MediaLABcom
Die etwas andere Medienbetrachtung

GLASFASERAUSBAU

WARUM DIE NETZBETREIBER DIE TELEKOM BRAUCHEN

Ausgabe 135 • Dezember 2024

Realitäten

Sehr geehrte Damen und Herren,

diese Tage eignen sich besonders gut zur Schwarzmalerei: der Erfolg der AfD, die Wiederwahl Donald Trumps, das Aus der Ampel-Koalition, die Probleme von VW und, und, und. Was wird da noch kommen? Darf man die Frage auch angesichts der Tatsache stellen, dass der MDR und das ZDF mangels Zuschauerinteresse an vier Standorten die Verbreitung via Antenne einstellen? Oder dass die Liechtensteiner ihren öffentlich-rechtlichen Rundfunk abschaffen? Um die Vorgänge im Großherzogtum geht es in unserer neuen Podcast-Folge „Medien im Visier“

Der Frage nach der Zukunft widmen wir uns auch in den übrigen Beiträgen. Zwar wirft unser Herausgeber, Heinz-Peter Labonte, im Interview anlässlich des Wechsels an der Spitze des Fachverbands für Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) auch einen Blick zurück, aber gleichzeitig erklärt er, wie die Zukunft des FRK aussehen könnte.

Dass in Zukunft jeder Haushalt einen Glasfaseranschluss haben soll, ist politischer Wille. Wie auf dem Weg zu diesem Ziel der Sprung von Kupfer- zu Glasfasernetzen gelingen kann, wird derzeit heftig diskutiert. Eine neue Studie des Beratungsunternehmens Goldmedia stellt klar: Die Deutsche Telekom könnte lange Zeit ohne diesen Sprung auskommen.

Die EU-Kommission stellt sich in Zukunft einige wenige nationale Champions im Telekommunikationsmarkt vor und geißelt im Weißbuch sowie im Draghi-Report die Kleinteiligkeit der Branche. Die Kommission sieht eine „kritische Schwäche“, wo andere aber gerade die Treiber für den Infrastrukturausbau sehen.

Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

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

Inhalt

„Die haben zwar das Geld, aber wir haben die Kunden“: Heinz-Peter Labonte über die Zukunft des TK-Mittelstands und des FRK

Kupfer-Glas-Migration: ohne die Telekom als Wholesale-Kunden wird es schwer

Und wieder Widerstand! Am europaweiten TK-Binnenmarkt scheiden sich die Geister

Medien im Visier – der Podcast von MediaLABcom

Kurzmeldungen

Peter Labonte über die Zukunft des TK-Mittelstands und des FRK

Marc Hankmann

Beim Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) trat der langjährige Verbandsvorsitzende Heinz-Peter Labonte in diesem Jahr nicht mehr zur Wiederwahl an. Im Interview blickt er nicht nur auf bewegte Jahre als Lobbyist für die Interessen mittelständischer Telekommunikationsunternehmen zurück, sondern offenbart auch ein kleines Geheimnis. Labonte spricht zudem über die Zukunft des FRK. Wie gewohnt, bleibt sich der Unternehmer selbst treu.

Lesen Sie mehr

Kupfer-Glas-Migration: ohne die Telekom als Wholesale-Kunden wird es schwer

Marc Hankmann

Zum 50-jährigen Bestehen des Breitbandverbands ANGA kamen im ehemaligen Berliner Telegraphenamt zahlreiche Gratulanten zusammen, die auch Andrea Huber als ANGA-Geschäftsführerin mit Standing Ovations verabschiedeten. Zu den Gästen zählte auch Klaus Goldhammer, der aber nicht nur zum Gratulieren gekommen war.

Lesen Sie mehr

Und wieder Widerstand! Am europaweiten TK-Binnenmarkt scheiden sich die Geister

Marc Hankmann

Aus Sicht der EU-Kommission befinden wir uns am Ende des fünften Jahres der digitalen Dekade. Bis 2030 soll jeder EU-Bürger an festen Standorten über eine Gigabit-Netzanbindung bis zum Netzabschlusspunkt verfügen. Wie das in den kommenden Jahren erreicht werden und wie es darüber hinaus weitergehen soll, stellt die Kommission in einem Weißbuch vor, das der Frage nachgeht, wie der Bedarf an digitaler Infrastruktur in Europa gedeckt werden kann.

Lesen Sie mehr

Medien im Visier – der Podcast von MediaLABcom

Danilo Höpfner

Zu teuer, zu schlecht? Liechtenstein schafft seinen öffentlich-rechtlichen Rundfunk ab
Liechtenstein, das zweitreichste Land der Welt, schafft seinen einzigen öffentlich-rechtlichen Radiosender ab. In dieser Folge von „Medien im Visier“ sprechen wir mit Patrick Schädler, Chefredakteur der Tageszeitung „Liechtensteiner Vaterland“, über die Hintergründe und die Folgen dieser Entscheidung.

Lesen Sie mehr

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Vodafone verliert über zwei Millionen TV-Kunden
Wegen des Wegfalls des Sammelinkassos verzeichnet Vodafone in seinem Fernsehgeschäft erhebliche Einbußen. Im zweiten Quartal des im April begonnenen Geschäftsjahrs sei der Bestand an TV-Kunden um rund 2,2 Millionen auf 8,9 Millionen gesunken, teilte der Konzern mit. Im ersten Quartal betrug der Rückgang rund 0,7 Millionen Kunden.

Lesen Sie mehr

„Die haben zwar das Geld, aber wir haben die Kunden“: Heinz-Peter Labonte über die Zukunft des TK-Mittelstands und des FRK

Marc Hankmann

Beim Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) trat der langjährige Verbandsvorsitzende Heinz-Peter Labonte in diesem Jahr nicht mehr zur Wiederwahl an. Im Interview blickt er nicht nur auf bewegte Jahre als Lobbyist für die Interessen mittelständischer Telekommunikationsunternehmen zurück, sondern offenbart auch ein kleines Geheimnis. Labonte spricht zudem über die Zukunft des FRK. Wie gewohnt, bleibt sich der Unternehmer selbst treu.

MediaLABcom: Herr Labonte, Sie gehören dem FRK seit über zwei Jahrzehnten an. Wie sind Sie damals zum Verband gekommen?

Heinz-Peter Labonte: Das geschah, als die Deutsche Telekom privatisiert wurde. Es kam die Frage auf, wo im Rahmen dieser Privatisierung der Mittelstand bleibt und wie er seine Existenz sichern kann. Wird er zum Beispiel bei der Versteigerung der Telekom-Netze mitbieten können? Und wenn ja, in welcher Form? Mein Vorschlag war, die Netze nach Regierungsbezirken zu strukturieren, sodass zum Beispiel mittelständische Konsortien auf diese Netze hätten mitbieten können. Gleichzeitig hätten die öffentlichen (Landes-)Banken und Sparkassen ihren satzungsgemäßen Aufgaben nachkommen und Investitionen der Mittelständler finanzieren können.

Hierzu hatte ich mich mit Heinz-Jürgen Bien, Gründungsmitglied und mein Vorgänger im Amt des FRK-Vorsitzenden, den ich bereits aus früheren Zeit kannte, als ich noch politisch aktiv war, in Verbindung gesetzt. Wir hatten beispielsweise als CDU-Landtagsfraktion im rheinland-pfälzischen Landtag in den achtziger Jahren bereits gemeinsam an den „Handwerkererklärungen (1982-1984) der Bundespost mit dem ZVEH“ (*Zentralverband der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke, Anm. d. Red.*) zur Freigabe der Netzebene 4 für private Unternehmen kooperiert. Er bot mir als FRK-Mitglied dann 1997/1998 den Posten des geschäftsführenden stellvertretenden Vorsitzenden an, den ich auch gerne übernahm, denn es war mir schon damals ein großes Anliegen, dass die Belange des Mittelstands gehört wurden. Das hat sich bis heute nicht verändert.

MediaLABcom: Wie war der Verband damals aufgestellt?

Heinz-Peter Labonte: Anfangs war der FRK vorrangig eine Handwerkervereinigung. Von den Handwerkern habe ich allerdings viel lernen dürfen, vor allem von denjenigen aus Ostdeutschland. Es waren oft Fachleute, die zu DDR-Zeiten in der Kammer der Technik organisiert waren. Wir bildeten schon eine verschworene Gemeinschaft, die mir als Nichthandwerker viel beigebracht hat. Was den Handwerkern fehlte, war ein Mundwerker. Und die Rolle habe ich dann als ehemaliger Pressesprecher der CDU-Landtagsfraktion im rheinland-pfälzischen Landtag gerne übernommen.

MediaLABcom: Was hatten die Handwerker denn damals abseits der Telekom-Privatisierung noch für Themen?

Heinz-Peter Labonte: Nachdem wir gemeinsam mit dem ZVEH die Netzebene 4 erfolgreich freigekämpft hatten, war es folgerichtig, auch das Postmonopol zunächst bis zur Grundstücksgrenze, dann für ganze Quartiere zu überwinden. So konnten wir Kabelnetzbetreiber damit beginnen, auch in der Netzebene 3, also auf öffentlichen Grund, unsere Netze zu bauen und unsere GGA (*Große Gemeinschaftsantennen-Anlagen, Anm. d. Red.*) bzw. Sat-Kopfstellen für ganze Quartiere zu errichten.

Das zweite Thema war die Existenzsicherung gegen den beginnenden Einfluss von Private Equity, weil die Sparkassen bezüglich ihres öffentlichen Auftrages ihre satzungsgemäßen Entwicklungschancen verschliefen. Und natürlich war die damit beginnende Konsolidierung des Kabelmarktes ein entscheidendes Thema.

Vor allem aber war und ist es der technische Fortschritt, der die FRK-Mitglieder umtreibt. Als ich in den 1980ern damit begann, mich mit Kabelnetzen zu beschäftigen, gab es noch vereinzelt 230-MHz-Netze. Die Technik entwickelte sich jedoch rasant weiter, die Netze wurden digitalisiert und der Frequenzbereich erweiterte sich erst auf 470, dann über 600 und schließlich auf 862 MHz. Heute ist der wirtschaftlich sinnvolle Glasfaserausbau das bestimmende Thema für die FRK-Mitglieder.

