

WOHNUNGSWIRTSCHAFT ENTWERTET EIGENE NETZE

Starke Männer, stärkere Konzerne, schwache Politik

Sehr geehrte Damen und Herren,

der biblische Kampf zwischen David und Goliath geht in der Realität nur selten mit dem steinschleudernden Hirtenjungen als Sieger aus, oftmals weil viel zu spät bemerkt wird, was die Großen und Mächtigen eigentlich im Schilde führen. So macht sich die Deutsche Telekom daran, mit Duldung der Wohnungswirtschaft deren eigene Netze zu überbauen, wodurch diese auf lange Sicht entwertet werden.

In Brandenburg wehrt sich ein Davidscher Mittelständler gegen den Goliath aus Bonn, der hier, Hand in Hand mit der Politik, bisherige Investitionen in den Breitbandausbau zunichte macht. Der Mittelständler hofft nun, dass der TK-Riese vom noch größeren Riesen aus Brüssel in die Schranken gewiesen wird.

Der starke Mann in Sachen Breitbandausbau sollte eigentlich Bundesverkehrsminister Alexander Dobrindt sein. Aus Sicht des FDP-Vorsitzenden Christian Lindner lässt der es jedoch an Impulsen für den Ausbau vermissen. Im Interview mit MediaLABcom erklärt Lindner, wie breitbandiges Internet in unterversorgte Gebiete gelangen kann.

Einmal mehr hat sich Bayerns Ministerpräsident Horst Seehofer als starker Mann geriert, als er für den Münchener TV-Konzern ProSiebenSat.1 den Weg für regionalisierte Werbung freimachte. Doch Seehofer, ProSiebenSat.1 sowie die gesamte deutsche Medienindustrie werden auf dem Online-Werbemarkt von den großen US-Digitalkonzernen überrollt, während hierzulande das werbefinanzierte Regional- und Lokalfernsehen dank bayerischer Standortpolitik langsam aber sicher vor die Hunde geht. Und wenn einmal ein Ministerpräsident Stärke beweist und eine Lanze für Medien- und Meinungsvielfalt auf regionaler/lokaler Ebene bricht, rudert dessen Staatskanzlei sogleich zurück, wie in Sachsen-Anhalt geschehen.

Neues vom FRK und BLTV, Veranstaltungshinweise und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab.

Wir wünschen eine angenehme Lektüre.

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

Ausgabe 20 • Mai 2015

Inhalt

[Brandenburg verspielt fürs Monopol die Zukunft...
... oder nach uns die Sintflut](#)

[„Das ist blamabel“: Interview mit Christian Lindner](#)

[Deutsche Kleinkariertheit gegen amerikanische Digitalriesen](#)

[Ohren auf Durchzug – Wenn die Staatskanzlei nicht so wie der Landesvater will](#)

[Gestattungsverträge: Die Breitbandversorgung der Wohnungswirtschaft auf dem kartellrechtlichen Prüfstand](#)

[Nur die naivsten \(Wohnungswirtschafts-\) Kälber...](#)

[... wählen und beschenken ihren Enteigner und Entreicherer selber](#)

[Neues vom FRK](#)

[Neues vom BLTV](#)

[Veranstaltungshinweise](#)

[Kurzmeldungen](#)

Brandenburg verspielt fürs Monopol die Zukunft... ... oder nach uns die Sintflut

Heinz-Peter Labonte

Sie erinnern sich? Projekt "Glasfaser 2020 in Brandenburg"? Ja genau. Minister Christoffers (Die Linke) meinte, wenn er die Deutsche Telekom beauftragt, wird sie alles richten. Sie erschließt die Kabelverzweiger (KVZ) mit Glasfaser und alles ist gut. Aber bitte doch nur die eigenen Telekom-KVZ. Dann hat man im Jahre 2020 auch einen Schuldigen, wenn die Telekom in Brandenburg wieder Monopolist ist und alle anderen Infrastrukturanbieter keine Lust mehr haben, im staatsmonopolistischen Brandenburg noch in eigene Infrastrukturen zu investieren.

Schließlich hat Die Linke doch nur das Beste fürs Land und seine Bürger gewollt. Aber gut gemeint ist noch lange nicht gut gemacht. Christoffers stand ja auch nur in der Tradition Platzecks. Der hatte bereits vor der vorletzten Wahl die flächendeckende Breitbandversorgung versprochen und Landesmittel in Millionenhöhe ausgegeben. Die Folgen sind exemplarisch in ländlichen Regionen der Lausitz zu besichtigen, wie ein MediaLABcom vorliegender Brief eines Mittelständlers beweist.

[Lesen Sie mehr](#)

„Das ist blamabel“: Interview mit Christian Lindner

Marc Hankmann

Es sind nicht mehr ganz drei Jahre, dann sollen nach dem Willen des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) flächendeckend 50 Mbit/s zur Verfügung stehen. Gut gemeint, aber schlecht umgesetzt, meint der FDP-Vorsitzende Christian Lindner. MediaLABcom sprach mit dem Politiker über den Status Quo des Breitbandausbaus und was seiner Meinung nach getan werden muss, damit Deutschland nicht zum digitalen Schlusslicht Europas wird.

[Lesen Sie mehr](#)

Deutsche Kleinkariertheit gegen amerikanische Digitalriesen

Marc Hankmann

Mahner gibt es genug, allein es schreitet niemand zur Tat. Ende vergangenen Jahres sagte Bundesverkehrsminister Alexander Dobrindt auf der Microsoft-Veranstaltung "Digitales Deutschland", dass wir eine digitale Kolonie Amerikas und Chinas werden würden, wenn wir nicht aufpassten. "Wir brauchen endlich Gegengewichte zu den digitalen Riesen", so der Minister, dessen Aussage dem US-Digitalriesen Microsoft nicht so richtig gefallen haben dürfte.

[Lesen Sie mehr](#)

Ohren auf Durchzug – Wenn die Staatskanzlei nicht so wie der Landesvater will

Marc Hankmann

Wer ist hier eigentlich der Boss? Diese Frage stellt sich, wenn man die Aussagen der Staatskanzlei Sachsen-Anhalt mit denen ihres Ministerpräsidenten Rainer Haseloff vergleicht. Ende März 2015 sprach Haseloff anlässlich der Verleihung des Regionalfernsehpreises "Regiostar" in Magdeburg. Nicht nur die Preisträger frohlockten, sondern auch der Bundesverband Lokal TV (BLTV), der anschließend Haseloffs Aussagen für eine Beteiligung des Lokalfernsehens an den Einnahmen aus dem Rundfunkbeitrag per Pressemitteilung verbreitete.

Was Haseloff indes wirklich gesagt haben will, meint die Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) in einem Statement des Stellvertretenden Regierungssprechers Sachsen-Anhalts, Rainer Metke, zu wissen. Das Statement liegt MediaLABcom ebenfalls vor. Metke schreibt, dass sich Haseloff "nicht für eine aktuelle Partizipation der privaten lokalen und regionalen Fernsehveranstalter an den Rundfunkbeitragsmitteln ausgesprochen" habe. Im Zusammenhang mit der Diskussion um regionalisierte Werbung habe der Ministerpräsident lediglich das "vielfaltssichernde Angebot der lokalen und regionalen Programme" gewürdigt. "Wenn dies zukünftig kommerziell im Rahmen der lokalen und regionalen Geschäftsmodelle nicht mehr gewährleistet werden könnte, müsste man längerfristig über Alternativen nachdenken, wie dieser wichtige Beitrag zur Meinungsvielfalt erhalten werden könne", so Metke weiter. Solche Alternativen sieht Metke nicht in einer Beteiligung an der Rundfunkabgabe. Stattdessen schreibt er von einer "Abgabe der bundesweit zugelassenen Fernsehveranstalter, die insbesondere in den neuen Ländern keine regionalen Drittfenster anbieten, oder auch eine Einbeziehung in ein neu austariertes Beitragssystem."

[Lesen Sie mehr](#)

Gestattungsverträge: Die Breitbandversorgung der Wohnungswirtschaft auf dem kartellrechtlichen Prüfstand

*RA Carl Christian Müller und
RA Sören Rößner*

Die Versorgung der Wohnungswirtschaft mit Fernseh- und Hörfunkprogrammen war lange Zeit die Domäne der Kabelnetzbetreiber. Im Zuge der fortschreitenden Konvergenz der Medien und Infrastrukturen treten hier jedoch zunehmend auch klassische Telekommunikationsunternehmen auf den Plan, allen voran die Deutsche Telekom. Mit dem Aufkommen entsprechender Multiple-Play-Angebote stehen Kabelnetzbetreiber und ihre Konkurrenten von außerhalb des Kabelsektors daher nunmehr auf denselben Märkten im unmittelbaren Wettbewerb.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, inwieweit rechtliche Bedenken gegen die weit verbreitete Praxis bestehen könnten, dass die Wohnungswirtschaft den Kabelnetzbetreibern die Versorgung ihrer Liegenschaften im Regelfall nur auf der Grundlage umfangreicher Vereinbarungen gestattet, die zahlreiche Verpflichtungen des jeweiligen Gestattungsnehmers – unter anderem auch zur Entrichtung von Gestattungsentgelten – beinhalten, während die Deutsche Telekom die Gebäude meist ohne jede Gegenleistung nutzen und versorgen darf.

[Lesen Sie mehr](#)

Nur die naivsten (Wohnungswirtschafts-) Kälber... ... wählen und beschenken ihren Enteigner und Entreicherer selber

Heinz-Peter Labonte

Irgendwie putzig. Die Wohnungswirtschaft besteht weiterhin gegenüber den traditionellen Kupferkoaxialnetzbetreibern auf Gestattungsverträgen. Und es ist absehbar, dass - spätestens nach Ablauf der zur Zeit gültigen Verträge - diese Infrastrukturen u.a. durch die derzeitige Bundes- und sich abzeichnende Politik des EU-Digitalkommissars begünstigt, nichts mehr wert sind, da sie von der Telekom überbaut werden.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

FRK kooperiert für Breitbandkongress mit Leipziger Messe

Die Leipziger Messe, der Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) und die WMZ Werbe- und Medienzentrum GmbH haben einen Kooperationsvertrag über die Durchführung des 18. Breitbandkongresses des FRK in Leipzig unterzeichnet. Durch die Zusammenarbeit soll der Kongress, der bereits seit 2005 im Congress Center Leipzig (CCL) gastiert, neu ausgerichtet und sein Profil geschärft werden. Der 18. Breitbandkongress des FRK (BBK) findet am 5. und 6. Oktober 2015 statt.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom BLTV

Sachsen-Anhalts Ministerpräsident spricht sich für Beteiligung des Lokalfernsehens an Einnahmen aus der Rundfunkabgabe aus

Der Ministerpräsident des Landes Sachsen-Anhalt, Reiner Haseloff, hat sich öffentlich für eine Teilhabe der deutschen Lokal- und Regionalfernsehsender an den Einnahmen aus der Rundfunkabgabe ausgesprochen.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweise

Dr. Jörn Krieger

FRK-Breitbandkongress zeigt Chancen für Mittelstand

Freund oder Feind? Over-the-Top-TV-Anbieter (OTT) wie maxdome oder Netflix nutzen die mit großem finanziellen Aufwand für Highspeed-Internet ausgebauten Kabelnetze für Geschäfte, die sie direkt mit

den Kabelkunden machen. Der Kabelnetzbetreiber geht leer aus.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Bundesnetzagentur läutet 700-MHz-Versteigerung ein

Die Bundesnetzagentur startet am 27. Mai 2015 die Versteigerung der Frequenzen im 700-MHz-Bereich, mit denen vor allem auf dem Land ein schneller Internetzugang per Mobilfunknetz ermöglicht werden soll. Drei Unternehmen wurden zur Teilnahme an der [Auktion](#) zugelassen: Telefónica Germany, Telekom Deutschland und Vodafone.

[Lesen Sie mehr](#)

Brandenburg verspielt fürs Monopol die Zukunft...

Heinz-Peter Labonte

... oder nach uns die Sintflut

Sie erinnern sich? Projekt "Glasfaser 2020 in Brandenburg"? Ja genau. Minister Christoffers (Die Linke) meinte, wenn er die Deutsche Telekom beauftragt, wird sie alles richten. Sie erschließt die Kabelverzweiger (KVZ) mit Glasfaser und alles ist gut. Aber bitte doch nur die eigenen Telekom-KVZ. Dann hat man im Jahre 2020 auch einen Schuldigen, wenn die Telekom in Brandenburg wieder Monopolist ist und alle anderen Infrastrukturanbieter keine Lust mehr haben, im staatsmonopolistischen Brandenburg noch in eigene Infrastrukturen zu investieren.

Schließlich hat Die Linke doch nur das Beste fürs Land und seine Bürger gewollt. Aber gut gemeint ist noch lange nicht gut gemacht. Christoffers stand ja auch nur in der Tradition Platzecks. Der hatte bereits vor der vorletzten Wahl die flächendeckende Breitbandversorgung versprochen und Landesmittel in Millionenhöhe ausgegeben. Die Folgen sind exemplarisch in ländlichen Regionen der Lausitz zu besichtigen, wie ein MediaLABcom vorliegender Brief eines Mittelständlers beweist.

