prozent erreichen. Kauf titles (Electronic Sell-Through) erreichten 2017 einen Umsatzanteil von 14 Prozent vom Gesamtmarkt, während die Umsätze mit gemieteten Titeln (Transactional-VoD) einen Anteil von 12 Prozent einnahmen. Das Wachstum geht weiter: Goldmedia erwartet, dass 2019 bereits jeder zweite Haushalt mit Breitbandanschluss ein VoD-Abonnement haben wird.

Zwei von fünf Internetnutzern bezahlen für Serien und Filme

Zwei von fünf Internetnutzern (37 Prozent) streamen Filme und Serien über kostenpflichtige Video-on-Demand-Portale wie Netflix, Amazon Prime Video, Sky Ticket oder maxdome. Im Vorjahr waren es erst 29 Prozent. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage unter 1.007 Personen ab 14 Jahren im Auftrag des Branchenverbands Bitkom. Vor allem Jüngere zwischen 14 und 29 Jahre greifen auf die Angebote zurück: In dieser Altersgruppe streamt fast jeder Zweite hin und wieder (46 Prozent) Serien und Filme über kostenpflichtige Portale. Unter den 30- bis 49-Jährigen sind es vier von zehn (39 Prozent), bei den 50- bis 64-Jährigen noch rund ein Drittel (32 Prozent). "Immer mehr Verbraucher sind bereit, für ihr passgenaues Programm im Internet zu zahlen", sagt Adrian Lohse, Bitkom-Experte für Consumer Technology. "Viele Videostreaming-Abos locken mit hochkarätigen Eigenproduktionen und machen es den Nutzern mit einem monatlichen Kündigungsrecht leicht."

Waren es in den vergangenen Jahren vor allem die jüngeren Internetnutzer, die Flatrates auf Serien und Filme zu schätzen wussten, nutzen nun auch die Älteren die Angebote immer mehr. In der Generation 65plus ruft jeder fünfte Internetnutzer Spielfilme und Serien über kostenpflichtige Video-Streaming-Dienste ab. 2016 waren es erst acht Prozent, 2017 13 Prozent. Vier von zehn On-Demand-Streamern greifen außerdem auf die Download-Funktion zurück, mit der Filme und Serien gespeichert werden und so auch im Offline-Modus geschaut werden können.

waipu.tv startet Browser-Version

Die IPTV-Plattform waipu.tv ist ab sofort auch via Browser auf dem PC und Laptop nutzbar. Außerdem gibt es jetzt auch spezielle Apps für Android- und für Amazon-Fire-TV-Tablets. "Sehr viele Kunden haben sich die Nutzung von waipu.tv über PC und Notebook gewünscht. Mit der Erweiterung der Gerätebasis erhöhen wir nicht nur unsere technische Reichweite, wir bieten unseren Kunden auch die Möglichkeit, ihr TV-Programm mit waipu.tv noch individueller und situationsunabhängiger zu nutzen", sagt Bettina Bellmer, Chief Operating Officer der Betreibergesellschaft Exaring. Weitere technische Erweiterungen der Plattform sind nach Angaben des Unternehmens für dieses Jahr im Bereich Smart-TV und Apple TV geplant.

waipu.tv holt Gute Laune TV und Planet

Die IPTV-Plattform waipu.tv hat den Musiksender Gute Laune TV und den Dokumentationskanal Planet in ihr Pay-TV-Angebot aufgenommen. Insgesamt sind damit elf kostenpflichtige Sender an Bord - neben den beiden Neuzugängen sind dies Jukebox, RCK.TV, Fix & Foxi TV, GoldStar TV, Romance TV, Heimatkanal, Sport1 US, sportdigital und Motorvision TV. Damit bietet waipu.tv seinen Nutzern aktuell über 90 Sender, die meisten davon in HD sowie zahlreiche Inhalte auf Abruf.