MediaLABcom: Wenn Sie heute auf den Verband blicken, wie hat er sich entwickelt?

Heinz-Peter Labonte: Mein nicht ganz ernst gemeinter Wahlspruch lautete von Beginn an: Wir müssen im Markt vom Faktotum zum Faktor werden. Ich glaube, das ist uns in Bezug auf die Interessen des Mittelstands auch gelungen. Der FRK hat sich unter meiner Führung als Vertreter der mittelständischen Kabel- und Breitbandnetzbetreiber profiliert. Auch wenn ich in Bonn, später in Berlin und in Brüssel als Einzellobbyist unterwegs war, und zwar ehrenamtlich, also auf eigene Kosten.

Das galt in meiner Zeit als FRK-Vorsitzender für alle Vorstandsmitglieder: Es gab keine bezahlten Funktionäre. Und dennoch verschafften wir uns Gehör. Ob beim Digitalgipfel und dessen Vorgängerveranstaltungen, an denen ich teilnahm, oder etwa durch den FRK-Breitbandkongress, den ich ins Leben rief. Auf dem ersten Kongress in Leipzig verkündete der damalige Wirtschaftsminister Günter Rexrodt die Digitalisierung des Rundfunks. Darüber hinaus haben Heinz-Jürgen Bien und ich den FRK erfolgreich als eigenständigen Partner der Urheberrechtinhaber etabliert.

In Spitzenzeiten hatten wir mehr als 170 Mitgliedsunternehmen. Durch die Marktkonsolidierung liegen wir seit Jahren konstant bei etwa 140 Mitgliedern. Das ist aber kein Grund, die Hände in den Schoß zu legen, denn sonst stirbt der deutsche Mittelstand auch im Telekommunikationsmarkt leise. Denn wenn TK-Unternehmen in Investorenhand wackeln, gibt es ein erdbebenähnliches Echo. Aber wenn ein mittelständischer Netzbetreiber aufgeben muss, wird nur mit den Achseln gezuckt.

MediaLABcom: Die Telekommunikationsbranche ist nicht gerade arm an Verbänden, unter denen es auch größere als den FRK gibt. Welche Rolle spielt der Verband in dieser Lobbyisten-Landschaft?

Heinz-Peter Labonte: Richtig. Wir sind jedoch der einzige Verband mit einem handwerklichen Background, der nur die Interessen mittelständischer Kabelnetzbetreiber im Fokus hat – ohne Seiteneinflüsterungen von Marktmächtigen und Infrastrukturwettbewerbern. Das liegt auch daran, dass bisher nur wirkliche Netzbetreiber die Vorstandsmitglieder stellen. Sie kennen eben die Tagespraxis eines Unternehmens und der Mitarbeiter.

Mit Herrn Berger als Verbandsvorsitzenden und hauptamtlichen Leiter der Geschäftsstelle hat sich das zwar geändert. Auch wenn jetzt nicht mehr alle Vorstandsmitglieder ehrenamtlich tätig sind, glaube ich, dass der FRK auch in Zukunft seine Existenzberechtigung dadurch hat, dass Menschen, die selbst Kabelnetze bauen und betreiben, im Verbandsvorstand sitzen und ihre Praxiserfahrung in die Findungsphase glaubwürdig einbringen.

Aber es bleibt weiterhin die wichtige Aufgabe, dass unsere engen Kooperationen mit dem BUGLAS (*Bundesverband Glasfaseranschluss, Anm. d. Red.*) und dem VATM (*Verband der Anbieter für Telekommunikations- und Mehrwertdienst, Anm. d. Red.*) weiter intensiviert werden. Uns verbindet mit dem BUGLAS, dass unsere Mitglieder, die vielen regionalen und lokalen TK-Unternehmen, Partner der Wohnungswirtschaft sind. Ähnlich ist es mit dem VATM.

Durch den wechselseitigen Informationsaustausch mit den übrigen Marktteilnehmern werden Missverständnisse zwischen Branchenaktivisten zulasten der Kunden verringert. Wenn dieser Austausch in Zukunft zu Kooperationen führt, wird der FRK auch eine gute Zukunft haben. Dies sollte im Interesse der Mitglieder auch ein Kernanliegen des neuen Vorsitzenden Berger sein.

MediaLABcom: Auf der diesjährigen Mitgliederversammlung sind Sie nicht mehr zur Wiederwahl als Vorstandsvorsitzender angetreten. Warum nicht?

Heinz-Peter Labonte: Ach, wissen Sie, man muss ja nicht wie in einem schlechten Western mit den Füßen zuerst aus dem Saloon getragen werden. Ich bin jetzt 74 Jahre alt. Damit ist für mich die vor Jahren angekündigte, selbstgesetzte Grenze erreicht. Ich hätte mir an der Verbandsspitze zwar einen Generationenwechsel gewünscht, aber der alte Vorstand hat es anders gesehen und der Mitgliederversammlung einen hauptamtlichen Vorsitzenden vorgeschlagen, worauf ein alternativer Vorschlag obsolet wurde und die Mitglieder dem alternativlosen Vorschlag folgten.

Da Herr Berger als hauptamtlicher Leiter der FRK-Geschäftsstelle und Geschäftsführer seiner Innoka GmbH seit einigen Jahren Beachtliches geleistet hat, wollte man dies auch anerkennen. Auch hat er sich mit seiner Assistentin, Frau Katrin Richter um die Organisation des FRK-Breitbandkongresses verdient gemacht. Er wird in nunmehriger Vollzeitbeschäftigung als Vorstandsvorsitzender für die Mitglieder hoffentlich deren Anliegen als Lobbyist machtvoll artikulieren und unsere Interessen effizient in Berlin, Brüssel und den Landeshauptstätten vertreten. Dabei wird die Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit eines hauptamtlichen und erheblich jüngeren Vorsitzenden bestimmt wirkungsvoller werden als mir das als Ehrenamtler möglich war. Bei dieser Professionalisierung hat er auch weiterhin meine Unterstützung als FRK-Präsident, sofern er sie möchte.

MediaLABcom: Wenn Sie auf die 15 Jahre als Verbandsvorsitzender zurückblicken, welche Meilensteine fallen Ihnen da ein?

Heinz-Peter Labonte: Ich konnte bereits unter Heinz-Jürgen Bien einige Akzente setzen wie etwa 1998 die Einführung unseres Breitbandkongresses. Rückblickend bin ich damit zufrieden, dass wir trotz Marktkonsolidierung eine in etwa konstante Verbandsgröße gehalten haben, wobei wir uns auf die Dienste unserer Geschäftsstelle nebst ihres leistungsfähigen Teams, Frau Richter und Herrn Berger, verlassen konnten.

Wichtig war, dass wir den technischen Fortschritt meisterten, auch dann, als es durch die Abschaltung der analogen Satellitenverbreitung zur Re-Analogisierung im Kabel kam. Unsere Kabelnetzbetreiber waren längst zu 100 Prozent digital unterwegs, als zum Beispiel Kabel Deutschland im Salto rückwärts in die technische Vergangenheit ihre Angebote noch re-analogisieren musste.

Als einzelner Verbandsvertreter stand ich mitunter gegenüber der Lobbymacht der Telekom und marktmächtigen Oligopolisten natürlich auf verlorenen Posten, drang aber mit guten Argumenten und mit meiner politischer Erfahrung aus meiner früheren Tätigkeit dennoch in den Gremien häufiger als befürchtet durch. Unter anderem auch deshalb halte ich ja die Kooperationen mit dem BUGLAS und dem VATM für so wichtig – vor allem jetzt, da es darum geht, die Bürger mittelfristig mit Glasfaseranschlüssen zu versorgen.

MediaLABcom: Warum sind die Kooperationen beim Glasfaserausbau so wichtig?

Heinz-Peter Labonte: Das wird nur mit regionalen und lokalen Netzbetreibern flächendeckend funktionieren, weshalb wir kein Freund des nationalen Champions sind, wie ihn die EU gerne hätte. Auch der Breitbandmarkt ist eben ein lokal-regionaler Markt in seiner Nähe zum Kunden. Deshalb müssen wir vor allem in Brüssel und Berlin mit einer Stimme sprechen, was auf europäischer Ebene mühsam und mit viel Arbeit verbunden ist. Hier muss der FRK auch persönlich über den Vorsitzenden weiter aktiv bleiben.

Apropos Lobbyarbeit der Telekom: Neben der Digitalisierung und dem Glasfaserausbau muss ich als wichtiges Thema des FRK auch den Wegfall der Umlagefähigkeit nennen. Mit dem Aus für das bisherige Sammelinkasso wurde unseren Mitgliedern ein stückweit das Kerngeschäft kommunikativ verkompliziert. Aber so wie es aussieht, haben wir längst nicht so hohe Einbußen erlitten, wie es sich unsere Wettbewerber, unter anderem aus der Streaming-Welt und Private Equity, erhofft hatten.

MediaLABcom: In Ihrer Zeit beim FRK haben Sie in der Telekommunikationsbranche sowie in der Politik viele Menschen kommen und gehen sehen. Wer ist Ihnen besonders in Erinnerung geblieben, positiv oder negativ?

Heinz-Peter Labonte: Es sind zwei Personen, die ich sehr schätze: zum einen den ehemaligen Ministerialdirektor und Telekom-Berater Franz Arnold und zum anderen Gerd Tenzer, den Ex-Vorsitzenden der Bundespost und der Telekom. Beide haben mich nicht nur durch ihre Persönlichkeiten beeindruckt. Franz Arnold hatte auch immer die Interessen des Mittelstands im Blick, wenngleich seine Doppelrolle als Telekom-Berater und Mitglied der KEF (*Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarf der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, Anm. d. Red.*) bei der einseitigen Einführung der Einspeiseentgelte für die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten in den damals noch zur Telekom gehörenden Kabelnetze nicht unumstritten war. Mit ihm konnte ich herrlich diskutieren, ihn allerdings nicht immer überzeugen. Nach seiner aktiven Zeit führte dies zu einem ein fast freundschaftliches Verhältnis.