Absicht versus Realität

Die 75-prozentige Förderung der Telekom-Aktivitäten unter Ausschluss von Mittelständlern, denen vier Jahre zuvor noch Lob für ihre schnelle Hilfe aus der Sackgasse des ministerpräsidentialen Förderprogramms zuteil wurde, fällt den damals geförderten Kommunen und den hilfsbereiten Mittelständlern jetzt auf die Füße, d.h. die versprochene Anschlussförderung wird zugunsten des Telekom-Förderungsprogramms verboten.

Der konkrete Sachverhalt

So schreibt die Lausitzer Firma an den früheren Platzeck-Staatssekretär und jetzigen Wirtschaftsminister im Januar dieses Jahres in einer "Beschwerde über die Vergabepaxis von Fördermitteln im Land Brandenburg in Bezug auf die Förderung des Breitbandausbaus ‚Glasfaser 2020‘ und der daraus resultierenden Entwicklungen und Wettbewerbsverzerrungen" zu Gunsten eines Wettbewerbers, der Deutschen Telekom AG, unter anderem:

Sein mittelständisches Unternehmen betreibe in der Lausitz sowohl selbst als auch gemeinsam mit Partnerfirmen mehrere HFC-Netze (Breitbandhybridnetze – eine Kombination aus Glasfaser- und Koaxialkabeln für sehr große Bandbreiten und Reichweiten) und Highspeed-Funknetze zur Versorgung der Bürger mit Internet, Telefonie und an ausgewählten Standorten mit TV. "Dabei liefern wir unseren Kundinnen und Kunden täglich, zu bezahlbaren Preisen und in exzellenter Qualität, Internet von 6.000 Kbit/s bis 128.000 Kbit/s." Er stelle so diesen Regionen bereits seit Jahren schnelles Internet zur Verfügung. Er betont in seiner Beschwerde ausdrücklich, er trete für einen flächendeckenden Ausbau mit breitbandigen IP-Anschlüssen ein und befürworte diesen ausdrücklich! Gerade deshalb wende er sich persönlich an den neuen Minister in Sorge um die bedrohten Arbeitsplätze und bisher getätigten Investitionen.

Durch die großteilige, offensichtlich auf die Infrastruktur eines Marktteilnehmers zugeschnittene Ausschreibung "Glasfaser 2020" und die anschließende Vergabe durch das Land Brandenburg sehe er sich mit seinen Unternehmen und ihren Mitarbeitern stark benachteiligt und mittlerweile sogar in der Existenz bedroht! So schaffte man Vertrauen in eine verlässliche Struktur- und Landespolitik. Rein in die Kartoffeln in der einen, raus aus denselben in der nächsten Legislaturperiode. Hauptsache die Wahlprogrammlegende stimmt - vor der Wahl.

Verunsicherte Bürgermeister

Der Unternehmer führt nun weiter aus, fast täglich erreichten seine Mitarbeiter und ihn Anrufe von Bürgermeistern und Kunden, ob wir nicht mehr tätig würden und die bisherigen Projekte einstellen. Bürgermeister würden mit der Aussage verunsichert: "Bei Ihnen wird nicht ausgebaut", weil Sie einen Vertrag mit seiner Lausitzer Firma hätten, "die wiederum Fördermittel dafür bekommen hat!" Und weiter:

"Wir haben in der Vergangenheit auf eigenes Risiko breitbandige Infrastrukturen in insgesamt zweistelliger Millionen Eurohöhe errichtet, um Gemeinden zu versorgen und bekommen dafür jetzt den Dank des Landes Brandenburg und Ihres Amtsvorgängers!" Und so sei diese Situation entstanden: "2010 wurden zur Verbesserung der Bandbreite im ländlichen Raum insgesamt 24 Richtfunkstrecken durch das Land Brandenburg als Projekt finanziert. Dadurch sollte mit Hilfe dieser Richtfunkstrecken eine Versorgung dieser Gebiete mit ausreichend Bandbreite abgesichert werden. Vielleicht erinnern Sie sich an unser diesbezügliches Gespräch in Ihrer früheren Funktion als Chef der Staatskanzlei. Ein weiteres Projekt, welches im Anschluss starten sollte, aber dann nie ins Leben gerufen wurde, hätte eine Weiterführung bis hin zu den Endkunden gewährleistet. Unsere Firma hat acht dieser Richtfunkstrecken, die den Kommunen übereignet worden sind, als Betreiber übernommen. Diese Gebiete wurden dann mit eigenfinanzierter Funkinfrastruktur durch uns weiter ausgebaut. Da die topografischen Gegebenheiten für eine 100-prozentige Versorgung nicht geeignet waren und kein weiteres Projekt durch das Land Brandenburg gestartet wurde, hatte das logischerweise eine unzureichende Versorgung der Endkunden zur Folge. Weiterhin wurde und wird nicht für Service dieser Strecken gesorgt, so dass wir im Störfall alle anfallenden Kosten dafür selbst tragen müssen - trotz damals gegenteiliger Aussagen! Dieses Projekt, welches unter der Leitung der Staatskanzlei Brandenburg zum Teil fertiggestellt wurde, ist für alle Beteiligten ein Desaster.

Diese Feststellung gilt umso mehr, als diese Gebiete jetzt auch noch aus weiteren Fördermaßnahmen ausgeschlossen werden. Die Bürgermeister verlangen nun eine Erklärung von uns, die nicht wir, sondern nur die Landesregierung bzw. die Staatskanzlei bzw. Sie als heute zuständiger Minister geben können. Stattdessen gelten wir jetzt bei den Betroffenen sozusagen als ‚der Bandbreitenverhinderer‘ der Region."

Hinhaltende Antwort des Ministers

Immerhin geht Ende Februar eine kurze Antwort ein, eines vom Minister mit der Beantwortung des insgesamt siebenseitigen Briefes mit seinen vielfältigen konstruktiven Fragen und Vorschlägen sowie substantiiert begründeten Beschwerden beauftragten Mitarbeiters, der - wohl zur Beruhigung des Beschwerdeführers - ein Gespräch mit dem zuständigen Referatsleiter anbietet.

Der Beschwerdeführer hat diesen Vorgang inzwischen in das laufende Wettbewerbsverfahren der EU gegen das Land Brandenburg eingebracht. Hier muss das Land dann endlich nicht mehr hinhaltend, sondern auch substantiiert Stellung nehmen. Außerdem hat er seinen Unmut über das Desinteresse der Landesregierung an der Existenzsicherung bestehender Lausitzer Unternehmen und ihrer Arbeitsplätze in einem weiteren Brief an den Minister artikuliert.

Fazit

Angesichts der zunehmenden Bevorzugung der Deutschen Telekom und ihrer Übergangstechnologie Vectoring trägt das Verhalten der Landesregierung nicht zum Vertrauen in die Konsistenz des Handelns der Landesregierung auf Seiten der betroffenen Bürger, Unternehmen, finanzierenden Banken und Investoren bei und wirft zudem eine Menge weiterer Fragen auf, über die wir in den nächsten Ausgaben von MediaLABcom berichten werden.

„Das ist blamabel“: Interview mit Christian Lindner

Marc Hankmann

Es sind nicht mehr ganz drei Jahre, dann sollen nach dem Willen des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) flächendeckend 50 Mbit/s zur Verfügung stehen. Gut gemeint, aber schlecht umgesetzt, meint der FDP-Vorsitzende Christian Lindner. MediaLABcom sprach mit dem Politiker über den Status Quo des Breitbandausbaus und was seiner Meinung nach getan werden muss, damit Deutschland nicht zum digitalen Schlusslicht Europas wird.

MediaLABcom: Herr Lindner, das Jahr 2018, in dem laut Koalitionsvertrag der GroKo flächendeckend 50 Mbit/s zur Verfügung stehen sollen, rückt immer näher. Gehen Sie davon aus, dass das Ziel erreicht wird?

Christian Lindner: Wenn ich den Ausbaustand und den langsamen Fortschritt allein in Nordrhein-Westfalen betrachte, ist das schwer vorstellbar. Denn viele Regionen hier sind noch immer von einer modernen Breitbandversorgung abgeschnitten. Im Rhein-Erft-Kreis etwa verfügen 30 Prozent der Haushalte noch nicht einmal über einen Zugang zu mindestens 16 Mbit/s. Im Kreis Viersen sind es sogar ein Drittel aller Haushalte. Und in einigen Gegenden sieht es noch schlechter aus. Etwa im

Oberbergischen Kreis oder in Teilen Westfalens. Angesichts der Untätigkeit der rot-grünen Landesregierung ist auch keine wesentliche Verbesserung absehbar. Und ohne den vollen Einsatz der Länder wird auch der Bund seine ambitionierten Ziele nicht erreichen können.

MediaLABcom: Was halten Sie von den Förderschwerpunkten des BMVI für digitale Infrastrukturen in den nächsten drei Jahren? Wie kann das Ministerium die Zielvorgabe zu erreichen?

Christian Lindner: Starke Impulse für einen schnelleren Breitbandausbau habe ich von Verkehrsminister Dobrindt bis heute offen gesagt nicht wahrgenommen. Es scheint mir, als hätte ihn sein Stammtischprojekt einer Ausländermaut in den vergangenen Jahren politisch vollständig absorbiert. Der einzige zählbare Beitrag zur Digitalpolitik der Bundesregierung ist bis heute der Gesetzentwurf zum offenen WLAN, und der stammt von Sigmar Gabriel.

MediaLABcom: Was ist für den Breitbandausbau von der EU zu erwarten?

Christian Lindner: Die ersten Skizzen des EU-Digital-Kommissars Günther Oettinger für eine "Digitalunion" bewerte ich grundsätzlich durchaus positiv. Er ist da offenbar schon weiter als viele seiner Parteifreunde. Im Herbst sollen konkrete Maßnahmen vorgestellt werden, davon erhoffe ich mir Impulse auch für Deutschland. Die sich abzeichnende härtere Gangart der EU-Kommission gegen marktmächtige Konzerne wie Google und den potentiellen Missbrauch dieser Macht begrüße ich ebenfalls. Denn auch Marktmacht im Bereich der Digitalwirtschaft hat Konsequenzen für den Infrastrukturausbau. Lediglich bei der Ankündigung Oettingers, insbesondere große TK-Unternehmen fördern zu wollen, bin ich skeptisch. Studien zeigen, dass vor allem der Wettbewerb durch mittelständische Unternehmen den Breitbandausbau vorangebracht hat. Das muss von der EU stärker berücksichtigt werden.

MediaLABcom: Ein Beispiel, das durchaus repräsentativ ist, wie Sie aus NRW wissen: In Thüringen können zum Beispiel nur 15 Prozent der Bevölkerung mit 50 Mbit/s oder mehr im Internet surfen. Halten Sie es für realistisch, dass in drei Jahren die restlichen drei Viertel Thüringens ausgebaut werden?

Christian Lindner: Wir müssen gar nicht bis nach Thüringen blicken: Hier in Nordrhein-Westfalen, der industriellen Herzkammer Deutschlands, verfügen über 40 Prozent der Haushalte in ländlichen Regionen noch nicht einmal über einen Zugang zu mindestens 16 Mbit/s. Das ist blamabel. Und das schadet auch Industrie und Mittelstand. Denn wir wissen doch, dass unsere erfolgreichen Unternehmen und unsere "hidden champions" nicht nur in den Großstädten sitzen. Wie sollen diese aber die Chancen von Industrie 4.0 oder Handwerk 4.0 nutzen, wenn sie nicht einmal einen ausreichenden Breitbandanschluss haben?

MediaLABcom: Im Mittelpunkt steht der Breitbandausbau in ländlichen Regionen, in denen noch rund zehn Millionen Haushalte als unterversorgt gelten. Für den Anschluss ans Highspeed-Internet werden unterschiedliche Modelle diskutiert. Welche Modelle favorisiert die FDP?

Christian Lindner: Wir müssen vor allem auf Wettbewerb, Vielfalt und Kooperation setzen. Wettbewerb heißt: Keine Bevorzugung eines großen Unternehmens oder weniger marktmächtiger Player. Vielfalt heißt: Je nach Region und den dortigen Voraussetzungen können unterschiedliche Technologien und Verbreitungswege die effizientesten Lösungen sein. Das muss stärker vor Ort, von den Kommunen und Kreisen entschieden werden. Das Land und der Bund müssen die Kommunen aber stärker unterstützen - mit Wissen, mit Ratschlägen und wo nötig auch mit Fördermitteln. Kooperation heißt: Wir benötigen gerade im ländlichen Raum verstärkt Kooperationen verschiedener Unternehmen und Infrastrukturbetreiber, um eine flächendeckende Versorgung erreichen zu können.