Neue Sender und VoD bei Freenet TV Connect

Media Broadcast hat den Hybriddienst Freenet TV Connect, der die DVB-T2-Plattform Freenet TV begleitet, um neue Sender und ein Video-on-Demand-Angebot (VoD) erweitert. Neu sind die Free-TV-Kanäle kabel eins Doku, health tv und Deluxe Music. Damit stehen den DVB-T2-Zuschauern insgesamt 25 Sender zur Verfügung, die sie sich per Internet-Streaming über die Freenet-TV-Senderliste auf den Bildschirm holen können. Dank des Dash-Direct-Play-Verfahrens (DDP) können sie schnell und nahtlos zwischen Internet- und Fernsehinhalten umschalten.

Ebenfalls neu bei [Freenet TV Connect](#) ist Flimmit, die VoD-Plattform des Österreichischen Rundfunks (ORF). Flimmit bietet Spielfilme und Serien, die entweder für 30 Tage geliehen oder gekauft werden können. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, im Abo zum monatlichen Pauschalpreis ab 6,25 Euro unlimitiert Filme und Serien zu streamen.

Starz bringt Starzplay nach Deutschland

Der US-amerikanische Pay-TV-Sender Starz macht seinen Abrufdienst Starzplay für Zuschauer in Deutschland, Österreich und Großbritannien zugänglich. [Starzplay](#) steht Amazon-Prime-Mitgliedern bei Prime Video Channels für 4,99 Euro pro Monat zur Verfügung. Zwei Wochen lang kann das Angebot kostenlos getestet werden. Starzplay bietet die Starz-Original-Serien zeitgleich zur US-Premiere, darunter neue Produktionen wie "Vida" und "Sweetbitter", "Black Sails", "Power", "The White Princess", "Swedish Dicks", "The White Queen", "Casual" und "Howards End". Außerdem enthält das vom Medienunternehmen Lionsgate betriebene Angebot ältere Serien und Filme wie "American Psycho", "Die Braut des Prinzen", "Dune - der Wüstenplanet" und "Reservoir Dogs - wilde Hunde".

HbbTV Association: Neue Lenkungsgruppe und neue Führung

Die HbbTV Association, eine weltweite Initiative zur Förderung des HbbTV-Standards für die Verbreitung von Rundfunk- und Breitbanddiensten über Smart-TVs und Set-Top-Boxen, hat eine neue Lenkungsgruppe gewählt, die wiederum einen neuen Vorsitzenden und stellvertretenden Vorsitzenden gewählt hat. Vincent Grivet (TDF) wurde zum neuen Vorsitzenden gewählt. Er folgt Klaus Illgner vom IRT (Institut für Rundfunktechnik), der diese Funktion vor einigen Monaten aus persönlichen Gründen abgab. Jon Piesing (TP Vision), der bisherige stellvertretende Vorsitzende, wurde in dieser Funktion erneut bestätigt. Als Schatzmeister ist weiterhin Xavier Redon (Cellnex Telecom) tätig. Neu in die Lenkungsgruppe wurden Panasonic, RAI und TDF gewählt.

Während der anstehenden zweijährigen Amtszeit will sich die HbbTV-Lenkungsgruppe darauf konzentrieren, die Vorteile von HbbTV für Endverbraucher durch den Einsatz von HbbTV 2.0 weiter auszubauen. Damit wird die Grundlage geschaffen für eine weltweit noch breitere Übernahme des HbbTV-Standards, die Einführung neuer HbbTV-Dienste wie Betreiberanwendungen und die Anpassung des HbbTV-Ökosystems an neue datenschutzrechtliche Bestimmungen wie die Datenschutz-Grundverordnung und die E-Privacy-Verordnung.

"Mit über 44 Millionen eingesetzten HbbTV-Endgeräten und hunderten angebotenen Diensten ist HbbTV die weltweite größte interaktive TV-Plattform, mit der Rundfunkveranstalter und Dienstleister neue und attraktive TV- und OTT-Dienste entwickeln können", sagt Grivet. "Die HbbTV-Technologie und -Organisation sind der Schlüssel für die Anpassung des Rundfunk- und TV-Ökosystems an neue Verbraucherwünsche und Marktveränderungen. Unsere neue Lenkungsgruppe wird durch die Aufnahme führender Marktakteure weiter gestärkt. Sie haben die notwendige Erfahrung, Vision und Entschlossenheit, HbbTV auf die nächste Entwicklungsstufe zu heben." HbbTV sei dabei die zentrale Organisation für die Zusammenarbeit von Herstellern und Rundfunkveranstaltern, um gemeinsam mit anderen Standardisierungsorganisationen, Regulierungsbehörden und nationalen TV-Verbänden die Zukunft des Fernsehens vorzubereiten und zu ermöglichen, ergänzt der neue Vorsitzende der HbbTV-Lenkungsgruppe.