Aus dem Verband haben mich insbesondere Heinz-Jürgen Bien und mein langjähriger Stellvertreter Bernd Nitzschner beeindruckt. Bien war ein unermüdlicher Kämpfer für die Belange des Handwerks. Dass er nach der Wende vor allem im Osten den FRK aufbaute, war ein enorm großer Beitrag fürs gesamtdeutsche mittelständische Handwerk. Zu Bernd Nitzschner konnte ich als Nicht-Handwerker immer gehen, wenn ich technische Weiterbildung benötigte. Auf ihn war und ist Verlass. Über die jahrelange Zusammenarbeit sind wir Freunde geworden und haben so manche Schlacht gemeinsam für den FRK geschlagen, unter anderem die Einführung des Breitbandkongresses als jährliches Branchenereignis, auf deren Ergebnisse der neue Vorstand aufbauen kann.

MediaLABcom: Geben Sie uns ein weiteres Beispiel.

Heinz-Peter Labonte: Wenn ich so zurückdenke, waren es darüber hinaus gar nicht so viele verschiedene Schlachten. Damals wie heute geht es insbesondere darum, dass die mittelständischen Netzbetreiber die Netzebene 4 ausbauen. Egal, ob seinerzeit mit Koaxialkabel oder heute mit Glasfaser: Wir sind das Nadelöhr zum Kunden. Damit haben wir eine starke Position inne.

MediaLABcom: Das ist das Thema, das sich in den vergangenen Jahrzehnten wie ein roter Faden durch den FRK zieht?

Heinz-Peter Labonte: Ja, genau. Handwerker und Mittelständler sind Praktiker und lebenserfahren in diesem Markt. Wir wissen, dass sich die Realität nicht dem Businessplan anpasst. Vielmehr müssen Businesspläne die Realität als Basis begreifen – und nicht die Excel-Liste von „Number Crunchern“.

Wir wissen, was der Netzbau kostet und was hereinkommen muss, um davon leben zu können. Früher bauten etwa 500, 600 Unternehmen unter dem Dach des Fachverbands Fernmeldebau, kurz FFB, Netze für die Deutsche Telekom. Als die erkannten, dass der Markt an Telefonleitungen gesättigt ist und Kupferkoaxialnetze aufkamen, versuchten sie gemeinsam mit der deutschen Bundespost diesen Markt für sich zu behalten, obwohl die TV-Antennenkunden an den Netzen der Handwerksunternehmen hingen. Das war der Hintergrund für die Handwerkererklärung, durch die auch andere Unternehmen des ZVEH anstelle der FFB-Firmen Antennenanlagen bauen durften.

Das wiederholt sich jetzt: Die ach so klugen Investoren aus New York oder London merken bei ihren Aktivitäten langsam, dass nicht Homes Passed ihre Investitionen in Glasfasernetze amortisieren, sondern nur Homes Connected, also zahlende Kunden. Und da gibt es nur zwei Modelle: Entweder schließt der Netzebene-4-Betreiber, der hier jahrelang tätig ist, die Lücke von der Glasfaser in der Straße bis zum

Kunden oder die Netzebene-3-Betreiber überbauen zähneknirschend die Netzebene 4 unserer Mitglieder.

Letztlich kommt es auf den Kunden an bzw. auf die Wohnungswirtschaft, die mir erlauben muss, in ihrem Bestand Leitungen zu verlegen. Deswegen haben der Dachverband der Wohnungswirtschaft GdW bzw. die vielen privaten Immobilieneigentümer als unsere Marktpartner eine hervorgehobene Stellung inne. Deshalb werden die Handwerker und Mittelständler über die Netzebene 4 auch in Zukunft die entscheidende Rolle spielen. Da können die Malones dieser Welt behaupten, was sie wollen. Die haben zwar das Geld, aber wir haben die Kunden.

MediaLABcom: Mit Ihrer jahrzehntelangen Erfahrung kennen Sie die Telekommunikationsbranche in Deutschland sehr gut. Wo liegen ihre Stärken oder wo die Schwächen?

Heinz-Peter Labonte: Jetzt, da ich mich aufs Altenteil zurückziehe, kann ich es ja sagen: Vor Jahren habe ich Telekom-Aktien gekauft. Die lagen bei 9,60 Euro. Heute sind sie knapp 29 Euro wert. Also, die Leute werden auch in Zukunft telefonieren. Und sie werden im Homeoffice arbeiten, Videos auf Social Media verbreiten, Fernsehen und Filme streamen usw. Telekommunikation wird immer ein Massengeschäft bleiben. Die Telekommunikation wird eine der prägenden Industrien der Zukunft sein, schließlich wird selbst künstliche Intelligenz nicht ohne TK-Infrastrukturen funktionieren.

MediaLABcom: Sie haben als FRK-Vorsitzender kein Blatt vor den Mund genommen, lange für das einstige Fachmagazin Infosat Kolumnen geschrieben und geben den MediaLABcom-Newsletter heraus. Bleibt diese Stimme der Branche auch nach dem Ende Ihres Verbandsvorsitzes erhalten?

Heinz-Peter Labonte: Die Stimme bleibt erhalten. Über welche Wege sie verbreitet wird, muss sich zeigen. MediaLABcom habe ich mit beträchtlichen Mittel selbst finanziert, um ein Sprachrohr für die Belange mittelständischer TK-Unternehmen zu etablieren. Ich habe diese einzigartige Plattform mit über 5.500 Adressaten dem neuen Vorsitzenden als Herausgeber und Übernehmer sowie auch dem FRK-Vorstand angeboten und hoffe, dass er sie weiterführen wird, auch damit der Verband seine Themen in der Öffentlichkeit platzieren kann. Allerdings ist diese Hoffnung ein wenig geschmälert durch die Tatsache, dass der Adressat meines Angebots unseren FRK-Newsletter bereits seit Jahren „abbestellt“ hat. Insofern befinde ich mich noch im Findungsprozess für eine Lösung.

Ich für meinen Teil werde natürlich weiterhin meine Meinung äußern, wenn ich gefragt werde – mitunter sicherlich auch ungefragt. Ich bleibe ja Unternehmer und werde die einschlägigen Kongresse, Tagungen und Messen besuchen, von denen ich meine, dass sie mir Erkenntnisgewinne bringen und bei denen nicht ständig das Gleiche erzählt wird und man die gleichen Leute trifft, welche die immer gleichen Thesen vertreten. Ob meine Äußerungen goutiert werden oder nicht, ist mir relativ gleichgültig. Inzwischen bin ich alt genug, um mir das Spielgeschehen vom Spielfeldrand aus anzusehen – ähnlich wie Waldorf und Statler, die beiden Logengäste der Muppet Show.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Kupfer-Glas-Migration: ohne die Telekom als Wholesale-Kunden wird es schwer

Marc Hankmann

Zum 50-jährigen Bestehen des Breitbandverbands ANGA kamen im ehemaligen Berliner Telegraphenamt zahlreiche Gratulanten zusammen, die auch Andrea Huber als ANGA-Geschäftsführerin mit Standing Ovations verabschiedeten. Zu den Gästen zählte auch Klaus Goldhammer, der aber nicht nur zum Gratulieren gekommen war.

Der Geschäftsführer des Beratungsunternehmens Goldmedia stellte die Ergebnisse einer von der ANGA in Auftrag gegeben Studie zur Entwicklung des Glasfasermarktes vor, die wenig Verheißungsvolles zu bieten hatte – es sein denn, man arbeitet für die Deutsche Telekom.

Datenwachstum und Glasfaserverfügbarkeit

Goldhammer geht in der Studie davon aus, dass sich das monatliche Datenvolumen in Deutschland pro Anschluss bis 2030 um den Faktor 2,4 vergrößern wird. Volumentreiber Nummer 1 bleibt der Videokonsum. Aber auch Cloud-Gaming sowie Virtual und Augmented Reality würden laut Goldhammer die größten Bandbreitentreiber werden, sodass ein Potenzial dafür vorhanden sei, dass sich das monatliche Datenvolumen pro Anschluss um den Faktor 3,7 steigern könnte.

Eine Voraussetzung dafür ist die flächendeckende Verfügbarkeit von Glasfaseranschlüssen. Wie Goldhammer darlegte, werden derzeit jährlich etwa 1,3 Millionen Wohngebäude an ein Glasfasernetz angeschlossen. Um aber das Ziel der Flächendeckung bis 2030 zu erreichen, müsste die Zahl auf 1,9 Millionen Gebäude erhöht werden. Geschieht das nicht, prognostiziert Goldhammer, dass die Flächendeckung frühesten 2034 erreicht wird.

Und das ist nicht die einzige schlechte Nachricht. Ein Beschleuniger für den Glasfaserausbau wäre die Abschaltung der Kupfernetze, die vor allem von den Wettbewerbern der Deutschen Telekom gefordert wird. Ein Migrationsszenario hierfür existiert noch nicht und die Vorschläge der EU-Kommission, die Kupfernetze für 80 Prozent der EU-Bürger bis 2028 und die restlichen 20 Prozent bis 2030 abzuschalten, stößt überall auf Gegenwind (Lesen Sie hierzu auch den Beitrag „Und wieder Widerstand!“)

Enorme Leidensfähigkeit

Im Rahmen der ANGA-Studie werden verschiedene Modellrechnungen zur Migration von Kupfer- zu Glasfasernetzen aufgemacht. Als Grundlage für die Berechnungen wird eine Kleinstadt mit einem Verteilerpunkt (Point of Presence, POP) angenommen, der 2.500 Wohneinheiten versorgt.

Zunächst dürfte den Telekom-Wettbewerbern vor allem die Modellrechnung gefallen, in der angenommen wird, dass die Bonner ihre Kunden auf die Glasfasernetze der Wettbewerber migrieren, ihr Kupfernetz abschalten und so zum Wholesale-Kunden werden. Dadurch migrieren auch die Wholesale-Kunden der Telekom auf die Glasfasernetze der Wettbewerber, die diesen Kunden ihre Angebote unterbreiten könnten.