MediaLABcom: Demnächst sollen die 700-MHz-Frequenzen versteigert werden. In welchem Umfang die Erlöse dazu beitragen, die zehn Millionen unterversorgten Haushalte mit breitbandigen Internetzugängen zu versorgen?

Christian Lindner: Es ist immer etwas schwierig, über die Verwendung von Mitteln zu diskutieren, deren Höhe noch gar nicht bekannt ist. Klar muss aber sein: Die Mittel dürfen nicht für ideologische Prestigeprojekte zweckentfremdet werden. Der Breitbandausbau in der Fläche ist prioritär.

MediaLABcom: Laut der Projektgruppe zur Finanzierung von Breitbandnetzen des IT-Gipfels 2014 wirft die privatwirtschaftliche Finanzierung des Breitbandausbaus vergleichsweise hohe Renditen zwischen fünf und sechs Prozent ab. Liegt hier die Lösung für den Breitbandausbau auf dem Land?

Christian Lindner: Selbstverständlich. Es wäre abwegig zu glauben oder zu fordern, dass der Staat alleine den flächendeckenden Breitbandausbau erfolgreich und effizient voranbringt. Deshalb benötigen wir natürlich auch mehr Engagement der Wirtschaft und mehr öffentlich-private Partnerschaften. Gerade auch mittelständische Unternehmen sind dazu allerdings auch bereit - wenn man sie denn lässt und die

Rahmenbedingungen richtig gestaltet.

MediaLABcom: Im Breitbandgipfelprozess ist konstatiert worden, dass von den zehn Millionen unterversorgten Haushalten vier Millionen über private Mittel ans schnelle Internet angebunden werden könnten. Dies würde bei durchschnittlich 1.500 Euro pro Anschluss ein privates Investitionsprogramm von sechs Milliarden Euro auslösen. Welche Schritte sollte die Regierung unternehmen, um die private Wirtschaft hier beim Wort zu nehmen?

Christian Lindner: Die Bundesregierung muss eine Initiative für mehr privates Kapital und Know-how im Infrastrukturbereich insgesamt starten. Wovoreits Flughafen in Berlin zeigt, dass der Staat es oft eben nicht besser kann. Im Gegenteil: Zum Beispiel im Straßenbau gibt es inzwischen Erfahrung mit öffentlich-privaten Partnerschaften. Privat verantwortete Infrastrukturprojekte werden meist schneller realisiert und liefern eine überdurchschnittliche Qualität.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Deutsche Kleinkarierteheit gegen amerikanische Digitalriesen

Marc Hankmann

Mahner gibt es genug, allein es schreitet niemand zur Tat. Ende vergangenen Jahres sagte Bundesverkehrsminister Alexander Dobrindt auf der Microsoft-Veranstaltung "Digitales Deutschland", dass wir eine digitale Kolonie Amerikas und Chinas werden würden, wenn wir nicht aufpassten. "Wir brauchen endlich Gegengewichte zu den digitalen Riesen", so der Minister, dessen Aussage dem US-Digitalriesen Microsoft nicht so richtig gefallen haben dürfte.

Sie würden gerne, können aber nicht

Dobrindt will die drohende Digital-Kolonialisierung Deutschlands durch den Breitbandausbau verhindern. Dafür ist sein Ministerium für digitale Infrastrukturen verantwortlich. Die geforderten Gegengewichte hingegen springen der Politik fast an die Gurgel, denn sie würden ja gerne, können aber nicht. Die von RTL und ProSiebenSat.1 gemeinsam entwickelte Online-Videoplattform wurde vom Bundeskartellamt wegen der zu großen Werbemarktmacht beider Konzerne verboten und über die Lockerung der Werberegulierung wird seit Jahren diskutiert, ohne dass etwas passiert. In der Zwischenzeit entwickeln die Kolonialmächte Facebook, Google, YouTube, Netflix und Amazon ihre Technologien weiter und sind in der Lage, individualisierte Werbung anzubieten. Des Teufels Beitrag hierzu: Mit dem Breitbandausbau rollt Dobrindt den US-Digitalriesen quasi den roten Teppich aus.

RTL und ProSiebenSat.1 könnten nun so lange warten, bis die Marktmacht von Netflix, Amazon und Co. so groß ist, dass ihre nicht mehr ins Gewicht fällt, um mit einer Videoplattform "made in Germany" noch etwas vom Online-Werbekuchen abzubekommen. Warten ist jedoch keine Option für ein Wirtschaftsunternehmen. Stattdessen wird nach anderen Möglichkeiten gesucht, die Werbeeinnahmen weiter sprudeln zu lassen.

Vom Fernseher ins Web und weg

So schaltet ProSiebenSat.1 seit kurzem regionalisierte Werbung, abgeseget von höchstrichterlicher und politischer Instanz. Nach dem Bundesverwaltungsgericht verhinderte Bayerns Ministerpräsident Horst Seehofer die Aufnahme eines Verbots für regionalisierte Werbung in bundesweit ausgestrahlten TV-Programmen in den Rundfunkstaatsvertrag. Standortpolitik erster Güte!

Leidtragende sind die werbefinanzierten Regional- und Lokalfernsehanbieter. Kaum einer dieser TV-Sender ist heute in der Lage, wirtschaftlich zu arbeiten. Die Produktions- und Distributionskosten steigen, der nationale Werbemarkt bleibt ihnen verschlossen. So wandern die Sender zuerst ins Internet ab, weil sie sich die Verbreitungskosten für Satellit und Kabel nicht mehr leisten können. Im Web ertrinken sie dann im Meer der mangelnden Aufmerksamkeit. Ein langsamer, aber sicherer Tod für die lokale Medienvielfalt, der nicht nur dem lokalen Fernsehen sondern auch den lokalen Tageszeitungen droht.

Lokale Werbung mit Facebook

Als gäbe diese Entwicklung nicht schon genug Anlass zur Sorge, wirkt sie in einem größeren Zusammenhang geradezu kleinkariert, denn während sich Deutschland ein Schirmmützel um regionalisierte Werbung gönnt, wird die hiesige Medienindustrie von den US-Digitalriesen auf dem Online-Werbemarkt überrollt. Facebook startet in diesen Tagen Local Awareness Ads in Deutschland. Dadurch können Unternehmen über ihre Werbung bei Facebook Menschen erreichen, die sich in ihrer unmittelbaren Nähe befinden. Facebook wirbt für derartige lokale Werbeanzeigen mit folgendem Satz: "In deiner Nähe sind mehr Menschen auf Facebook aktiv als Zeitung lesen oder eine bestimmte Fernsehsendung in deiner Umgebung ansehen." Man darf gespannt sein, was Herr Seehofer davon hält

und ob irgendjemand gegen Facebook vor das Bundesverwaltungsgericht zieht.

Wenn landespolitische Interessen und veraltete Ansichten zu Wettbewerb und Kartellbildung die Stärkung der eigenen Medienindustrie verhindern, muss man sich nicht wundern, wenn man irgendwann in der selbst eingebrockten Suppe ertrinkt. Die Politik muss auf Länder-, Bundes- und vor allem EU-Ebene ihre Möglichkeiten ausschöpfen und für Chancengleichheit im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit des Verbrauchers sorgen – gerade auf dem TV-Bildschirm, wo die regulierte Fernseh- mit der unregulierten Online-Welt zusammenprallt. Diese Chancengleichheit ist der Garant für den Fortbestand von Medien- und Meinungsvielfalt und damit für das werbefinanzierte Regional- und Lokalfernsehen. Bezeichnend für das politische Gezerre hierzu ist der Rückzieher der Staatskanzlei von Sachsen-Anhalt, nachdem ihr Ministerpräsident Rainer Haseloff für das private Lokalfernsehen eine Lanze gebrochen hat (Lesen Sie hierzu den Beitrag ["Ohren auf Durchzug"](#) in dieser Ausgabe).

Wer gewinnt: Hase oder Igel?

Im Digitalen gelten nicht die gleichen Gesetze wie in der "Old Economy". Hier frisst nicht der Größere den Kleinen, sondern der Schnellere den Langsamen. Leider zählt Schnelligkeit nicht gerade zu den Stärken deutscher Politik. Doch die Situation ist nicht ausweglos: Im Wettlauf zwischen Hase und Igel muss man einfach mal so clever wie der Igel sein, um den Schnelleren zu besiegen.

Ohren auf Durchzug – Wenn die Staatskanzlei nicht so wie der Landesvater will

Marc Hankmann

Wer ist hier eigentlich der Boss? Diese Frage stellt sich, wenn man die Aussagen der Staatskanzlei Sachsen-Anhalt mit denen ihres Ministerpräsidenten Rainer Haseloff vergleicht. Ende März 2015 sprach Haseloff anlässlich der Verleihung des Regionalfernsehpreises "Regiostar" in Magdeburg. Nicht nur die Preisträger frohlockten, sondern auch der Bundesverband Lokal TV (BLTV), der anschließend Haseloffs Aussagen für eine Beteiligung des Lokalfernsehens an den Einnahmen aus dem Rundfunkbeitrag per Pressemitteilung verbreitete.

Was Haseloff indes wirklich gesagt haben will, meint die Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) in einem Statement des Stellvertretenden Regierungssprechers Sachsen-Anhalts, Rainer Metke, zu wissen. Das Statement liegt MediaLABcom ebenfalls vor. Metke schreibt, dass sich Haseloff "nicht für eine aktuelle Partizipation der privaten lokalen und regionalen Fernsehveranstalter an den Rundfunkbeitragsmitteln ausgesprochen" habe. Im Zusammenhang mit der Diskussion um regionalisierte Werbung habe der Ministerpräsident lediglich das "vielfaltssichernde Angebot der lokalen und regionalen Programme" gewürdigt. "Wenn dies zukünftig kommerziell im Rahmen der lokalen und regionalen Geschäftsmodelle nicht mehr gewährleistet werden könnte, müsste man längerfristig über Alternativen nachdenken, wie dieser wichtige Beitrag zur Meinungsvielfalt erhalten werden könne", so Metke weiter. Solche Alternativen sieht Metke nicht in einer Beteiligung an der Rundfunkabgabe. Stattdessen schreibt er von einer "Abgabe der bundesweit zugelassenen Fernsehveranstalter, die insbesondere in den neuen Ländern keine regionalen Drittfenster anbieten, oder auch eine Einbeziehung in ein neu austariertes Beitragssystem."

Einnahmen ins "Gesamtmediensystem reinprojizieren"

Doch was der Stellvertretende Regierungssprecher schrieb, stimmt nicht mit dem überein, was Ministerpräsident Haseloff beim Regiostar sagte. MediaLABcom liegt die Audioaufnahme seiner Rede vor – Zitat: "Man muss mittelfristig wahrscheinlich darüber nachdenken: Was machen wir mit den Einnahmen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks? Ist da nicht sozusagen die gesamte Medienstruktur zu stabilisieren? Wir versuchen das auf jeden Fall zumindest zu überbrücken, bis vielleicht andere Lösungen gefunden werden." Im weiteren Verlauf der Rede untermauert der Ministerpräsident, was er meint: Man solle "die Gebühreneinnahmen ins Gesamtmediensystem reinprojizieren", um Vielfalt sicherzustellen. Das klingt ganz und gar nicht nach dem, was uns Metke weißmachen will. Recht plump rudert die Staatskanzlei zurück. Kein Wunder, dass ein angefragtes Interview von MediaLABcom mit dem Ministerpräsidenten zu diesem Thema nicht zustande kommt. Er stehe nicht zur Verfügung, heißt es lapidar in Metkes Antwort.

Rückzieher vom Rückzieher?

Eine bittere Pille für den BLTV und die privaten Regional-/Lokalsender. In Haseloff hatten sie endlich jemanden gefunden, der sich ihrer prekären wirtschaftlichen Situation annimmt und die Diskussion anschiebt. Das Ziel eines starken Lokalfernsehens in ganz Deutschland stehe laut Haseloff "ganz oben auf meiner Agenda" – jedoch nicht bei seiner Staatskanzlei, die nicht das gehört haben will, was ihr Ministerpräsident gesagt hat. Ob die Kanzlei nun den Rückzieher vom Rückzieher machen oder Haseloff sich irgendwie aus der Sache herauslavieren wird, ist eng mit der Antwort auf die Frage verbunden: Wer ist hier der Boss?

Die Versorgung der Wohnungswirtschaft mit Fernseh- und Hörfunkprogrammen war lange Zeit die Domäne der Kabelnetzbetreiber. Im Zuge der fortschreitenden Konvergenz der Medien und Infrastrukturen treten hier jedoch zunehmend auch klassische Telekommunikationsunternehmen auf den Plan, allen voran die Deutsche Telekom. Mit dem Aufkommen entsprechender Multiple-Play-Angebote stehen Kabelnetzbetreiber und ihre Konkurrenten von außerhalb des Kabelsektors daher nunmehr auf denselben Märkten im unmittelbaren Wettbewerb.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, inwieweit rechtliche Bedenken gegen die weit verbreitete Praxis bestehen könnten, dass die Wohnungswirtschaft den Kabelnetzbetreibern die Versorgung ihrer Liegenschaften im Regelfall nur auf der Grundlage umfangreicher Vereinbarungen gestattet, die zahlreiche Verpflichtungen des jeweiligen Gestattungsnehmers – unter anderem auch zur Entrichtung von Gestattungsentgelten – beinhalten, während die Deutsche Telekom die Gebäude meist ohne jede Gegenleistung nutzen und versorgen darf.