Satellitenfernsehen legt in Österreich zu

Der Satelliten-Direktempfang bleibt mit 2,05 Millionen Haushalten der meistgenutzte TV-Empfangsweg in Österreich. Im Vergleich zu 2016 stieg die Zahl der Satellitenhaushalte im vergangenen Jahr um 20.000, wie der Astra TV-Monitor 2017 ergab. Die Zahl der Kabelhaushalte ging von 1,11 Millionen auf 1,05 Millionen zurück. Zuwächse gab es bei den IPTV-Haushalten, die von 0,26 Millionen auf 0,27 Millionen stiegen und bei den DVB-T-Haushalten, die von 0,17 Millionen auf 0,21 Millionen zulegten. Der Satellitenempfang versorgt damit 57 Prozent der österreichischen Haushalte, die Kabelnetze 29 Prozent, IPTV acht und DVB-T sechs Prozent.

HDTV wird unterdessen immer beliebter: Von den insgesamt 3,57 Millionen TV-Haushalten in Österreich empfangen mittlerweile 2,89 Millionen (2016: 2,72 Millionen) ihre Programme in HD-Qualität. Nur noch 0,69 Millionen Haushalte sind ohne HDTV. Zudem ist die TV-Auswahl für österreichische Satellitenzuschauer weiter gestiegen, unter anderem mit schauTV HD, RTLplus Austria, n-tv Austria und oe24.TV. Der Astra TV-Monitor wird jährlich vom Marktforschungsinstitut GfK Austria im Auftrag von Astra durchführt. Im Untersuchungszeitraum Ende 2017 wurden 2.000 Haushalte in ganz Österreich befragt. Bei der Auswertung wurde jeweils der Empfangsweg für den Erstempfang berücksichtigt, das Hauptfernsehgerät der Haushalte.

Schweiz: Netflix beliebtester Streaming-Dienst

Netflix ist der meistgenutzte kostenpflichtige Streaming-Dienst in der Schweiz. Das ergab eine repräsentative [Umfrage](#) des Marktforschungsinstituts GfK Switzerland unter 1.517 Personen für das Online-Vergleichsportal moneyland.ch. Rund 13 Prozent aller Befragten nutzen Netflix und zahlen dafür. Danach folgen Swisscom und Spotify mit jeweils acht Prozent, Apple Music mit sechs sowie Apple Video/iTunes mit fünf Prozent. Bei jungen Menschen zwischen 19 und 25 Jahren ist die Streaming-Nutzung deutlich ausgeprägter: 25 Prozent haben ein Netflix-Abo, gefolgt von Spotify (15 Prozent) und Swisscom (14 Prozent).

Das so genannte [Password Sharing](#) entwickelt sich auch in der Schweiz zum Problem für die Anbieter: Rund 35 Prozent der Netflix-Nutzer gaben in der Umfrage an, dass sie den Dienst kostenlos nutzen. 23 Prozent erhalten Zugang über die Login-Daten von Freunden oder Kollegen.

SRG SSR verringert Beteiligung an SwissMediaCast

Die öffentlich-rechtliche Schweizer Rundfunkanstalt SRG SSR hat einen großen Teil ihrer Beteiligung an der SwissMediaCast (SMC) an private Radioveranstalter verkauft. SMC plant, baut und betreibt eigene

Rundfunknetze für das Digitalradio-Verbreitungsverfahren DAB+ in der Deutschschweiz. Sie ist auch für die Ausstrahlung der Radioprogramme für die privaten Veranstalter und für einzelne Programme der SRG verantwortlich. Die SRG war bisher mit 29 Prozent an SMC beteiligt. Die Käufer der Anteile sind Zürichsee Medien, Radio Ostschweiz, Radio Pilatus, Radio 32, Radio Sunshine, Radio Top, ERF Schweiz und Radio Eviva. Die SRG hält noch zehn Prozent an SMC.

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

Partner:

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

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

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)