Laut der Studie wäre für die Telekom das Kupfernetz aber immer noch bei einer Auslastung von nur 16 Prozent rentabel. Der EBIT würde erst unter 16 Prozent negativ werden. Anders gesagt: Die Telekom verfügt hier über eine enorme Leidensfähigkeit und dürfte dementsprechend wenig Interesse an einer Abschaltung der Kupfernetze mit gleichzeitiger Migration ihrer Kunden zu den Wettbewerbern haben.

20 Prozent Auslastung für positiven EBIT

Die zweite Berechnung in der ANGA-Studie dürfte der Telekom besonders gut gefallen. Dabei wird davon ausgegangen, dass die Bonner ihre Kunden vom Kupfer- aufs eigene Glasfasernetz migrieren und im Anschluss das Kupfernetz abschalten. Nach der Abschaltung würde der Telekom laut Studie eine Auslastung des eigenen Glasfasernetzes von 20 Prozent ausreichen, um einen positiven EBIT zu erreichen.

Als Wholesale-Kunde kämen für die Wettbewerber weder die Bonner noch ihre jetzigen Wholesale-Kunden infrage. Das würde für die Konkurrenten der Telekom bedeuten, dass sie ihre Glasfasernetze ohne Wholesale mit rund 70 Prozent auslasten müssten, um rentabel zu sein. Das dürfte den wenigsten gelingen, da die derzeitige durchschnittliche Take-up-Rate bei knapp 50 Prozent liegt. Das sähe jedoch anders aus, wenn es in den Glasfasernetzen auch Wholesale gäbe. Dann würde den Wettbewerbern laut ANGA-Studie eine Auslastung von ca. 46 Prozent ausreichen, um einen positiven Kapitalwert ihres Glasfasernetzes zu erreichen.

Fahrplan gefordert

Daher ist es auch kein Wunder, dass in der Diskussionsrunde, die sich nach der Präsentation der Studie im ehemaligen Berliner Telepgraphenamt anschloss, ein Fahrplan für die Kupfer-Glas-Migration gefordert wurde. Wholesale sei ein Muss, sagte beispielsweise Andreas Pfisterer, CEO der Deutschen Glasfaser. Markus Oswald, CEO der Tele Columbus, forderte die Politik auf, Stellung zu beziehen, ob man sich einen nationalen Player wünsche, und damit auf der Linie der EU-Kommission läge, oder Wettbewerb haben wolle.

Dass mit der Abschaltung der Kupfernetze aber nicht nur das DSL-Netz der Telekom, sondern auch die Kabelnetze gemeint sind, wurde bei den Ausführungen von Marcel de Groot deutlich. Der CEO von Vodafone Deutschland plädierte dafür, dass der Kunde bei der Migration von Kupfer zu Glas die Wahl haben müsse, ob er den Glasfaser- oder den Kabelanschluss nehmen wolle.

De Groot plädierte für einen bedarfsgerechten Glasfaserausbau, womit er allerdings bei der Wohnungswirtschaft auf wenig Gegenliebe stößt. Die hat keinerlei Interesse daran, dass jedes Mal, wenn sich ein Mieter für einen Glasfaseranschluss entschließt, Bautrupps durch die Häuser gehen, um Glasfaser zu verlegen.

Keine Re-Monopolisierung

Immerhin: Das Bundesministerium für Digitales und Verkehr kündigte in seinem Fortschrittsbericht an, das Thema Kupfer-Glas-Migration nun angehen zu wollen. Im von der Bundesnetzagentur moderierten Gigabit-Forum sitzen die Player an einem Tisch, aber es dürften noch einige Diskussionen notwendig sein, bis ein Migrationskonzept steht. Einig sind sich die Telekom-Wettbewerber zumindest in einem Punkt, den de Groot in Berlin ansprach: Die Kuper-Glas-Migration dürfe nicht zur Re-Monopolisierung führen.

Aus Sicht der EU-Kommission befinden wir uns am Ende des fünften Jahres der digitalen Dekade. Bis 2030 soll jeder EU-Bürger an festen Standorten über eine Gigabit-Netzanbindung bis zum Netzabschlusspunkt verfügen. Wie das in den kommenden Jahren erreicht werden und wie es darüber hinaus weitergehen soll, stellt die Kommission in einem Weißbuch vor, das der Frage nachgeht, wie der Bedarf an digitaler Infrastruktur in Europa gedeckt werden kann.

Besonders optimistisch schaut Brüssel allerdings nicht in die Zukunft. „Was die Glasfaserversorgung angeht, erscheint es eher unwahrscheinlich, dass bis 2028 mehr als 80 Prozent erreicht werden, was die Erreichung des 100-Prozent-Ziels für 2030 in Frage stellt“, heißt es im Weißbuch der EU-Kommission. Sie will einen digitalen Binnenmarkt schaffen. Gegen die Zentralisierungsbestrebungen aus Brüssel regt sich jedoch Widerstand.

„Kritische Schwäche für die europäische Wirtschaft“

Auch beim Mobilfunkausbau ist der Brüsseler Ausblick ernüchternd. Die 5G-Grundversorgung liegt in der EU derzeit bei 81 Prozent, in ländlichen Gebieten sogar nur bei 51 Prozent. Die Kommission kritisiert, dass 5G häufig ohne ein von früheren Mobilfunkgenerationen getrenntes Kernnetz eingeführt wird. „Die Aussichten auf den Aufbau eigenständiger 5G-Netze, die eine hohe Zuverlässigkeit und eine niedrige Latenzzeit gewährleisten, was wichtige Voraussetzungen für industrielle Anwendungen sind, sind derzeit nicht gut“, ist im Weißbuch zu lesen. Der Ausbaustand solcher Netze sei auf deutlich weniger als 20 Prozent der besiedelten Gebiete in der EU zu schätzen.

Die Kommission sieht sich auf Augenhöhe mit den USA, aber gerade bei der Glasfaserversorgung und dem Ausbau eigenständiger 5G-Netze im Rückstand zu anderen Teilen der Welt. Das sei eine „kritische Schwäche für die europäische Wirtschaft“. Anders ausgedrückt: Ohne die notwendige Infrastruktur fährt der KI-Zug ohne europäische Unternehmen ab. Soft- und Hardware für Edge-Computing oder das Internet of Things (IoT) werden außerhalb der EU entwickelt. Langfristig ist die Wettbewerbsfähigkeit Europas bedroht.

Milliarden-Investitionen sind notwendig

Um Glasfaser und 5G europaweit flächendeckend zur Verfügung zu stellen, rechnet Brüssel mit Investitionen von bis zu 200 Milliarden Euro. Allein 148 Milliarden Euro entfallen auf den Netzausbau. Weitere 26 bis 79 Milliarden Euro werden für die vollständige Netzabdeckung entlang von (Wasser-)Straßen und Eisenbahnstrecken fällig.

Die notwendigen Investitionen in Cloud-Lösungen taxiert die Kommission bis 2027 auf 80 Milliarden Euro. Weitere Investitionen werden für Satellitendienste benötigt, die Backhaul-Dienste zu ergänzen, Geräte in abgelegenen Gebieten ohne terrestrische Netzabdeckung anbinden und die Verfügbarkeit von Diensten im Krisen- oder Katastrophenfall gewährleisten.

Schwächelnde TK-Unternehmen

Als wäre das nicht alles schon teuer genug, sieht die Kommission auch die TK-Unternehmen in keiner guten Verfassung. Ihre Aktienwerte sind in globalen Indizes und an europäischen Börsen hinter den Erwartungen zurückgeblieben. Im Vergleich mit den USA, Japan oder Südkorea sind sowohl der durchschnittliche Umsatz pro Kunde (ARPU) als auch die Investitionsausgaben pro Kopf (Capex) vergleichsweise gering. Letztere sind in Japan und den USA mehr als doppelt so hoch.

Außerdem wird bei den Unternehmen der Anteil der Nettoschulden am EDITDA größer. Gleichzeitig würden steigende Zinsen und globale Krisen würden nach Ansicht der EU-Kommission zu Unsicherheiten und eine Risikoaversion bei den TK-Unternehmen führen. „Selbst eine geringfügige Zinsänderung wirkt sich auf die finanzielle Tragfähigkeit der Investitionsvorhaben aus“, heißt es dazu im Weißbuch.

Ein regulatorischer und ökonomischer Binnenmark

Darüber hinaus verhindere die Fragmentierung des europäischen Marktes Großinvestitionen, die nicht nur eine bessere Kosteneffizienz, sondern auch bessere Renditeaussichten für die jeweiligen Investoren hätten. Fazit der EU-Kommission: Es fehlt ein regulatorischer und ökonomischer Binnenmarkt – nicht nur um die Attraktivität für Investoren zu steigern, sondern auch um Skaleneffekte zur Senkung der Betriebskosten zu erzielen und grenzüberschreitende Dienste realisieren zu können.

Im Weißbuch werden dazu mögliche Szenarien dargestellt, wie die EU-Kommission die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen TK-Industrie unterstützen könnte. Grundsätzlich möchte Brüssel ein sogenanntes 3C-Netz schaffen: „Connected“, „Collaborative“ und „Computing“. Es soll ein Ökosystem sein, „das Halbleiter, Rechenkapazitäten in allen Arten von Edge- und Cloud-Umgebungen, Funktechnik, Konnektivitätsinfrastrukturen, Datenverwaltung und Anwendungen umfasst.“

Um dieses 3C-Netz zu erreichen, schlägt die EU-Kommission verschiedene Maßnahmen vor. So könnte Brüssel groß angelegte Pilotprojekte lancieren, um Infrastrukturen und Plattformen für Cloud- und Edge-Computing aufzubauen, die in einem zweiten Schritt zur Entwicklung von KI-Anwendungen genutzt würden.

Abschaltung der Kupferkabelnetze

Die notwendigen, hohen Investitionen könnten durch einen vereinfachten und koordinierten Förderrahmen zur Schaffung des digitalen Binnenmarkts flankiert werden. Und auch der Rechtsrahmen, vornehmlich der europäischen Kodex für die elektronische Kommunikation, könnte angepasst werden, zumal viele Bestimmungen in der Praxis kaum genutzt werden wie etwa die zu Ko-Investitionen oder zur Vorleistungsebene.