Telekommunikationsrechtlicher Duldungsanspruch?

Möglicherweise sieht sich die Wohnungswirtschaft dazu verpflichtet, der Deutschen Telekom entsprechenden Zugang zu gewähren. Fraglich wäre indes die einschlägige Rechtsgrundlage. Hier käme allenfalls der durch die TKG-Novelle 2012 erweiterte telekommunikationsrechtliche Duldungsanspruch in Betracht. Danach kann der Eigentümer eines Grundstücks die Errichtung, den Betrieb und die Erneuerung von Telekommunikationslinien auf seinem Grundstück sowie den Anschluss der auf dem Grundstück befindlichen Gebäude an öffentliche Telekommunikationsnetze der nächsten Generation insoweit nicht verbieten, als das Grundstück einschließlich der Gebäude durch die Benutzung nicht unzumutbar beeinträchtigt wird.

Dieser Nutzungsanspruch schränkt die Ausschließungsrechte des Grundstückseigentümers ein, um der vom Grundgesetz gewährleisteten Betätigungsfreiheit privater Telekommunikationsanbieter zur Durchsetzung zu verhelfen und auf diese Weise im Bereich der Telekommunikation flächendeckend angemessene und ausreichende Dienstleistungen zu gewährleisten. Nach der Rechtsprechung handelt es sich hierbei verfassungsrechtlich um eine Inhalts- und Schrankenbestimmung des Eigentums, die durch einen entsprechenden Gemeinwohlbelang gerechtfertigt ist.

Gestattungen noch erforderlich?

Sollte der Umstand, dass die Wohnungswirtschaft die Versorgung der Mieter in ihren Liegenschaften durch die Deutsche Telekom duldet, also in der Auffassung begründet liegen, dass von diesem gesetzlich begründeten Anspruch auch die uneingeschränkte Nutzung von Gebäuden zu diesem Zweck umfasst ist, würde dies unmittelbar die weitergehende Frage aufwerfen, warum sich Kabelnetzbetreiber nicht ebenfalls hierauf berufen können und ob Gestattungen seitens der Hauseigentümer auf vertraglicher Basis dann überhaupt noch erforderlich sind.

Wenn eine solche Rechtsauffassung nicht Grundlage für die entsprechende Duldung sein sollte, wäre dagegen zu fragen, warum die Wohnungswirtschaft von der Deutschen Telekom nicht ebenso regelmäßig wie von den mit letzterer im Wettbewerb stehenden Kabelnetzbetreibern den Abschluss von marktüblichen Gestattungsverträgen verlangt, um ihre Liegenschaften nutzen und mit Medien- und Breitbanddiensten versorgen zu dürfen.

Ungleichbehandlung von Telekom und Kabelnetzbetreibern

Dass hierfür kein Grund ersichtlich ist, bestätigt ein Blick in die Vergangenheit. So vereinbarten der GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen und die Deutsche Telekom im Jahre 2007 in einem Eckpunktepapier eine Kooperation im Bereich der Versorgung von Gebäuden der Mitgliedsunternehmen der Regionalverbände des GdW mit Telekommunikationsdiensten wie Fernsehen, Internet und Telefonie, dessen Bestandteile ein Mustervermarktungsvertrag und ein Mustergestattungsvertrag waren. In diesem Zusammenhang war vorgesehen, dass die Deutsche Telekom als Gegenleistung entsprechende Vermarktungsprovisionen an die Wohnungswirtschaft zu entrichten hat.

Wie die Praxis in der Folge zeigte, wurden jedoch nur wenige solcher Verträge tatsächlich geschlossen, so dass dieser vom Grundsatz her begrüßenswerte Versuch der Wohnungswirtschaft, Deutsche Telekom und Kabelnetzbetreiber gleich zu behandeln, weitgehend scheiterte und schließlich aufgegeben wurde. Stattdessen wird die Nutzung der Liegenschaften und Leitungen durch die Deutsche Telekom nach wie vor vielfach stillschweigend geduldet, was nichts anderes bedeutet, als dass ihr insoweit faktisch ein

unentgeltliches und unbefristetes Nutzungsrecht eingeräumt wird. Dies erscheint umso bedenklicher, als die Wohnungswirtschaft selbst die Auffassung vertritt, dass das in Gebäuden verlegte Telefonnetz als deren wesentlicher Bestandteil regelmäßig im Eigentum des jeweiligen Gebäudeeigentümers stehe.

Kartellrechtliche Bedenken

Eine derart widersprüchliche Verhaltensweise stellt sich gleich in mehrfacher Hinsicht als kartellrechtlich problematisch dar. So ist sie geeignet, Wettbewerbsverzerrungen zu Gunsten eines marktbeherrschenden Unternehmens im Telekommunikationssektor und zu Lasten gerade der kleinen und mittelständischen Kabelnetzbetreiber nach sich zu ziehen. Was die öffentliche Wohnungswirtschaft betrifft, erscheint eine solche Duldung zugunsten der Deutschen Telekom auch vergaberechtlich fragwürdig, da hierin ein Verstoß gegen die für derartige Konzessionen geltende Ausschreibungspflicht zu sehen ist. Spätestens mit der Umsetzung der Konzessionsrichtlinie in nationales Recht im kommenden Jahr dürfte diesem Aspekt besondere Aufmerksamkeit zuteilwerden.

Sollten die Wohnungsunternehmen also weiterhin von der grundsätzlichen Notwendigkeit vertraglicher Gestattungen ausgehen, wären sie gehalten, die kartellrechtswidrige Nutzung ihrer Liegenschaften durch die Deutsche Telekom zu beenden, nicht zuletzt um einem Vorgehen etwa seitens der zuständigen Behörden auf nationaler und europäischer Ebene zuvorzukommen. Unabhängig davon dürfte es gerade auch im eigenen Interesse der Wohnungswirtschaft sein, durch Gleichbehandlung aller Marktteilnehmer zu einem fairen und nachhaltigen Wettbewerb im Telekommunikationssektor beizutragen.

Die Autoren Carl Christian Müller, LL.M. und Sören Rößner, LL.M. sind Rechtsanwälte und Gründer der Sozietät MMR Müller Müller Rößner, Berlin, die unter anderem auf das Telekommunikationsrecht, das Urheber- und Medienrecht sowie das Vergaberecht spezialisiert ist. Sören Rößner fungiert zudem als Justiziar des Fachverbandes für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK).

Nur die naivsten (Wohnungswirtschafts-) Kälber...

... wählen und beschenken ihren Enteigner und Entreicherer selber

Heinz-Peter Labonte

Irgendwie putzig. Die Wohnungswirtschaft besteht weiterhin gegenüber den traditionellen Kupferkoaxialnetzbetreibern auf Gestattungsverträgen. Und es ist absehbar, dass - spätestens nach Ablauf der zur Zeit gültigen Verträge - diese Infrastrukturen u.a. durch die derzeitige Bundes- und sich abzeichnende Politik des EU-Digitalkommissars begünstigt, nichts mehr wert sind, da sie von der Telekom überbaut werden.

Historie

Die derzeitige Praxis wurde in den 80er Jahren des vorigen Jahrhunderts in Westdeutschland eingeführt. Damals hatte der ZVEH, der Zentralverband des deutschen Handwerks, das jahrzehntelange gute Einverständnis zwischen dem FFB, dem Fachverband Fernmeldebau, und der Deutschen Bundespost gesprengt. Die Netzebene 4, die so genannte Inhausverkabelung, wurde durch die diversen Handwerkerklärungen zwischen Deutscher Bundespost und dem ZVEH für den Wettbewerb frei- und das Postmonopol aufgegeben.

Wohnungsgesellschaft duldet Parallelnetz

Die Handwerker und die daraus entstehenden privaten unabhängigen, meist mittelständischen Kabelfirmen benötigten eine Hauseigentümergeklärung, um das Hausnetz auch in deren Häusern auszubauen. Zusätzlich verlangten die Banken zur Sicherheit einen Vertrag der Betreiber mit dem Hauseigentümer, dass dieser den Betrieb der mit dem Haus fest verbundenen Kabelanlage gestattet und damit auch die Finanzierung möglich sei. Keiner dachte 1984 und 1986 daran, dass das Telefonnetz der damaligen Deutschen Bundespost, der heutigen Deutschen Telekom, einmal auch Internet und Breitbanddienste transportieren würde. Das Telefonnetz war eben als Daseinsvorsorge u.a. für die "Röchelanrufe" nötig und sein Aufbau schon zu früheren Jahr(zehnt)en frag- und klaglos gestattet worden. Das parallel aufzubauende Kabelfernsehtnetz, das breitbandige Kupferkoaxialnetz, musste dagegen - aus den genannten Finanzierungsgründen - vom Wohnungseigentümer ausdrücklich gestattet werden.

Einzahnige Wohnungswirtschaft

Inzwischen hat sich über die Empfehlungen des GdW die Praxis herausgebildet, dass die Gestattungsverträge nach Ablauf der Gestattungszeit ins Eigentum des Gestattungsgebers übergehen. Während das Netz der Telekom auch ohne Gestattungsverträge für breitbandige Dienste aufgerüstet wird, verbleibt es selbstverständlich in deren Eigentum. Noch vor wenigen Jahren behauptete der GdW-Justiziar, unterstützt vom immer noch amtierenden Medienspezialisten des GdW, auch die Telekom

werde gezwungen, Gestattungsverträge für ihre Zusatzdienste abzuschließen. Heute heißt es auf Befragen: "Kein Kommentar" oder hinter vorgehaltener Hand "ist leider nicht durchsetzbar". Der GdW zeigt sich zwar nicht als zahnlöser, aber als einzahniger Tiger. Und er bedenkt nicht das Ende. Ist also auch noch kurzfristig.

Wettbewerbsverzerrung

Dadurch sind alle Telekom-Wettbewerber einem Wettbewerbsnachteil ausgesetzt. Zwar kann eine Beschwerde gegen diesen Nachteil nicht gegen die Telekom allein und den Interessenverband GdW erfolgreich sein, jedoch gegen eine Wohnungswirtschaft, die sich über diesen Umstand hinwegsetzt, Erfolg versprechen. Ein gegen die Telekom beim Bieten um einen neuerdings auch von dieser für eine Anmietung des Inhausnetzes der Wohnungswirtschaft unterlegener Anbieter könnte versucht sein, gegen diesen gemeinschaftlichen Wettbewerbsverstoß rechtlich vorzugehen.

So werden Monopole geschaffen

Außerdem könnte es für die betreffende Wohnungswirtschaft ohnehin ein böses Erwachen geben. Sie gestattet der Telekom die Nutzung des hausinternen Kupferkoaxialnetzes gegen eine Miete/Pacht für einen vertraglich definierten Zeitraum. Dabei erhält sie pro Wohneinheit einen hervorragenden monatlichen Mietzins oder Gestattungsgebühr, gleichgültig wie das Entgelt dann auch steuer- oder abgabefreundlich bilanziell tituliert wird.

Gleichzeitig baut die Telekom dann ungestört von irgendeinem Wettbewerber und unter den wohlwollenden Augen des EU-Digitalkommissars Oettinger, der Bundes- und vieler Landesregierungen ihre Zweidrahtnetze mit Fördergeldern aus. Mit dem Zauberwort Vectoring geht es monopolschaffend immer näher an und in die Häuser der Wohnungsgesellschaft. Die Bandbreiten werden in der Vermarktung als konkurrenzlos gepriesen, was in dem geschilderten Einzelfall stimmt, denn die Kupferkoaxialkabel gehören ihr ja ebenfalls auf Zeit.

Sind die Bandbreiten dann im Verlauf des Gestattungsvertrages auf dem Zweidrahtnetz durch die Übergangstechnologie Vectoring erst geschaffen, ist es ein Leichtes, die Kupferkoaxialkunden auf das eigene Vectoring-Netz "umzuschalten". Ist ja alles in einer Hand. Und - siehe oben - das Zweidrahtnetz gehört weiterhin der Telekom.

Versteckspiel hinter Breitbandziel 2018

Und das alles entspricht natürlich dem Vorhaben der Bundesregierung, das flächendeckende Breitbandziel von 50 Mbit/s bis 2018 zu schaffen. Gleichzeitig wird auf dreiste Weise den sachlich höchst qualifizierten Fachpolitikern der Traum von der Schaffung eines nationalen IT-Champions belegt. Aber bekanntlich schaden Monopole ja nur denen, die sie nicht haben. Wenn der Aktienmarkt diese Strategie der Telekom verstanden hat, werden auch die knapp 33 Prozent Bundesanteile an der Telekom rauschende Dividendenfeste feiern. Das Finanzministerium hat dies sicher schon im Blick.

Die Zukunft wird verspielt

Wenn die betreffenden Vorstände der geschilderten Wohnungsgesellschaft das Ergebnis ihrer Vertragspolitik erkennen, sind sie vielleicht ebenso in Rente, wie der ehemalige wortgewaltige Justitiar des GdW. Wenn aber nicht, dann werden sie und ihre Mieter damit leben müssen, dass sie ein ressourcenreiches, kostbares, aber unbenutztes Kupferkoaxialnetz und die Telekom ein Hausmonopol der Versorgungsverträge auf ihrem eigenen Zweidrahtnetz geschaffen hat. Dann hat sie die Kunden und wird erneut mit Fördergeldern in der nächsten Vertragsperiode das eigene Netz in Glasfaser aufrüsten. Ob es dann jedoch für die betreffende Wohnungswirtschaft noch ein Ausweichen auf mittelständische Wettbewerber gibt, denen man die bisherigen Einnahmen neidete, ist fraglich. Aber dafür haben wir ja den nationalen IT-Champion mit europäischen Tentakeln und den europäischen Champion aus Großbritannien mit deutscher Tochter, der dann wahrscheinlich wieder vereinigten KDG und Unitymedia. Ist ja nur ein Duopol.

Fazit

Es ist wirklich putzig, wie die Interessen der Verbraucher an einer zukunftsfähigen Glasfaserinfrastruktur auf dem Altar kurzfristiger, vermeintlicher politischer oder betriebswirtschaftlicher Vorteile geopfert werden. Vectoring als eierlegende Wollmilchsau der Bundesregierung und ihres Digitalministers verspielt die Zukunft. Welcher Finanzier oder Investor sollte bei den geschilderten Praktiken noch für Deutschlands Zukunft eigenes Geld ausgeben - wenn doch Vectoring nur ein cleverer Plan des teilweise der Bundesregierung gehörenden Unternehmens ist, um die langfristige Investition eines mittelständischen unabhängigen regionalen Wettbewerbers mit Unterstützung der Politik zu unterbinden? Und sollte das alles nicht helfen, dann kann man ja immer noch als der von der Bundesnetzagentur mit einem "Geschäftsbesorgungsmandat" bei der Vergabe der für Vectoring vorgesehenen Telekom-

Kabelverzweiger ein bisschen Hase und Igel spielen. Angesichts möglicher Ministerentscheidungspotenziale macht auch der Gedanke an das Bundeskartellamt nur begrenzt optimistisch. Der auf "shareholder value" konzentrierte, rationale Investor wird dann wie die internationalen Kapitalgesellschaften in Telekom- und Vodafone-Aktien investieren.

Neues vom FRK

FRK kooperiert für Breitbandkongress mit Leipziger Messe

Die Leipziger Messe, der Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) und die WMZ Werbe- und Medienzentrum GmbH haben einen Kooperationsvertrag über die Durchführung des 18. Breitbandkongresses des FRK in Leipzig unterzeichnet. Durch die Zusammenarbeit soll der Kongress, der bereits seit 2005 im Congress Center Leipzig (CCL) gastiert, neu ausgerichtet und sein Profil geschärft werden. Der 18. Breitbandkongress des FRK (BBK) findet am 5. und 6. Oktober 2015 statt.

"Themen wie Breitbandkommunikation und digitale Technologien spielen eine wichtige Rolle in unserer modernen vernetzten Welt. Der Kongress des FRK bietet Anbietern und Nutzern in diesem Bereich die ideale Plattform zum persönlichen Austausch und zur Vorstellung von Innovationen", sagt Martin Buhl-Wagner, Geschäftsführer der Leipziger Messe. "Die Zusammenarbeit des FRK mit seiner inhaltlichen Fachkompetenz und der Leipziger Messe mit ihrer Erfahrung und Leistungsstärke bei der Durchführung von Veranstaltungen bilden ein tragfähiges Fundament für den Kongress."

Die Zusammenarbeit ermöglicht eine Neuausrichtung des Kongresses, dessen organisatorischer Aufwand in den vergangenen Jahren stetig gewachsen ist und immer mehr Platz in der vor allem ehrenamtlichen Verbandsarbeit des FRK einnahm. "Durch die Kooperation mit der Leipziger Messe können wir uns als Veranstalter wieder intensiver auf die inhaltliche Konzeption und die Ausgestaltung eines ansprechenden Tagungs- und Messeprogramms konzentrieren", sagt Verbandsvorsitzender Heinz-Peter Labonte. "Diese Neuausrichtung machen wir auch mit der neuen Bezeichnung des Kongresses deutlich. Aus unserem Kabelkongress wird der Breitbandkongress und wir freuen uns, Ausstellern und Besuchern im Herbst ein frisches Konzept mit zahlreichen Neuerungen zu präsentieren."

Auf vier Themenbereiche werden sich der Kongress und die begleitende Ausstellung am 5. und 6. Oktober konzentrieren – Infrastruktur, Endgeräte, Inhalte und Dienstleistungen aus Finanzierung und Recht. So geht es beispielsweise um aktuelle Fragen wie den Einsatz von Glasfaser oder die Kombination verschiedener Technologien für Breitband-Internetzugänge, um die Veränderung der Endgerätenutzung vom stationären Fernseher und linearem TV-Konsum hin zu Mobil-TV, interaktiven Angeboten und Multiscreen. Zudem sollen Fragen nach der Medienkonvergenz im Spannungsfeld zwischen Finanzierung und geltendem Recht im Fokus stehen.

"Die begleitende Ausstellung versammelt Unternehmen aus all diesen Bereichen, darunter beispielsweise Hersteller für Digitalempfänger und Digitalfernseher, Plattformbetreiber, TV-Anbieter, aber auch Banken, Versicherungen und Investoren", sagt Bernd Nitzschner, Geschäftsführer der WMZ GmbH und von Anfang an Mitorganisator des Kongresses. Als Besucher werden Entscheider aus diesen Branchen sowie aus Politik, Wirtschaft und Medien erwartet.

Neues vom BLTV

Sachsen-Anhalts Ministerpräsident spricht sich für Beteiligung des Lokalfernsehens an Einnahmen aus der Rundfunkabgabe aus

Der Ministerpräsident des Landes Sachsen-Anhalt, Reiner Haseloff, hat sich öffentlich für eine Teilhabe der deutschen Lokal- und Regionalfernsehsender an den Einnahmen aus der Rundfunkabgabe ausgesprochen.

"Die Diskussion wird in den nächsten Jahren drauf hinaus laufen, dass wir das, was wir über Gebühren einnehmen, in das Gesamtmediensystem versuchen hinein zu projizieren, damit wir Vielfalt haben, vor allem Regionalität und Örtlichkeit, die sonst kaum noch stattfindet", sagte Haseloff anlässlich der Verleihung des deutschen Regionalfernsehpreises "Regiostar" am 28. März 2015 in Magdeburg.

"Wir müssen generell umdenken, die Medienwelt ist in einem Umbruch", so Haseloff weiter. Jetzt gelte es zu prüfen, was mit den Einnahmen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks geschehe, wie damit die gesamte Medienstruktur stabilisiert werden könne, sagte der CDU-Politiker.

"Wir versuchen das auf jeden Fall zu überbrücken, bis ggf. andere Lösungen gefunden werden", erklärte Haseloff. Dies solle auch über öffentliche Haushalte geschehen. "Wir müssen daher sehen, wie wir nun die Kurve kriegen und ein starkes Lokalfernsehen in ganz Deutschland halten können", teilte Haseloff vor dem Hintergrund der teils prekären Lage zahlreicher Fernsehstationen in Deutschland mit. Eine Reduzierung um die Gattung Lokalfernsehen würde zu einer Verarmung der deutschen Medienlandschaft führen.

Damit unterstreicht der Ministerpräsident eine zentrale Forderung des Bundesverbandes Lokal TV (BLTV). Der Verband fordert die Länder auf, die lokalen Sender rasch an den Überschüssen der Rundfunkabgabe zu beteiligen, da diese Anbieter seit vielen Jahren auf lokaler und regionaler Ebene öffentlich-rechtliche Aufträge erfüllen.

Eine Stärkung des Lokalfernsehens steht nach Angaben Haseloffs nicht nur auf seiner Agenda, sondern sei bereits parteiübergreifend Konsens.

Politik opfert Medienvielfalt der Gier nationaler Sendegruppen

Mit großem Bedauern hat der Bundesverband Lokal TV (BLTV) die Entscheidung der Ministerpräsidentenkonferenz zur Kenntnis genommen, eine Änderung des Rundfunkstaatsvertrages abzuweisen, die eine Verknüpfung von regionaler Werbung mit regionalen Inhalten vorgesehen hatte.

Hierzu erklärt BLTV-Vorstandsmitglied Mike Bielagk: "Faire Konkurrenz belebt das Geschäft. Dagegen haben wir nichts. Wenn allerdings ungleiche Partner in einem ungleichen Wettbewerb aufeinander treffen, dann wird es schwierig. Nach der völlig unverständlichen Entscheidung der gestrigen Ministerpräsidentenkonferenz müssen wir nun das massive Eindringen nationaler TV-Anbieter und deren Vermarkter in einen überschaubaren regionalen Werbemarkt befürchten. Das bedeutet, dass exakt die Werbekunden wie Autohäuser, Brauereien und Möbelhäuser angesprochen werden, die bisher ihre Werbebotschaften bei uns gebucht haben. Diese Kunden sorgen bisher mit ihren Werbebuchungen letztendlich für lokale publizistische Vielfaltsbildung. Die Entscheidung zugunsten der großen Werbevermarkter öffnet nun dem Eindringen der großen Sendergruppen ProSiebenSat.1 und RTL Tür und Tor. Das wird erhebliche Auswirkungen auf sämtliche lokale Medien haben."

Demokratie funktioniert nur, wenn sich die Bürger durch mehrere, auch werbefinanzierte Quellen informieren könnten, so Bielagk weiter. Das werde aber unmöglich, wenn sich der Zuschauer oder Wähler nur noch mittels Monostrukturen eine Meinung bilden könne. Die finanziell ohnehin gebeutelten Sender müssten nun mit massiven Einschnitten rechnen.

Zuvor hatten sich bereits mehrere Programmveranstalter in Bayern gegen das nicht abgestimmte Vorgehen des Vermarkters TV Bayern und der ProSiebenSat.1-Gruppe ausgesprochen und kündigten an, die Zusammenarbeit mit TV Bayern aufzukündigen, sollte es zu einer Kooperation mit der Fernsehgruppe in Unterföhring kommen. Der BLTV unterstützt diese Forderung. Der Verband und die bayerischen Lokal-TV-Sender münchen.tv, münchen 2, RTL München Live, augsburg.tv, allgäu.tv und Regio TV Schwaben wenden sich vehement gegen eine Zusammenarbeit von TV Bayern und ProSiebenSat.1 bei der Vermarktung von regionalen TV-Werbezeiten.

Veranstaltungshinweise

Dr. Jörn Krieger

FRK-Breitbandkongress zeigt Chancen für Mittelstand

Freund oder Feind? Over-the-Top-TV-Anbieter (OTT) wie maxdome oder Netflix nutzen die mit großem finanziellen Aufwand für Highspeed-Internet ausgebauten Kabelnetze für Geschäfte, die sie direkt mit den Kabelkunden machen. Der Kabelnetzbetreiber geht leer aus.

Die OTT-Anbieter argumentieren, sie würden mit ihren attraktiven Inhalten die Nachfrage nach schnellen Internetzugängen ankurbeln, während sich die Netzbetreiber fragen, weshalb sie ihre Infrastruktur den Trittbrettfahrern kostenfrei zur Verfügung stellen sollen. Die ersten Plattformbetreiber setzen auf Kooperationen mit den Eindringlingen, etwa die Deutsche Telekom und Vodafone mit Netflix oder Unitymedia mit maxdome.

Wie sollen sich unabhängige mittelständische Kabelnetzbetreiber in dieser Phase der Weichenstellungen verhalten? Welche Möglichkeiten gibt es, vom Boom des Abruf-Fernsehens zu profitieren? Wie lässt sich die Zukunft lokaler und regionaler TV-Sender in der digitalen Welt sichern?

Antworten auf diese und weitere Fragen gibt der 18. FRK-Breitbandkongress (ehemals Kabelkongress) am 5. und 6. Oktober 2015 in Leipzig.

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

Wachstumsrakete Breitband - Warum boosten die Kabler?

Die aktuelle Marktsituation und die Zukunftsperspektiven der Kabelnetzbetreiber stehen im Mittelpunkt der Abendveranstaltung "Wachstumsrakete Breitband - Warum boosten die Kabler?", die der Telecommunications Executive Circle am 20. Mai 2015 in Frankfurt am Main veranstaltet.