Für mehr Planungssicherheit und das Erreichen des 2030er-Ziels will die EU-Kommission für 80 Prozent der EU-Bürger bis 2028 und für die verbleibenden 20 Prozent bis 2030 die Kupferkabelnetze abschalten. Das wäre auch ein klares Signal an die Investoren, begründet die Kommission im Weißbuch diesen Vorschlag.

EU-Vorleistungsprodukt, symmetrische Regulierung und Universaldienst

Darüber hinaus denkt Brüssel darüber nach, die Frequenzkoordination und die Zugangsregulierung zu Glasfasernetzen zu zentralisieren, „um das nationale/lokale Vorgehen zu ergänzen oder erforderlichenfalls zu ersetzen.“ So könnte es ein europäisches Vorleistungsprodukt geben. Auch die Möglichkeit einer symmetrischen Regulierung, also die Abschaffung der Vorabregulierung, wird aufgegriffen.
Aufgrund des Infrastrukturwettbewerbs könnte es sinnvoll sein, nur noch auf eine nachträgliche Regulierung zu setzen.

Damit keine soziale digitale Kluft entsteht, weil EU-Bürger aufgrund des Preises oder ihres Standorts nicht in den Genuss eines Glasfaseranschlusses kommen, müsse sichergestellt werden, dass die Mitgliedstaaten Maßnahmen ergreifen, um betroffene EU-Bürger zu unterstützen. Brüssel denkt hierbei über einen europaweiten Universaldienst und Voucher nach.

Vorwurf der Ignoranz

Das Weißbuch stellt klar: Einen digitalen Binnenmarkt kann es nur geben, wenn die EU-Kommission mehr Befugnisse erhält. Im September 2024 legte der Ex-EZB-Chef Mario Draghi seinen von der Kommission beauftragten Bericht zur Zukunft der Wettbewerbsfähigkeit der EU vor und bleibt damit ganz auf der Linie des Weißbuchs.

Sowohl das Weißbuch als auch der Draghi-Bericht stoßen in weiten Teilen der deutschen Telekommunikationsbranchen auf Ablehnung. Bisweilen wir der EU-Kommission vorgeworfen, bestehende Marktgegebenheiten zu ignorieren, was zu falschen Schlussfolgerungen führe. Eine Marktkonsolidierung mit wenigen großen TK-Unternehmen wird weitgehend abgelehnt.

Kritik am Weißbuch und am Draghi-Bericht

Der Verband Kommunaler Unternehmen (VKU) wirft der EU-Kommission vor, mit einem globalen Ansatz regionale Probleme lösen zu wollen. Das Weißbuch sehe keine dezidierten Maßnahmen zur Versorgung der ländlichen Gebiete vor. Aus Sicht des VKU sei es vielmehr nötig, den Auswirkungen des „volkswirtschaftlich schädlichen strategischen Doppelausbaus von Glasfasernetzen durch ein marktbeherrschendes Unternehmen gebührende Aufmerksamkeit zu widmen.“

Der Bundesverband Breitbandkommunikation (BREKO) lässt kein gutes Haar am Draghi-Bericht. „In Bezug auf die Telekommunikationsbranche teilt der BREKO weder die Diagnose noch die Handlungsempfehlungen des Draghi-Reports“, sagt etwa Lisia Mix, Leiterin Bundes- und Europapolitik beim BREKO. Der Bundesverband Glasfaseranschluss (BUGLAS) hält es „nicht ansatzweise [für] erstrebenwert, das ‚Entstehen europaweiter Betreiber‘ zu begünstigen“, heißtes in einer Stellungnahme des Verbands.

Symmetrische Regulierung wird abgelehnt

Vor allem die Aufhebung einer Vorabregulierung stößt auf Widerstand. Für den Breitbandverband ANGA rechtfertigt die derzeitige Marktsituation keinesfalls diesen Paradigmenwechsel. „Im Gegenteil, wir befürchten massive Marktverwerfungen, wenn die Kommission in diese Richtung gehen würde“, erklärt die ANGA in ihrer Stellungnahme und verweist auf „deutliche Re-Monopolisierungstendenzen im Festnetzbereich“.

Die sieht auch Frederic Ufer. Der Geschäftsführer des Verbands der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM) hält daher eine symmetrischen Regulierung für ein Wettbewerbshemmnis im Glasfaserausbau. Die Marktkonsolidierung werde laut Ufer marktgetrieben vonstattengehen. Dafür brauche es kein Marktdesign, wie es die EU-Kommission im Weißbuch verfolge.

Kupfer-Glas-Migration lieber marktgetrieben

Der Vorschlag zur Abschaltung der Kupferkabelnetze wird ebenfalls kritisch gesehen. Während der BUGLAS die Abschaltung bis 2030 begrüßt, hält VATM-Geschäftsführer Ufer die vorgesehenen Zeitfenster für „nicht realistisch und unnötig“. Der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), der ansonsten weitgehend dem Weißbuch zustimmt, bezeichnet die Kupferabschaltungsstrategie als „überambitioniert“, da sie die heute bestehenden, unterschiedlichen Voraussetzungen in den Mitgliedstaaten außer Acht lasse.

Das Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV) lehnt ebenso wie der VKU die Festlegung auf Abschaltdaten ab. Das BMDV plädiert dafür, dass die Mitgliedsstaaten eigene Migrationsszenarien entwickeln. Die ANGA weist darauf hin, dass die nationalen Regulierungsbehörden jetzt mit der Entwicklung wettbewerbsneutraler und diskriminierungsfreier Migrationsszenarien beginnen müssten.

Kein Recht auf Glasfaser

Das BMDV setzt auf eine marktgetriebene Konsolidierung. Ein europaweites Zugangsprodukt auf Vorleistungsebene sollte man sorgfältig prüfen, um bisherige Erfolge der Marktregulierung nicht zu torpedieren. Dem Universaldienst, so wie ihn sich die Kommission vorstellt, kann das BMDV ebenso wie VKU oder ANGA nicht viel abgewinnen, da es kein geeignetes Instrument sei, um den flächendeckenden Glasfaserausbau voranzutreiben. Ein Universaldienst lege zwar Mindestanforderungen fest, aber stelle kein Recht auf bestmögliche Breitbandversorgung dar, erklärt das BMDV.

Die ANGA befürchtet, dass ein von einem Universaldienst abgeleitetes Recht auf Glasfaserzugang die Zahl der Anspruchsberechtigten erhöhen würde. Das binde Ressourcen und behinderte den privatfinanzierten Glasfaserausbua. „Letztlich wären die Netzbetreiber gezwungen, begrenzte Baukapazitäten für die Bereitstellung von Anschlüssen im Rahmen des Universaldienstes zu nutzen, anstatt diese Kapazitäten für den Glasfaserausbau in größeren Gebieten einzusetzen“, erklärt die ANGA in ihrer Stellungnahme.

Infrastrukturabgabe – der Geist im Hintergrund

Im Zusammenhang mit dem Weißbuch der EU-Kommission sprechen die Lobbyisten auch ein Thema an, dass im Weißbuch nicht vorkommt, aber dennoch mitschwingt: eine mögliche Infrastrukturabgabe derjenigen, die für den hohen Bandbreitenbedarf in den Netzen sorgen, womit vornehmlich die Streaming-Anbieter gemeint sind.

So stößt dem Privatsenderverband VAUNET ein Satz aus dem Weißbuch auf, in dem es um „gleiche rechtliche Rahmenbedingungen und gleichwertige Rechte und Pflichten für alle Akteure und Endnutzer digitaler Netze“ geht. Der Verband kritisiert auch die Ausführungen zu Streitbeilegungsmechanismen, weil er dahinter Netzgebühren für datenintensive Dienste vermutet, die er rundweg ablehnt.

Zum einen würden nicht die Anbieter, sondern die Endnutzer das hohe Datenaufkommen generieren. Zum anderen reduzieren private Medien das Datenaufkommen, indem sie Content Delivery Networks (CDN) nutzen, weshalb der VAUNET auch eine Regulierungsausweitung auf CDN, wie im Weißbuch vorgeschlagen, ablehnt. Und schließlich sieht der Verband die Netzneutralität untergraben, sollten einige Diensteanbieter eine Infrastrukturabgabe leisten müssen und andere nicht.

Beteiligung am Universaldienst

Auch der BUGLAS sieht in einer Infrastrukturabgabe kein geeignetes Instrument. Sie führe nicht nur zu einer Re-Manifestierung der Markmacht im TK-Sektor, sondern stelle auch einen Anreiz für einen strategischen Glasfaserüberbau durch marktmächtige Unternehmen dar, die durch die Infrastrukturabgabe höhere Einnahmen erzielen würden.

Gleichwohl befürwortet der Verband eine Beteiligung der Streaming-Anbieter am Universaldienst. Er „ist die Sicherstellung sozialer und wirtschaftlicher Teilhabe“, heißt es in der BUGLAS-Stellungnahme und müsse so gestaltet sein, dass die für diese Teilhabe notwendigen Diensten funktionieren. Als Schwellenwerte könnten etwa Nutzerzahlen herangezogen werden.

Aus Sicht der Mehrzahl der deutschen Lobbyisten befindet sich die EU-Kommission mit ihrem Weißbuch zur Bedarfsdeckung an digitalen Infrastrukturen in Europa weitgehend auf dem Holzweg. Erleichterungen und Vereinfachungen werden so lang begrüßt, so lang sie nicht auf eine Zentralisierung hinauslaufen. Wie weit könnte der Ausbau digitaler Infrastrukturen in Europa schon sein, wenn die EU-Kommission weniger machtbewusst wäre?

Zu teuer, zu schlecht? Liechtenstein schafft seinen öffentlich-rechtlichen Rundfunk ab

Liechtenstein, das zweitreichste Land der Welt, schafft seinen einzigen öffentlich-rechtlichen Radiosender ab. In dieser Folge von „Medien im Visier“ sprechen wir mit Patrick Schädler, Chefredakteur der Tageszeitung „Liechtensteiner Vaterland“, über die Hintergründe und die Folgen dieser Entscheidung.