Welche Stellung streben die Kabelnetzbetreiber im Markt an, was macht sie erfolgreich? Wie werden die Kabelnetzbetreiber die zukünftige Marktentwicklung beeinflussen? Welche Produkte, Preise und

Servicelevel sind in Zukunft zu erwarten? Existiert ein typisches Zielsegment für Kabelnetzbetreiber? Werden Telekommunikationsgesellschaften und Kabelnetzbetreiber stärker kooperieren - oder wird sich der Wettbewerb verschärfen?

Über diese und weitere Fragen diskutieren Dirk Brameier (EWE TEL), Thomas Braun (BTV Braun Telecom), Uwe Nickl (Pepcom) und Jens Prautzsch (M-Net).

Infos & Anmeldung: <http://www.tec-deutschland.de>

Medienversammlung: Gleiches Netz für alle?

Netzneutralität betrifft uns alle. Es geht vor allem darum, wie sich das Internet in Zukunft entwickelt. Werden alle Inhalte im Netz gleich behandelt? Werden wir ausreichend schnelle Internetverbindungen haben und Inhalte im Netz ohne Einschränkungen und in guter Qualität abrufen können? Netzneutralität bedeutet aber auch, jedem Bürger durch uneingeschränkten Zugang zu Informationen die bestmögliche politische Teilhabe zu ermöglichen.

Diesem zukunftsweisenden Thema widmet die nordrhein-westfälische Landesanstalt für Medien (LfM) ihre Medienversammlung am 22. Juni 2015 in Köln. Unter anderem wird Obama-Beraterin Barbara van Schewick die aktuellen Entwicklungen in Amerika und Europa beleuchten und die Konsequenzen für Politik und Bürger aufzeigen. Zu den weiteren Referenten und Diskussionsteilnehmern zählen Experten aus Wissenschaft, Politik, Verbraucherschutz, Verbänden und Wirtschaft.

Infos: <http://www.lfm-nrw.de/medienversammlung>

Tagung beleuchtet Programmführer

Die Auffindbarkeit von Medieninhalten und der zunehmende Einsatz von Empfehlungsmechanismen für TV- und Video-Angebote sind aufgrund der dynamischen technischen Entwicklung weiterhin von hoher Aktualität.

Die Landesmedienanstalten, die Deutsche TV-Plattform und der Privatsenderverband VPRT informieren am 25. Juni 2015 in Berlin im Rahmen ihrer gemeinsamen Tagung "Suchen - Finden - Navigieren" über die aktuellen Entwicklungen in einer Live-Vorführung.

Auf der Veranstaltung werden außerdem aktuelle Marktzahlen vorgestellt, die Herausforderungen für Inhalte-Anbieter, Plattformbetreiber und Gerätehersteller beleuchtet und die Frage nach Regulierungsbedarf diskutiert.

Infos & Anmeldung: <http://www.die-medienanstalten.de/navigationstagung>

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Bundesnetzagentur läutet 700-MHz-Versteigerung ein

Die Bundesnetzagentur startet am 27. Mai 2015 die Versteigerung der Frequenzen im 700-MHz-Bereich, mit denen vor allem auf dem Land ein schneller Internetzugang per Mobilfunknetz ermöglicht werden soll. Drei Unternehmen wurden zur Teilnahme an der [Auktion](#) zugelassen: Telefónica Germany, Telekom Deutschland und Vodafone.

Deutschland ist das erste Land in Europa, das die 700-MHz-Frequenzen für mobiles Breitband zur Verfügung stellt. Die Kapazitäten werden im Zuge der Umstellung des digitalen terrestrischen Fernsehens von DVB-T auf den effizienteren Nachfolgestandard DVB-T2 frei. Der Umstieg startet im Frühjahr 2016. Ab April 2017 sollen die 700-MHz-Frequenzen schrittweise für die Nutzung durch den Mobilfunk freigegeben werden.

Kartellamt genehmigt DVB-T2-Verschlüsselung

Das Bundeskartellamt sieht die Pläne der Sendernetzbetreibers Media Broadcast, im Zuge der Umstellung des digitalen terrestrischen Fernsehens vom Verbreitungsverfahren DVB-T auf das Nachfolgesystem DVB-T2 eine kostenpflichtige Programmplattform für Privatsender einzurichten, nicht als wettbewerbsbeschränkend an.

"Die Geschäftsbeziehung zwischen einem solchen Plattformbetreiber und Sendergruppen müssen kartellrechtskonform ausgestaltet werden. Media Broadcast hat in getrennten Verhandlungen mit den Privatsendern individuelle Verträge für die entgeltliche Ausstrahlung der Programme abgeschlossen. Insoweit liegt kein wettbewerbsbeschränkendes Verhalten vor", sagte Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamts, in Bonn.

Auf der DVB-T2-Plattform, für deren Betrieb Media Broadcast den Zuschlag der Landesmedienanstalten erhalten hat, sollen HD-Programme der beiden großen privaten TV-Gruppen RTL und ProSiebenSat.1

sowie weitere Privatsender in herkömmlicher (SD) und hoher Bildauflösung (HD) verschlüsselt und gegen Entgelt verbreitet werden. Die öffentlich-rechtlichen Programme werden hingegen weiterhin unverschlüsselt und kostenfrei zu sehen sein.

Die Errichtung einer kostenpflichtigen Programmplattform sei eine autonome unternehmerische Entscheidung von Media Broadcast, erklärte das Kartellamt. Dabei haben die beteiligten Sender nach den Erkenntnissen der Behörde jeweils selbstständig und unabhängig voneinander festgelegt, ob und zu welchen Konditionen sie ihre jeweiligen Programme Media Broadcast zur Übertragung zur Verfügung stellen.

Das Kartellamt beurteilt den Fall damit anders als die Auseinandersetzung um die Verschlüsselung der SD-Programme via Kabel, Satellit und IPTV, bei der die Behörde Ende 2012 wegen wettbewerbswidriger Absprachen ein Bußgeld von insgesamt rund 55 Millionen Euro gegen RTL und ProSiebenSat.1 verhängt hat.

HD+ plant Ultra-HD-Angebot

HD+, die Satellitenplattform für HD-Sender auf Astra (19,2° Ost), will den Zuschauern einen Einblick in die nächste Generation des hochauflösenden Fernsehens geben. Vor Jahresende will die Tochter des Astra-Satellitenbetreibers SES einen Vorführkanal in Ultra HD (4K) starten.

Der Vorstoß diene als Wegbereiter, um den Zuschauern die Faszination des neuen Bildformats zu vermitteln und Appetit zu wecken, erklärte HD+ auf dem HD+ Forum in München. Das Angebot soll den Ultra-HD-Vorführkanal von Astra für den Fachhandel ergänzen und über einen klassischen Demokanal hinausreichen, etwa mittels von den Zuschauern erstellten Ultra-HD-Inhalten.

Der Startschuss soll spätestens am 1. Dezember 2015 fallen - rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft.

Thüringer Lokal-TV-Senderlandschaft und -Programmleistung stabil

Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben sich die Senderlandschaft und die Programmleistung des lokalen Fernsehens in Thüringen in den vergangenen Jahren stabilisiert. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Programmanalyse der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM). Im Vergleich zu 2010 konnten die bestehenden Sender ihr Sendevolumen und die Informationsleistung halten oder sogar noch leicht ausbauen. Im Kern bestehen die Programme meist aus eigen-, auftrags- oder koproduzierten Informationssendungen, die in Form von tages- und wochenaktuellen Magazinen ausgestrahlt werden.

Die vier reichweitenstärksten Anbieter (Salve.TV, Jena TV, Südthüringer Regionalfernsehen und Rennsteig TV) heben sich im Sendevolumen und der Informationsleistung deutlich von den kleineren Sendern ab. Alle vier bemühen sich um eine vielfältige, aktuelle und regelmäßige Berichterstattung aus ihren Sendegebieten. In ihren Informationssendungen decken sie ein breites Themenspektrum ab und setzen vorrangig auf Berichte, Reportagen und Interviews. Darüber hinaus weisen sie in ihren Profilen, Konzepten und Strukturen jedoch durchaus große Unterschiede auf.

Bei den kleineren Sendern verfolgen tv.altenburg und Kabel Plus mit etwa einer Stunde originärem redaktionellen Programm pro Woche und einer konsequenten Ausrichtung auf wochenaktuelle Informationssendungen eine ähnliche Konzeption. Der Saale-Info-Kanal verzichtet dagegen auf ein regelmäßiges Informationsmagazin und setzt ganz auf ausgewählte monothematische Einzelsendungen. Die ganz kleinen Sender mit einer Reichweite von weniger als 5.000 Haushalten unterscheiden sich in Konzeption, Struktur und Zielsetzung grundlegend von den größeren Programmen. Sie lassen sich mit den großen Sendern nicht direkt vergleichen, sind aber dennoch ein fester Bestandteil der Thüringer Lokalfernsehlandschaft.

Im Interesse der Wirtschaftlichkeit wurden in Thüringen seit 2010 mehrere Sendegebiete vergrößert beziehungsweise zusammengelegt. In den meisten Verbreitungsgebieten ist es damit gelungen, die bestehenden Sender zu stabilisieren oder andere lokale Programme aus der Region zuzuführen, die das Gebiet inhaltlich mit versorgen. Zum Zeitpunkt der Untersuchung im Frühjahr 2014 waren zehn Veranstalter zugelassen und neun auf Sendung.

Die Untersuchung bietet bereits zum fünften Mal seit 1999 einen Überblick über die Programmangebote und -strukturen der lokalen Fernsehsender in Thüringen. Neben dem Umfang und der Struktur der Programme wurden auch das Spektrum der behandelten Themen, die Akteure und Lokalbezüge der Berichterstattung sowie der Umfang der Werbung untersucht. Der Untersuchungszeitraum umfasste vier Wochen im März und April 2014.

Die vollständige Präsentation sowie die Profile der Thüringer Lokal-TV-Sender sind auf der [TLM-Webseite](#) abrufbar.

LMK beleuchtet HD-Perspektiven für Offene Kanäle

Die rheinland-pfälzische Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) hat im Rahmen der Zukunftsinitiative "Bürgermedien 3.0" eine Machbarkeitsstudie zur HD-Kabelverbreitung Offener Kanäle in Rheinland-Pfalz vorgelegt. Im Mittelpunkt der von der Bayerischen Medientechnik (bmt) durchgeführten Studie standen Fragen nach der technischen und wirtschaftlichen Umsetzung einer künftigen Verbreitung der Offenen Kanäle in HD-Qualität.

Die Studie gibt eine Marktübersicht aktueller Geräte zur HD-Aufbereitung und Übertragung der Sendesignale und vergleicht unterschiedliche Netzstrukturen sowohl technisch als auch hinsichtlich der zu erwartenden Kosten. Als Ergebnis zeigt die Studie, dass eine Netzstruktur, bei der die Geräte zur Signalaufbereitung aller zehn Offenen Kanäle gemeinsam in einem Servicecenter untergebracht werden, günstiger sein kann und eine höhere Betriebssicherheit verspricht.

Die Studie dient der LMK dazu, künftig gemeinsam mit den Offenen Kanälen ein technisches Konzept auszuarbeiten, das den Anforderungen der Sender möglichst gut entspricht und wirtschaftlich darstellbar ist. Damit wäre die Basis für eine künftige Entscheidung der LMK zur Umsetzung der HD-Verbreitung der Offenen Kanäle geschaffen.

Zum Hintergrund: Die Offenen Kanäle in Rheinland-Pfalz werden seit Juni 2012 in herkömmlicher Bildauflösung (SD) digital in den Kabelnetzen des Landes verbreitet. Die von Bürgern für Bürger produzierten Inhalte sollen den Zuschauern zukünftig auch in HD-Qualität zur Verfügung gestellt werden. In einem ersten Schritt wurde dazu in den vergangenen Jahren Zug um Zug die Produktionstechnik umgerüstet. In einem zweiten Schritt soll in den kommenden Jahren der Umstieg auch bei der Verbreitungstechnik erfolgen.

Links zur Studie

Präsentationsfolien: http://www.lmk-online.de/fileadmin/webdateien/PDF/Praesentationsfolien_HD.pdf

Management-Summary: http://www.lmk-online.de/fileadmin/webdateien/PDF/Management_Summary.pdf

Sky steigert Abo-Zahlen

Der Pay-TV-Veranstalter Sky hat in den ersten drei Monaten des Jahres 103.000 neue Kunden gewonnen und zählt damit insgesamt 4,23 Millionen Abonnenten. Im gleichen Zeitraum des Vorjahrs waren lediglich 64.000 neue Kunden dazu gekommen.

Der Umsatz stieg um 35 Millionen auf 455 Millionen Euro. Hauptwachstumstreiber waren die Einnahmen aus Abonnements, die um neun Prozent auf 419 Millionen Euro zugenommen haben. Das operative Ergebnis (EBITDA) stieg um 31 Millionen auf 22 Millionen Euro und lag damit wieder im schwarzen Bereich.

Die Gesamtkosten ohne Abschreibungen stiegen aufgrund höherer Aufwendungen für die Bundesliga und das Programm um ein Prozent auf 433 Millionen Euro. Zum Nettoergebnis machte Sky keine Angaben. 2014 war in den ersten drei Monaten ein Verlust von 53 Millionen Euro angefallen.

"Das Nettoergebnis veröffentlichen wir aufgrund der für uns inzwischen geltenden erleichterten Berichtspflichten nicht mehr einzeln", sagte ein Sky-Sprecher gegenüber MediaLABcom.

Sky-Chef Brian Sullivan tritt zurück

Brian Sullivan, Vorstandsvorsitzender von Sky Deutschland, tritt überraschend zurück. Der Amerikaner werde den Posten zum 24. Juni 2015 abgeben, um in sein Heimatland zurückzukehren, teilte der Pay-TV-Anbieter in München mit.

Der Sky-Aufsichtsrat hat Carsten Schmidt, derzeit Mitglied des Vorstands für die Bereiche Sport, Werbezeitenvermarktung und Internet, zu seinem Nachfolger bestellt. Schmidt, der mit sofortiger Wirkung zum stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden ernannt wurde, soll in den nächsten Monaten eng mit Sullivan zusammenarbeiten, bevor er dessen Funktion übernimmt.

Schmidt arbeitet seit 1999 bei Sky, seit 2006 ist er Mitglied des Vorstands. Sullivan, der seit 1. April 2010 an der Spitze von Sky steht, hatte erst im Juli 2014 seinen Vorstandsvertrag um zwei Jahre bis Ende 2016 verlängert.

Georg Kofler kehrt in Medienbranche zurück

Georg Kofler, Ex-Chef von ProSieben und Premiere (heute Sky), will zusammen mit der Berliner TV-Produktionsgesellschaft Def Media eine Vermarktungsplattform für YouTube-Stars gründen. Ein Sprecher Koflers bestätigte dem "[Handelsblatt](#)", dass eine entsprechende Unternehmensgruppe im Aufbau sei.

Hinter [Def Media](#) stehen die Medienmacher Jörg Hoppe und Christoph Post, die 1991 die

Produktionsfirma MME Me, Myself & Eye ("Bravo TV", "Bauer sucht Frau", "The Dome") gründeten, die heute zum britischen Konzern All3Media gehört.

Die Planungen stecken dem Bericht zufolge noch in einem sehr frühen Stadium. Ein Starttermin sei noch nicht bekannt. Begleitet werden soll das Projekt von einer Zeitschrift, in der sich alles um YouTube-Stars drehen soll.

Kofler zog sich 2007 von Premiere zurück und stieg in die Energiebranche ein. 2008 gründete der gebürtige Südtiroler das Unternehmen [Kofler Energies](#), bei dem er heute Vorsitzender des Aufsichtsrats ist.

HL komm erweitert Geschäftsführung

Jürgen Mattfeldt und Uwe Nickl sind zum 1. April 2015 in die Geschäftsführung von HL komm gewechselt. Sie leiten die Telekommunikationsgesellschaft jetzt gemeinsam mit Gregor Türpe, der seit 2014 Geschäftsführer ist.

Mattfeldt war zuvor langjähriger Geschäftsführer von Plusnet, der Infrastrukturgesellschaft der QSC AG. Nickl ist CEO der HL komm-Muttergesellschaft Pepcom. Der bisherige Geschäftsführer der HL komm, Matthias Theisen, geht zu Pepcom und übernimmt dort die Leitung des Infrastrukturgeschäfts. Sein bisheriger Mitgeschäftsführer Werner Rapp hat das Unternehmen verlassen.

Durch die Umstrukturierung der Geschäftsführung soll HL komm stärker in den strategischen Kernsegmenten wachsen. Dazu zählen das Firmenkundengeschäft im Bereich Glasfaserinfrastruktur, Telekommunikations- und IT-Services sowie die Bereitstellung von TV, Internet und B2B-Dienstleistungen für die Wohnungswirtschaft.

Für 2015 plant HL komm, zwölf Millionen Euro in den weiteren strategischen Ausbau der Glasfaserinfrastruktur zu investieren.

PrimaCom plant weitere Übernahmen

Der viertgrößte deutsche Kabelnetzbetreiber PrimaCom will nach dem Zukauf von DTK Deutsche Telekabel im vergangenen Jahr sein Wachstum durch weitere Übernahmen vorantreiben.

"Wir prüfen Möglichkeiten für Zukäufe, denn wir wollen bei der laufenden Konsolidierung des regionalen Kabelnetzsektors in Deutschland weiterhin vorne mitspielen", sagte PrimaCom-Geschäftsführer Joachim Grendel bei der Präsentation der Jahresbilanz 2014 in Leipzig.

Den Umsatz steigerte PrimaCom im vergangenen Jahr um 37,2 Prozent auf 131,6 Millionen Euro (2013: 95,9 Millionen Euro). Das Ergebnis vor Steuern kletterte um 55,3 Prozent auf 55,2 Millionen Euro. Besonders stark wuchsen die Erlöse durch digitale Angebote (HDTV, Internet, Telefonie), die um 33,5 Prozent zulegten.

RiC TV verzichtet auf DVB-T

Der Kinderkanal RiC TV wird nun doch nicht auf digitalen terrestrischen Frequenzen (DVB-T) in Dresden und Chemnitz zu empfangen sein. Die Betreibergesellschaft Your Family Entertainment (YFE) hat die entsprechenden Lizenzen an die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) zurückgegeben.

Grund seien die in Relation zur technischen und tatsächlichen DVB-T-Reichweite hohen monatlichen Verbreitungskosten, die im Vorfeld nicht kommuniziert worden seien, erklärte der YFE-Vorstandsvorsitzende Dr. Stefan Piëch gegenüber MediaLABcom. Diese Kosten, die der DVB-T-Netzbetreiber verlange, seien von privaten Sendern wie RiC TV leider nicht finanzierbar. "Das kann sich nie rechnen", sagte Piëch.

YFE werde RiC TV daher stärker auf die Bereiche Mobile TV, Apps und Streaming ausrichten. "Zudem werden wir eine alternative IP-gestützte DVB-T-Lösung wählen, die aber leider nicht in Sachsen angeboten wird", kündigte Piëch an.

Die SLM hatte YFE im Mai und September 2014 die Zulassungen zur DVB-T-Verbreitung von RiC TV erteilt. Der werbefinanzierte Free-TV-Sender ist unverschlüsselt via Astra (19,2° Ost), in einigen Kabelnetzen, auf den Internet-TV-Plattformen Zattoo und Magine TV, bei Vodafone Mobile TV sowie als Livestream auf seiner [Webseite](#) zu empfangen. Mit den DVB-T-Lizenzen wäre das Programm erstmals terrestrisch ausgestrahlt worden.

Bayerns Lokal-TV startet bei Entertain

14 der 16 bayerischen Lokal-TV-Sender sind ab sofort über die IPTV-Plattform Entertain der Deutschen Telekom zu empfangen. Regio TV Schwaben und intv folgen zu einem späteren Zeitpunkt.

Franken Fernsehen, münchen.tv und a.tv, die schon bisher eingespeist wurden, erhalten einen neuen Platz im elektronischen Programmführer (EPG) von Entertain. Für das Lokal-TV-Angebot richtet Entertain einen eigenen EPG-Bereich ab Kanalnummer 2000 ein.

Mit der Einspeisung der bayerischen Lokal-TV-Sender startet Entertain gleichzeitig ein neues Lokal-TV-Portal auf dem EPG-Platz 20. Von dort aus können die Kunden über eine Bundesländer-Auswahl zu ihrem Lokal-TV-Programm navigieren. Bayern ist das erste Bundesland, dessen Lokal-TV-Sender nahezu komplett bei Entertain verbreitet werden und damit den 2,5 Millionen Kunden zugänglich gemacht werden.

"IPTV ist mittlerweile auch in Deutschland ein wichtiger Verbreitungsweg für Fernsehprogramme", sagte Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. "Die Einspeisung bei Entertain bedeutet eine weitere Verbesserung der technischen Reichweite der bayerischen Lokalprogramme, die damit in nahezu allen Fernsehhaushalten in Bayern empfangen werden können. Das ist eine Grundvoraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg."

Die EPG-Plätze im Überblick: 2025 a.tv augsburg, 2026 allgäu.tv, 2027 Donau TV, 2028 Franken Fernsehen, 2029 intv (Platzhalter), 2030 Isar TV, 2031 main.tv, 2032 münchen.tv, 2033 Oberpfalz TV, 2034 Regionalfernsehen Oberbayern (RFO), 2035 Tele Regional Passau 1 (TRP1), 2036 TV Oberfranken, 2037 TV touring Schweinfurt, 2038 TV touring Würzburg und 2039 TVA Ostbayern.

ProSiebenSat.1 schaltet regionale Werbung im Kabelnetz

Die TV-Gruppe ProSiebenSat.1 kann ab sofort regionale Werbespots in ihren Sendern Sat.1 und ProSieben in den Kabelnetzen von Unitymedia in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg ausstrahlen; kabel eins soll in Kürze folgen. ProSiebenSat.1 schloss dazu eine Distributionspartnerschaft mit dem Kabelnetzbetreiber.

In Nordrhein-Westfalen macht eine Versicherung als erster Kunde von der neuen Möglichkeit Gebrauch, in Hessen das Einrichtungshaus Hebeisen und in Baden-Württemberg und Hessen das Garten- und Pflanzenversandhaus Pötschke.

In Bayern bietet ProSiebenSat.1 seit kurzem regionale Werbespots in Zusammenarbeit mit dem Vermarkter TV Bayern im Kabelnetz von Kabel Deutschland an. Das Bundesverwaltungsgericht hatte im Dezember 2014 den Weg für regionale Werbung im bundesweiten Privatfernsehen freigemacht.

The QYOU startet in Deutschland

Der US-amerikanische Pay-TV-Kanal The QYOU ist ab sofort auch in Deutschland zu empfangen. Gesendet wird in herkömmlicher (SD) und in hoher Bildqualität (HD) auf der IPTV-Plattform Entertain der Deutschen Telekom.

Bei [The QYOU](#) präsentieren Moderatoren ausgewählte Webvideos von Portalen wie YouTube, etwa Stunts, Comedy, Musik, Dance oder Kurzfilme. Tagsüber richtet sich die "Q-Zone" an junge Zuschauer, abends ist bei "Q-Prime" Familienprogramm angesagt.

Der im Oktober 2014 gestartete Sender zeigt im Durchschnitt 16 Videos pro Stunde - werbefrei. Die SD-Version ist für alle Entertain-Kunden frei empfangbar, für die HD-Version ist das "HD Start"-Paket Voraussetzung.

Deutsches Wetter Fernsehen wird wetter.com TV

Das Deutsche Wetter Fernsehen hat sich in wetter.com TV umbenannt. Mit dem Schritt soll die im Online- und Mobile-Bereich etablierte Marke wetter.com ins Fernsehen verlängert werden. Gleichzeitig erneuert der Pay-TV-Sender sein Erscheinungsbild.

Neu im Moderatoren-Team ist Tarik El-Kabbani. Der Diplom-Geograf mit Schwerpunkt Meteorologie und Geologie arbeitete bereits in der Wetterredaktion des Hessischen Rundfunks und für den privaten Wetterdienst Meteos. Außerdem war der 38-Jährige sechs Jahre lang als Meteorologe und Moderator für die Wetterredaktion und die Hauptredaktion "Aktuelles" des ZDF tätig.

Der [Wetterkanal](#), der zur TV-Gruppe ProSiebenSat.1 gehört, ist in zahlreichen Kabelnetzen zu empfangen, darunter Unitymedia, Tele Columbus, PrimaCom, KabelKiosk und KMS.

Deutsches Musik Fernsehen startet bei Unitymedia

Das Deutsche Musik Fernsehen ist ab sofort im Kabelnetz von Unitymedia in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg zu empfangen.

Der Musikkanal für die Liebhaber von Schlagern und Volksmusik sendet damit deutschlandweit digital im Kabelnetz. Bei Kabel Deutschland ist das Deutsche Musik Fernsehen bereits seit eineinhalb Jahren vertreten.

"Endlich sind wir überall zu empfangen! Die Zuschauer werden sich freuen - vor allem die aus der Schlagerhochburg NRW, die so viele Anfragen geschickt haben", sagte Programmdirektor Michael Jaufmann in Berlin.

Neue analoge Kabelbelegung in Bremen

Die analoge TV-Belegung im Kabelnetz von Kabel Deutschland in Bremen und Bremerhaven hat sich geändert. Auf Kanal 22 starteten zwei neue Programme: Das Deutsche Musik Fernsehen, der Musikkanal für die Fans von Schlagern und Volksmusik, sendet von 6 bis 18 Uhr. Der christliche Familienkanal Bibel TV belegt den Programmplatz von 20 bis 6 Uhr. In der Zeit zwischen 18 und 20 Uhr sendet dort wie gewohnt das NDR Fernsehen sein Regionalprogramm für Niedersachsen.