War die journalistische Qualität von Radio Liechtenstein wirklich so schlecht, dass die Bevölkerung lieber auf ein öffentlich-rechtliches Angebot verzichtet? Welche Rolle spielten finanzielle Erwägungen und was bedeutet das für die Medienlandschaft in Liechtenstein?

Hören Sie sich die neue Podcast-Folge von „Medien im Visier“ auf allen gängigen Plattformen an.

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Vodafone verliert über zwei Millionen TV-Kunden
Wegen des Wegfalls des Sammelinkassos verzeichnet Vodafone in seinem Fernsehgeschäft erhebliche Einbußen. Im zweiten Quartal des im April begonnenen Geschäftsjahrs sei der Bestand an TV-Kunden um rund 2,2 Millionen auf 8,9 Millionen gesunken, teilte der Konzern mit. Im ersten Quartal betrug der Rückgang rund 0,7 Millionen Kunden.

Seit 1. Juli 2024 können Vermieter die Kabel-TV-Entgelte nicht mehr über die Nebenkosten einziehen. Die Mieter müssen stattdessen eigene Verträge mit den Kabelnetzbetreibern abschließen. Viele nutzten die Gelegenheit, um auf andere Empfangswege wie Satellit, DVB-T2 oder Internet umzusteigen – was sich in den Kundenverlusten bei Vodafone und anderen Kabelgesellschaften niederschlägt.

Inklusive des Geschäfts mit Festnetz-Internet und Mobilfunk erwirtschaftete Vodafone Deutschland im ersten Halbjahr des Geschäftsjahrs 2024/25 einen Serviceumsatz von 5,5 Milliarden Euro und damit 3,9 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum.
Das Betriebsergebnis (EBITDA) fiel um 9,3 Prozent auf 2,3 Milliarden Euro. Von diesem Minus waren 8,2 Prozentpunkte auf die Einbußen im Fernsehgeschäft zurückzuführen.

Tele Columbus verliert 40 Prozent seiner TV-Kunden
Der Wegfall des Sammelinkassos macht sich auch bei Tele Columbus bemerkbar: Die Gesamtzahl der TV-Kunden sank im dritten Quartal 2024 im Vorjahresvergleich um 40,4 Prozent auf 1,1 Millionen.

Der darin enthaltene Anteil an Einzelnutzerverträgen stieg im dritten Quartal um 130.000 auf 863.000, wie Tele Columbus bei der Vorlage seiner Quartalszahlen mitteilte. Das Unternehmen geht davon aus, dass sich im vierten Quartal der Anstieg an Einzelnutzerverträgen auf Basis verstärkter Vertriebsaktivitäten weiter fortsetzen wird.

Das Neukundenwachstum im Internetbereich konnte im dritten Quartal mit einem Plus von 113,1 Prozent im Vorjahresvergleich deutlich gesteigert werden. Über 50 Prozent der Internet-Neukunden wählten Tarife mit Bandbreiten von 500 Mbit/s und bestätigen damit den Trend zu immer höheren Geschwindigkeiten.

Der Umsatz sank in den ersten neun Monaten des Jahres 2024 im Vorjahresvergleich leicht um 2,3 Prozent auf 325 Millionen Euro, während das normalisierte EBITDA mit 141,6 Millionen Euro weitgehend stabil blieb. Das berichtete EBITDA ging gegenüber den ersten neun Monaten 2023 um 14,2 Prozent auf 105,4 Millionen Euro zurück.

Die Prognose für das Gesamtjahr 2024 wurde zum Quartalsende angepasst, um eine niedrigere anfängliche Konversionsrate bei der Umstellung der TV-Kunden auf Einzelinkasso und eine striktere Kapitalallokation auf die Vertriebskanäle zu berücksichtigen. Zudem ist die Aufteilung der Gruppe in eine Netzwerk- und eine Servicegesellschaft bereits weitgehend abgeschlossen, was im Gegenzug zu höheren Einmalaufwendungen geführt hat.

Infolgedessen rechnet der Vorstand gegenüber dem Vorjahr mit einem Rückgang im Umsatz und berichtetem EBITDA und einer besseren Entwicklung der Liquiditätslage als ursprünglich geplant – vor allem aufgrund der Optimierung des Nettoumlaufvermögens und der Kapitalallokation/Investitionen.

MDR und ZDF beenden DVB-T2-Ausstrahlung an vier Standorten
Am 14. Januar 2025 stellen der MDR und das ZDF die DVB-T2-Verbreitung an den mitteldeutschen Senderstandorten Brocken, Inselsberg, Löbau und Wittenberg.

Betroffen sind folgende Programme: Das Erste HD, MDR Sachsen HD, MDR Sachsen-Anhalt HD, MDR Thüringen HD, tagesschau24 HD, rbb Brandenburg HD, NDR Fernsehen Niedersachsen HD, SWR Baden-Württemberg HD, One HD, ARTE HD, Phoenix HD, BR Fernsehen Nord HD, hr-fernsehen HD,

WDR HD Köln, ARD-alpha HD (Internet), SWR Baden-Württemberg HD (Internet), ZDF HD, 3sat HD, KiKA HD, ZDFneo HD und ZDFinfo HD.

Die Verbreitung der Programme von ARD, ZDF und der Privatsender (Freenet TV) über die verbleibenden zehn DVB-T2-Senderstandorte in mitteldeutschen Ballungsräumen wird unverändert fortgeführt.

DVB-T2 wird in Mitteldeutschland durchschnittlich nur noch von drei Prozent der TV-Haushalte genutzt (Quelle: „Video Trends 2023 - Chartreport“). In Regionen ohne Freenet-TV-Empfang ist nach MDR-Einschätzung von einer noch geringeren Nutzung auszugehen. Deshalb hätten sowohl der MDR als auch das ZDF unabhängig voneinander entschieden, die DVB-T2-Verbreitung an diesen vier kostenintensiven und reichweitenschwachen Senderstandorten einzustellen, teilte der MDR mit. Hierdurch würden Verbreitungskosten im Sinne eines wirtschaftlichen und sparsamen Umgangs mit den Rundfunkbeiträgen gesenkt.

In den von der Abschaltung der vier Standorte betroffenen Regionen können die Programmangebote von ARD und ZDF alternativ über Satellit und Kabel empfangen werden. Des Weiteren ist ein Empfang über IPTV oder Streaming-Plattformen verschiedener Anbieter möglich. Zudem stehen die Programme auch als Livestreams in den Mediatheken von ARD und ZDF zur Verfügung, etwa auf einem Smart-TV mit Internetverbindung, Streaming-Boxen oder -Sticks sowie über PC/Laptop, Tablet oder Smartphone.

Warner Bros. Discovery und SES verlängern Verträge für Astra-Kapazität
Warner Bros. Discovery verlängert die Partnerschaft mit SES Germany für Transponderkapazität auf dem Astra-Satellitensystem auf 19,2° Ost. Mit der neuen, mehrjährigen Vereinbarung sichert sich das Medienunternehmen Kapazitäten für die unverschlüsselte Ausstrahlung der Sender DMAX, TLC, Tele 5, Eurosport 1 und HGTV in SD-Bildauflösung.

Die HD-Versionen DMAX HD, TLC HD, Tele 5 HD und Eurosport 1 HD sind weiterhin kostenpflichtig und verschlüsselt auf der Plattform HD+ verfügbar. Auch die Verträge für die österreichischen Varianten von DMAX und TLC wurden verlängert. Die Vereinbarung umfasst zudem die Verlängerung der Playout-Dienstleistungen für die Sender in Unterföhring bei München.

„Die zuverlässige, umfangreiche Verbreitung unserer Sender und Inhalte stellt eine unerlässliche Basis unseres erfolgreichen TV-Geschäfts dar. Daher wissen wir die vertrauensvolle Partnerschaft mit der SES sehr zu schätzen und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit“, sagte Matthias Heinze, Managing Director und Head of Distribution & Partnerships bei Warner Bros. Discovery.

Christoph Mühleib, Geschäftsführer von SES Germany, erklärte: „Warner Bros. Discovery ist mit seinem vielfältigen Angebot für viele Zuschauerinnen und Zuschauer ein wichtiger Anker im Fernsehprogramm. Mit der Vereinbarung ist sichergestellt, dass sie ihre Sport-, Unterhaltungs- und Informationsangebote auch künftig über Satellit empfangen können.“

purtel.com in neuen, inhabergeführten Händen
Der White-Label-Dienstleister purtel.com hat neue Gesellschafter. Durch ein kombiniertes Management-Buy-Out des bisherigen Geschäftsführers Dr. Markus von Voss und CTO Christian Kuhlmann sowie einem Management-Buy-In durch Ex-HFO/Gamma-Geschäftsführer Achim Hager geht das Unternehmen in neue Hände über. Finanzielle Details wurden nicht genannt.

„Nach 16 Jahren, in denen purtel.com als Marke gewachsen und gereift ist, ist es mir eine besondere Freude, das Unternehmen nun als Eigentümer weiterzuführen,“ sagte Markus von Voss, seit 16 Jahren Geschäftsführer und neuer Gesellschafter. „Unser Ziel ist es, unseren Kunden weiterhin innovative Dienste anzubieten und den Wettbewerb auf den Netzen statt um die Netze voranzutreiben. Als inhabergeführtes Unternehmen können wir flexibel und schnell auf die Anforderungen des Marktes reagieren.“

Der zweite neue Gesellschafter Christian Kuhlmann, seit zehn Jahren technischer Leiter und nun auch Geschäftsführer der purtel.com, ergänzt: „Die Übernahme ist eine große Chance, unsere Vision eines carrierneutralen Dienstleisters weiter voranzutreiben. Wir freuen uns darauf, unseren Kunden mit neuen Produkten und Diensten noch mehr Wertschöpfung zu bieten und gemeinsam mit ihnen die vernetzte Zukunft zu gestalten.“

Achim Hager, der 1998 die HFO Telecom übernahm und im Jahr 2020 bis 2023 schrittweise an die börsennotierte britische Telekommunikationsgesellschaft Gamma verkauft hat, bringt mehr als 25 Jahre Branchenexpertise mit. Der Diplom-Kaufmann ist zudem im Aufsichtsrat der BREKO-Einkaufsgemeinschaft stellvertretender Vorsitzender und war mehr als zwei Jahrzehnte auch bei Rundfunk und Fernsehen aktiv. „Ich freue mich, nach so vielen Jahren als Begleiter am Markt nun selbst im purtel.com-Team meine Expertise und mein Netzwerk einbringen zu können“, sagte Hager.

Die Übernahme unterstreicht das langjährige Engagement der neuen Eigentümer und setzt ein Zeichen in einem Markt, in dem viele Unternehmen ihre Unabhängigkeit zugunsten von Investoren aufgeben, betonte purtel.com in einer Mitteilung. Das Unternehmen bleibe seiner Unabhängigkeit treu und zeige, dass eigentümergeführte Firmen die treibende Kraft für Ideenreichtum und Wandel seien.

„Nach fast 20 Jahren, in denen die Teleson AG mehrheitlich an der purtel.com GmbH beteiligt war, übergeben wir das Unternehmen nun in die Hände des Managements. Dr. Markus v. Voss und Christian Kuhlmann haben die purtel.com mit großem Engagement und Weitsicht aufgebaut und zu einem bedeutenden Akteur im deutschen Telekommunikationsmarkt entwickelt. Zusammen mit Achim Hager, der als Geschäftsführer und Gesellschafter neu hinzustößt, werden sie die purtel.com erfolgreich in die Zukunft führen“, sagte Dr. Helmut Schmidt, Vorstand der Teleson AG und langjähriger Geschäftsführer der purtel.com GmbH.

Sportdigital übernimmt Pay-TV-Geschäft von Sport1
Sport1 beendet seine Pay-TV-Kanäle Sport1+ und eSports1 zum Jahresende 2024. Sportdigital führt die Sender ab 1. Januar 2025 unter den Bezeichnungen Sportdigital1+ und eSportsONE auf den bestehenden Verbreitungswegen fort.

Das Medienunternehmen einigte sich mit Sport1 auf die Fortführung der erforderlichen Verträge, um das von Sport1 etablierte Pay-TV-Geschäftsmodell am Standort Hamburg weiterzubetreiben. Finanzielle Details wurden nicht genannt. Sportdigital veranstaltet bereits die Pay-TV-Kanäle Sportdigital Fußball und Sportdigital Edge.

Der vorgesehene Start zum 1. Januar 2025 steht noch unter dem Vorbehalt der Zustimmung der zuständigen Landesmedienanstalt. In der Zwischenzeit will Sportdigital eng mit Sport1 zusammenarbeiten.

Durch die Übernahme des Pay-TV-Geschäfts von Sport1 überträgt Sportdigital ab Januar mehr als 2.000 Stunden Live-Sport im Jahr. Bei Sportdigital1+ ist die Fortführung von Sportrechten wie US-Baseball (MLB), Rugby (National Rugby League, Australian Football League, Betfred Super League) und Motorsport (NASCAR Cup Series) sowie Eishockey (Swedish Hockey League) geplant. Außerdem sollen weiterhin Fußballwettbewerbe wie die südamerikanische (CONMEBOL Libertadores) und asiatische Champions League (AFC Champions League One und Two) sowie die belgische Jupiler Pro League das Programm abrunden.

Bei eSportsONE sollen E-Sportarten in den Bereichen Strategie (DOTA2, Starcraft II), Shooter (Counterstrike), Sports (EA FC25) sowie Zusatzcontent (zum Beispiel Fortnite, Mobile Games) laufen.

„Der Ausbau unserer Pay-TV-Aktivitäten im Sportbereich und die damit verbundene Erweiterung unseres Sportdigital-Progammportefeuilles im deutschsprachigen Raum ist ein ganz wichtiger Milestone in unserer Unternehmensgeschichte, über den wir uns riesig freuen. Wir danken dem Sport1-Management und deren Gesellschaftern für das Vertrauen und werden so das Pay-TV-Geschäft mit unserer bewährten ‚Sportdigital-Philosophie‘ kontinuierlich weiterentwickeln, um zukünftig auch über den Fußball hinaus noch mehr Menschen für den von uns kuratierten Livesport zu begeistern“, sagte Sportdigital-Geschäftsführer Gisbert Wundram.

Andreas Gerhardt, Chief Distribution Officer und Geschäftsleiter Pay-TV bei Sport1, erklärte: „Wir freuen uns sehr, dass wir mit Sportdigital den perfekten Partner für unsere Pay-TV-Sender, deren Inhalte und die Verbreitungsplattformen gefunden haben. Nach einer langen und erfolgreichen Reise seit 2010 ist die Zeit gekommen, die Sender an anderer Stelle weiterzuentwickeln. Im Rahmen der Neupositionierung sind wir der Meinung, dass der Betrieb von Pay-TV Sendern bei dem Partner Sportdigital besser aufgehoben ist. Sportdigital wird die beiden Sender weiter vorantreiben und ihnen eine starke Perspektive für die Zukunft bieten. Gleichzeitig ermöglicht die Transaktion es Sport1, sich auf die Kerngeschäftsfelder Free-TV und die digitalen Kanäle zu fokussieren, so dass dem Publikum weiterhin ein breites Spektrum an Sport- und Entertainment-Inhalten geboten werden kann.“

wedotv startet Free-TV-Kanal wedotv True Stories
Der AVoD- und FAST-Channel-Anbieter wedotv startet mit wedotv True Stories einen weiteren Free-TV-Kanal. Im Mittelpunkt des kostenfreien, linearen 24-Stunden-Programms stehen wahre Geschichten, echte Fälle und authentische Menschen.

Im Programmbereich „True Crime“ beleuchten Dokumentationen, unter anderem von ZDF Studios und Balanga, wahre Verbrechen und echte Kriminalfälle in Sendereihen wie „Nach Anruf Mord“, „Auf Verbrecherjagd“ und „Im Todestrakt“, während in „True Personalities“ national und international bekannte Persönlichkeiten porträtiert und ihre Erlebnisse dokumentarisch aufbereitet werden.

Ein Highlight ist „True Talk”: Prominente Gäste aus Wirtschaft, Unterhaltung, Sport und Musik sprechen über ihr Business, Erfolgsrezepte und Entwicklungen im Technik- und Digitalbereich. Zu den Gesprächspartnern zählen Boris Becker, Oliver Kahn, Elyas M‘Barek, Dirk Nowitzki, Josef Ackermann, Steffen Henssler und Markus Lanz. Jede Woche laufen zwei neue Folgen.

„Mit wedotv True Stories bauen wir unser FAST-Channel-Angebot in Deutschland, Österreich und der Schweiz weiter aus. Der neue Kanal ergänzt mit seiner inhaltlichen Ausrichtung auf hochkarätige Non-

Fiction-Formate perfekt die Programmfarben unserer anderen FAST Channels wedotv movies, wedotv big stories und wedotv sports“, sagte Philipp Rotermund, CEO und Mitgründer von wedotv.

Der neue FAST Channel wedotv True Stories ist ab sofort in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf Plattformen wie Zattoo, waipu.tv, o2 TV, Plex und TCL sowie direkt bei wedotv zu empfangen. Weitere Partner kommen in den nächsten Wochen dazu.

Fix&Foxi TV und RiC.today starten bei MagentaTV
Das Medienunternehmen Your Family Entertainment (YFE) verbreitet ab sofort seine Pay-TV-Sender Fix&Foxi TV und RiC.today auf der TV-Plattform MagentaTV der Deutschen Telekom.

Fix&Foxi TV zeigt Programme für Kinder aller Altersgruppen und Familien, darunter Zeichentrickserien, Spielfilme und Shows. RiC.today ist ein englischsprachiger Lernsender, der Kindern und Jugendlichen auf unterhaltsame Weise englische Sprachkenntnisse vermitteln will.

„Wir freuen uns sehr, dass unsere Sender Fix&Foxi TV und RiC.today nun Teil des MagentaTV-Angebots der Deutschen Telekom werden. Damit können wir noch mehr Familien und jungen Zuschauern Zugang zu unserem qualitativ hochwertigen und pädagogisch wertvollen Programm bieten,“ sagte Armin Schnell, Head of Sales bei YFE.

Dr. Jörg Richartz, Vice President Vermarktung & Steuerung TV bei der Deutschen Telekom, erklärte: „Wir freuen uns sehr, die beliebten Familiensender Fix&Foxi TV und RiC.today auf MagentaTV begrüßen zu dürfen. Diese neuen Inhalte passen perfekt zu unserer Kernzielgruppe Family & Kids und bereichern unser Angebot mit hochwertiger Unterhaltung für Groß und Klein.“

waipu.tv holt vier BBC FAST Channels
Der TV-Streaming-Anbieter waipu.tv nimmt in Zusammenarbeit mit BBC Studios vier FAST Channels der britischen Rundfunkanstalt in sein Portfolio auf: BBC Food, BBC Travel, BBC History und Top Gear. Die Neuzugänge sind in allen Paketen und ohne zusätzliche Kosten zu empfangen.

Damit bietet waipu.tv insgesamt 280 HD-Kanäle an. Alle Inhalte der BBC-Sender stehen zudem jederzeit auf Abruf in der waiputhek oder in der jeweiligen Channel-Mediathek auf waipu.tv zur Verfügung.

„Wir freuen uns sehr über die Partnerschaft mit waipu.tv und die Erweiterung des Senderportfolios um vier unserer FAST-Sendermarken. BBC Studios verfügt über einen unglaublich breiten und hochwertigen Inhaltskatalog und wir können es kaum erwarten, dass noch mehr Zuschauer in Deutschland neue Sendungen entdecken und bekannte Favoriten wiedersehen“, sagte Kasia Jablonska, Director of Digital and On-Demand bei BBC Studios.

Amazon Prime Video und YouTube auf IPTV-Plattform von Ocilion
Der IPTV-Dienstleister Ocilion eröffnet den Zugang zu integrierten Premium-Apps auf seiner aktuellen P500-Set-Top-Box-Serie. Den Anfang machen die beiden Streaming-Dienste Amazon Prime Video und YouTube. Endkunden können die Apps ab sofort direkt in der TV-Benutzeroberfläche ihres Netzbetreibers abrufen.

EWE ist der erste Ocilion-Kunde, der mit seinem Produkt „ZuhauseTV“ die beiden Apps bereits aktiviert hat. Der Netzbetreiber bietet dadurch mit den bereits verfügbaren Mediatheken (unter anderem ARD, ZDF, ZDFtivi, ProSieben) und diversen Basis-Apps (unter anderem Kixi, LokalTV, Erotic TV) nun insgesamt über 25 integrierte Dienste auf seiner IPTV-Plattform.

Die Ocilion-P500-Boxen haben dafür ein Software-Update auf das neue Betriebssystem RDK erhalten. Mit weiteren Streaming-Anbietern laufen Gespräche über die Integration auf die IPTV-Plattform.

DOKUSAT baut Kabel- und IPTV-Verbreitung aus
Der Dokumentationskanal DOKUSAT konnte im dritten Quartal 2024 seine technische Reichweite abermals vergrößern. Als neue Netzbetreiber, die das Programm verbreiten, kamen Quickline aus der Schweiz mit rund 340.000 Haushalten und die Vereinigten Stadtwerke Schleswig-Holstein mit rund 30.000 Haushalten dazu.

Auch die IPTV-Reichweite über den Partner Ocilion konnte um rund 32 Prozent gesteigert werden. 46 Kabelnetze und Stadtwerke übernehmen nicht nur DOKUSAT, sondern alle weiteren Programme der Muttergesellschaft Berliner Fernseh Gruppe: DMF, Lilo.TV, volksmusik.tv und TeleGold. Dazu zählen etwa die IP-Netze von EWE aus Nordwestdeutschland und M-net aus München.

Nicole Agudo Berbel neue Vorstandsvorsitzende der Deutschen TV-Plattform
Die Vertreter der über 50 Mitgliedsfirmen, Organisationen und Institutionen der Deutschen TV-Plattform haben im Rahmen der jüngsten Mitgliederversammlung des Vereins in Berlin ihren neuen Vorstand gewählt. An der Spitze steht zukünftig Nicole Agudo Berbel, die Geschäftsführerin & Chief Distribution Officer Joyn, Seven.One Entertainment Group, folgt auf Andre Prahl, Chief Distribution Officer RTL Deutschland und Geschäftsführer RTL Technology, der nach acht Jahren als Vorsitzender nicht mehr kandidierte und aus dem Vorstand ausscheidet. Als stellvertretende Vorsitzende wurden für die ARD

NDR-Produktionsdirektor Sascha Molina und Dr. Dietmar Schill, Vice-President R&D, Distinguished Engineer Sony Europe, wiedergewählt.

Ebenfalls als Vorstandsmitglieder bestätigt wurden Joachim Abel, Vice President Product & Processes TV Deutsche Telekom, und Christoph Mühleib, Geschäftsführer SES Germany. Neu im Vorstand des Vereins ist Maren Pommnitz, Bereichsleiterin Home Connectivity & Entertainment bei Vodafone. Die Mandatsperiode des gewählten Vorstands beträgt zwei Jahre. Dem Vorstand der Deutschen TV-Plattform gehören zudem die amtierenden Leiter der Arbeitsgruppen an.

„Ich freue mich sehr darauf, gemeinsam mit meinen Vorstandskollegen auch zukünftig die wichtigsten Trends der Medienbranche im Sinne unserer Mitglieder zu gestalten. Nach der Digitalisierung der Verbreitungswege setzen wir jetzt verstärkt auf die IP-Transformation der Medienbranche und weitere Themen wie Content Discovery, DVB-I, Barrierefreiheit, Nachhaltigkeit und KI in den Medien. Sehr herzlich möchte ich mich bei Andre Prahl für sein langjähriges, hervorragendes Engagement bedanken. Unter seiner Führung hat die Deutsche TV-Plattform stets am Puls der Zeit agiert und für unsere gesamte Branche kontinuierlich Mehrwert kreiert“, sagte Agudo Berbel.

Andre Prahl erklärte: „Ich bedanke mich herzlich beim Vorstand und den Mitgliedern der Deutschen TV-Plattform für viele Jahre der vertrauensvollen und fruchtbaren Zusammenarbeit – aus der Branche, für die Branche. Die über 50 Mitglieder der Deutschen TV-Plattform repräsentieren nahezu die gesamte Wertschöpfungskette, und das spiegelt sich auch in unserem Vorstand wider. Ich freue mich sehr, dass wir mit Nicole Agudo Berbel eine ausgewiesene Expertin als neue Vorstandsvorsitzende gewinnen konnten. Mit ihr an der Spitze ist der neue Vorstand optimal aufgestellt, um die vielfältigen Herausforderungen und Chancen der sich wandelnden Medienlandschaft gewinnbringend für unsere Mitglieder zu gestalten.“

HbbTV Awards 2024 in London vergeben
Die HbbTV Association hat die Gewinner der HbbTV Awards 2024 bekannt gegeben. Mit den Auszeichnungen werden herausragende Leistungen von HbbTV-Anbietern präsentiert und gewürdigt. Die Preisträger der HbbTV Awards 2024:

Best Use of HbbTV for Advertising-Based Solutions

> Mediaset España: Contextual Advertising for Linear Live TV (Spanien)
>
> Zitat der Jury: „Ein bahnbrechender Ansatz für kontextbezogene Werbung, der KI nutzt, um hochgradig zielgerichtete und ansprechende Werbespots auszuliefern, die das Zuschauererlebnis und den Investitionsrückfluss der Werbetreibenden deutlich verbessern.“

Best Tool or Product for HbbTV Service Development or Delivery

> ATVI: ATVI Certification for HbbTV-TA receivers (ganz Europa und weitere HbbTV-Märkte)
>
> Zitat der Jury: „Eine wertvolle Initiative, die eine wichtige Anforderung der Branche erfüllt, indem sie einen standardisierten Ansatz für HbbTV-Konformität bietet, eine schnellere Markteinführung ermöglicht und ein einheitliches Nutzererlebnis gewährleistet.“

Best Technology Innovation in an HbbTV Application

> Everyone TV: Freely (Großbritannien)
>
> Zitat der Jury: „Ein Wendepunkt für britische Fernsehsender und Zuschauer mit HbbTV als Kernstück.“

Best Use of HbbTV for Content Discovery

> Everyone TV und YouView: Freely (Großbritannien)
>
> Zitat der Jury: „Ein begrüßenswerter gemeinsamer Ansatz zur Überwindung der jüngsten Fragmentierung der Dienste und der mangelnden Suchmöglichkeiten zwischen den Angeboten.“

Best Marketing or Promotion of an HbbTV-Based Service

> Everyone TV: Freely (Großbritannien)
>
> Zitat der Jury: "Eine großartige Kampagne, um Aufmerksamkeit für die Markteinführung von Freely zu schaffen, mit beeindruckenden Ergebnissen bei der Reichweite. Ein wichtiger Punkt sind die gemeinsamen Marketingaktivitäten mit TV-Händlern und Herstellern.

Judges' Award: HbbTV Newcomer of the Year

> Everyone TV: Freely (Großbritannien)
>
> Zitat der Jury: „Mit Freely stellt Everyone TV die Leistungsfähigkeit und Effektivität der HbbTV OpApp unter Beweis und zeigt, wie die Zusammenarbeit zwischen Fernsehsendern den Verbrauchern überzeugende ‚All Streaming'-Dienste verschaffen kann."

Die Gewinner wurden von einer unabhängigen Jury internationaler Branchenexperten gewählt. Für den Wettbewerb wurden insgesamt 33 Beiträge aus zehn Ländern eingereicht.

Die Preise wurden am 14. November 2024 auf einer Festveranstaltung im Rahmen des 12. HbbTV Symposium and Awards in London vergeben, das die HbbTV Association gemeinsam mit dem britischen Plattformbetreiber Everyone TV (BBC/ITV/Channel 4/Channel 5) in London ausrichtete.

ORF, ORS und Astra verlängern Satellitenverträge
Der ORF und seine Content-Distribution Tochter ORS sowie der Satellitenbetreiber SES Astra arbeiten auch künftig zusammen. Im Zuge der langfristigen Verlängerung der Verträge werden die TV-Angebote des ORF weiterhin über die Astra-Orbitalposition 19,2° Ost verbreitet. Das Abkommen erstreckt sich auf ORF 1 HD, ORF 2 HD, ORF III HD, ORF Sport plus HD, die ORF-Regionalprogramme der Bundesländer sowie die ORF-Radioprogramme.

„Satellit ist Spitzenreiter beim TV-Empfang in Österreich und somit für die Verbreitung der ORF TV- und Radioprogramme von hoher Bedeutung. Mit der vorliegenden Vertragsverlängerung stellen wir sicher, dass wir im Rahmen unserer Distributionsstrategie unserem Publikum die ORF-Programme in höchster Qualität via Satellit zur Verfügung stellen können. Das ist auch ein Signal an den Wohnbau und die Elektrobranche, dass eine Haushaltsausstattung mit Satellitenempfang langfristig wertvoll ist", sagte Harald Kräuter, Direktor für Technik und Digitalisierung des ORF.

Vor dem Hintergrund des stabil hohen Marktanteils von über 50 Prozent in den österreichischen TV-Haushalten ist nun auch die Verbreitung der zahlreichen nationalen und internationalen Kunden der ORS langfristig gesichert. ORS-Geschäftsführer Michael Wagenhofer erklärte: „SES Astra ist seit vielen Jahren ein wichtiger Partner bei der Verbreitung der linearen Programmangebote des ORF und zahlreicher nationaler und internationaler Sender, die von der ORS verbreitet werden. Daher freue ich mich sehr, dass wir diese bewährte Partnerschaft auch in Zukunft fortführen werden."

Christoph Mühleib, Geschäftsführer von SES Germany, sagte: „Die langfristige Verlängerung unserer Vereinbarung bestätigt die Bedeutung der Satellitenübertragung für Österreich. Für ein Land mit einer so vielseitigen Topographie stellt die TV-Verbreitung über Satellit die perfekte Übertragungsmöglichkeit dar, um jeden Haushalt in Österreich zu erreichen."

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