Der US-Nachrichtenkanal CNN International wird nicht mehr analog verbreitet, ist aber digital weiterhin ganztägig zu empfangen.

Eine weitere Änderung gibt es auf dem Kanal 23. Hier hat das Familienprogramm Disney Channel seine Sendezeit auf 10 bis 22 Uhr ausgeweitet. Der britische Nachrichtenkanal BBC World ist auf diesem Kanal in der Zeit von 22 bis 10 Uhr zu sehen.

Die Änderungen betreffen auch die Kabelnetze von Langen, Lemwerder, Loxstedt, Ritterhude, Schwanewede und Teilen von Schiffdorf.

Neue HD-Sender bei Tele Columbus

Tele Columbus hat drei weitere HD-Programme in sein Kabelnetz aufgenommen: Die Neuzugänge Disney Channel HD, MTV HD und ProSieben Maxx HD sind für mehr als eine Million Haushalte über den Kabelanschluss HD oder das Paket Plus zu empfangen. Insgesamt bietet Tele Columbus damit 43 HD-Sender an.

Kunden, die einen HD-Receiver von Tele Columbus verwenden, finden die zusätzlichen Sender automatisch in ihrer Programmliste. Für Zuschauer mit einem CI+ Modul ist gegebenenfalls ein Sendersuchlauf an ihrem HD-Empfangsgerät notwendig, um die neuen Programme sehen zu können.

PrimaCom holt neue HD-Sender

Der Kabelnetzbetreiber PrimaCom speist ab sofort vier neue HD-Sender ein. Mit den Neuzugängen Disney Channel HD, MTV HD, ProSieben Maxx HD und 1-2-3.tv HD können die Zuschauer insgesamt 52 HD-Programme empfangen.

PrimaCom-Kunden mit HD-Vertrag erhalten die neuen Sender ohne Zusatzkosten. Bei Receivern, die die Zuschauer von PrimaCom erhalten haben, erscheinen die neuen Programme automatisch in der Senderliste.

Tele Columbus holt QLAR ins Kabel

Tele Columbus speist als erste große Kabelgesellschaft den neuen Free-TV-Sender [QLAR](#) ins Kabelnetz ein. Rund 900.000 Haushalte können das Programm empfangen, das unter dem Motto "Endlich QLAR sehen" steht. Die Verbreitung erfolgt digital und unverschlüsselt.

Der in Offenbach ansässige Sender, der bislang den Namen Ebru TV trug, zeigt Spielfilme, Serien und Reality-Shows sowie Magazine aus den Bereichen Unterhaltung, Wissen und Kochen. Zum Programm zählen die Dramaserie "Arctic Air", die vom Alltag von Flugfrachtzustellern handelt, und die Doku-Reihe "Unbekannte Helden", die Menschen portraitiert, die sich im Zweiten Weltkrieg gegen das Nazi-Regime auflehnten.

TLC startet per DVB-T in Stuttgart und Nürnberg

Discovery Networks Deutschland weitet die digitale terrestrische Verbreitung seines Frauenkanals TLC aus: Der Free-TV-Sender ist ab sofort in Stuttgart und Nürnberg per DVB-T zu empfangen.

Nach Berlin und München sendet TLC damit in insgesamt vier Ballungsräumen per Antenne. In Stuttgart belegt der Sender Kanal 25, in Nürnberg Kanal 60.

TLC richtet sich an Frauen zwischen 20 und 49 Jahren und ist weltweit in rund 300 Millionen Haushalten in 170 Ländern empfangbar. Der deutsche Ableger startete am 10. April 2014.

RTL Nitro künftig via DVB-T in Berlin

Die Mediengruppe RTL Deutschland baut die DVB-T-Verbreitung von RTL Nitro aus: Der Free-TV-Sender ist ab 1. Mai 2015 im Großraum Berlin per Antenne empfangbar, wie die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) mitteilte.

RTL Nitro ersetzt den Teleshopping-Sender ManouLenz TV, der die DVB-T-Ausstrahlung in der

Hauptstadt am 30. April einstellt. Die MABB empfiehlt den Zuschauern, am 1. Mai einen Kanalsuchlauf an ihrem DVB-T-Empfänger durchzuführen, damit der neue Sender auf den Bildschirm kommt.

M. DuMont Schauberg will bei joiz einsteigen

Die Mediengruppe M. DuMont Schauberg will sich mit 35 Prozent am interaktiven Jugendkanal joiz Deutschland beteiligen. Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich gab bereits grünes Licht. Die Entscheidung des Bundeskartellamts steht noch aus.

Der Free-TV-Sender hatte im Dezember 2014 Insolvenz angemeldet und wird seitdem restrukturiert, um die Kosten zu senken. In diesem Zusammenhang stellt joiz am 1. Mai 2015 die Satellitenverbreitung über Astra (19,2° Ost) ein.

M. DuMont Schauberg gibt verschiedene Tageszeitungen heraus, ist an Radiostationen beteiligt und betreibt das Stadtfernsehen Köln.tv. Der Sender verwendet bereits die von joiz entwickelte Softwarelösung für interaktives, plattformübergreifendes Fernsehen.

DAF stellt Satellitenverbreitung ein

Der Wirtschafts- und Finanznachrichtenkanal DAF hat seine Satellitenausstrahlung über Astra (19,2° Ost) eingestellt.

Der Sender, der vom Kulmbacher Medienunternehmer Bernd Förtsch (Börsenmedien AG) betrieben wird, hatte Anfang März 2015 einen Insolvenzantrag gestellt und die finanzielle Schieflage vor allem mit den hohen Kosten für die Satellitenverbreitung begründet. Außerdem seien aufgrund des schwierigen Umfelds wichtige Werbekunden weggefallen. [DAF](#) soll nun als Web-TV-Angebot und TV-Produktionsfirma fortgeführt werden.

Nur 25 Prozent der Unternehmen haben schnelles Internet

Lediglich jedes vierte Unternehmen (25 Prozent) in Deutschland mit zehn und mehr Beschäftigten verfügte im Jahr 2014 über einen schnellen Internetzugang. Darunter wird ein fester Breitbandanschluss mit einer vertraglich festgelegten Datenübertragungsrate von mindestens 30 Mbit/s verstanden.

Deutschland lag damit im europäischen Vergleich geringfügig über dem Durchschnitt der 28 EU-Staaten (23 Prozent), wie das Statistische Bundesamt in Wiesbaden mitteilte. Den Spitzenplatz in der Europäischen Union belegte im Jahr 2014 Dänemark. Dort besaß bereits mehr als jedes zweite Unternehmen (53 Prozent) schnelles Internet über einen Breitbandanschluss.

Auch in den Nachbarländern Niederlande und Belgien (jeweils 43 Prozent) sowie in Schweden (41 Prozent) war schnelles Internet weit verbreitet. Kaum vorhanden war Highspeed-Internet bei Unternehmen in Zypern (fünf Prozent), Griechenland, Kroatien (jeweils zehn Prozent) und Italien (zwölf Prozent).

TV-Geräteabsatz stieg 2014

Der Absatz von TV-Geräten in Westeuropa ist 2014 im Vergleich zum Vorjahr um 3,2 Prozent auf mehr als 34 Millionen Stück gestiegen (2013: 33 Millionen Stück). Das Umsatzvolumen nahm um 0,2 Prozent auf 16,3 Milliarden Euro zu, wie der Branchenverband gfu unter Berufung auf GfK-Zahlen mitteilte. Der TV-Markt entwickelt sich damit nach dem Umsatzrückgang im Jahr 2013 wieder positiv.

Der Durchschnittspreis der verkauften Fernseher sank um drei Prozent auf 477 Euro. Trotz eines Rückgangs um 4,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ist der Durchschnittspreis in Deutschland mit 556 Euro am höchsten. Grund: Die deutschen Verbraucher bevorzugen laut gfu große Bilddiagonale und gut ausgestattete Geräte.

Besonders stark gestiegen ist der Anteil der Smart-TV-Modelle: 2014 wurden über 15 Millionen von den Geräten verkauft, die sich ans Internet anschließen lassen. Dies entspricht einem Zuwachs um 18,5 Prozent. Der zugehörige Umsatz betrug mehr als 11,2 Milliarden Euro - ein Anstieg um 10,2 Prozent.

Mit 44 Prozent ist der Anteil der Smart-TV-Geräte europaweit trotz des Zuwachses noch deutlich unter dem Smart-TV-Anteil in Deutschland, der 2014 bei 57 Prozent lag.

Die Zahlen beziehen sich auf Deutschland, Österreich, die Schweiz, Frankreich, Italien, Spanien, England, die Niederlande, Belgien und Schweden.

Smart TV auf Vormarsch

Die Zahl der Smart-TV-Haushalte ist in Deutschland auf über 20 Millionen gestiegen. Davon verfügen 16,2 Millionen über einen Smart-TV-Fernseher, weitere 4,1 Millionen rüsten ihre Fernseher - meist ältere Modelle - per Digitalreceiver, DVD- oder Blu-Ray-Player zum Smart TV auf, wie die Deutsche TV-Plattform unter Berufung auf GfK-Zahlen berichtet.

Die Mehrheit der Geräte eignet sich für den interaktiven Multimedia-Standard HbbTV. Hinzu kommen Receiver für IPTV und Pay-TV, die direkt von den Plattformbetreibern angeboten werden und daher nicht in den GfK-Zahlen enthalten sind. Diese Zahl wird auf mindestens sechs Millionen geschätzt.

Smartphone-Nutzerzahlen steigen

Sechs von zehn Bundesbürgern ab 14 Jahren (63 Prozent) nutzen ein Smartphone - das sind 44 Millionen Menschen, wie eine Umfrage von Bitkom Research und Aris Umfrageforschung unter 1.013 Personen für den Branchenverband Bitkom ergeben hat. Damit ist die Zahl der Smartphone-Nutzer in den vergangenen sechs Monaten um rund zwei Millionen gestiegen.

Neben Grundfunktionen wie dem Telefonieren werden eine breite Palette weiterer Anwendungen genutzt. Acht von zehn Smartphone-Nutzern verwenden den Kalender- oder Terminplaner (83 Prozent). 74 Prozent laden Apps herunter. 71 Prozent der Befragten versenden oder empfangen Kurznachrichten. 70 Prozent greifen auf Social Networks wie Facebook zu. 68 Prozent hören mit den Geräten Musik und 67 Prozent lesen darauf Nachrichten. 64 Prozent nutzen Spiele und 58 Prozent die Weckfunktion.

Alle Smartphone-Nutzer (100 Prozent) telefonieren mit ihrem Gerät. Fast jeder (98 Prozent) macht mit dem Smartphone Fotos. Beinahe genauso viele surfen mit ihrem Multimedia-Handy im Internet (93 Prozent).

Amazon bringt Fire TV Stick nach Deutschland

Der US-Konzern Amazon bietet seinen Fire TV Stick ab sofort auch in Deutschland und Österreich an. Der Multimedia-Stick, der in die HDMI-Buchse des Fernsehers eingesteckt wird, bringt TV- und Video-Angebote aus dem Internet auf den TV-Bildschirm, etwa Online-Videotheken, Mediatheken und Musikportale. Die Internetverbindung erfolgt drahtlos über das WLAN-Heimnetz.

Mit dabei sind unter anderem die Mediatheken von ARD und ZDF, Amazon Prime Instant Video, Netflix, YouTube, Spotify, Putpat TV, Netzkino, Tuneln und Clipfish. Die Steuerung erfolgt über die mitgelieferte Fernbedienung oder eine Smartphone-App.

Der [Fire TV Stick](#), der mit Google Chromecast konkurriert, ergänzt die Multimedia-Box Amazon Fire TV, die Amazon im September 2014 in Deutschland eingeführt hat.

DFL startet Bundesliga-Abrufdienst

Die Deutsche Fußball Liga (DFL) öffnet das Bundesliga-Archiv: Fußballfans können ab der nächsten Spielzeit Videos mit Bundesligapartien, Saisonhöhepunkten, Spielerporträts und Hintergrundbeiträgen abrufen.

Das Angebot, das DFL-Geschäftsführer Christian Seifert auf dem Medienkongress [Audiovisual Media Days](#) in München [ankündigte](#), soll auf verschiedenen Video-on-Demand-Portalen zunächst in Deutschland per Einzelabruf oder im Rahmen eines bestehenden Abonnements erhältlich sein. Erster Partner ist der Pay-TV-Veranstalter Sky, der den Bundesliga-Abrufdienst allen Abonnenten des Bundesligapakets via Sky Go zur Verfügung stellt.

Im Mittelpunkt von "Bundesliga Forever" stehen historisches Bildmaterial und Sendungen, die Geschichten aus über 50 Jahren Bundesliga erzählen. Es findet keine Berichterstattung über das aktuelle Bundesligageschehen oder die jeweils laufende Saison statt.

Weitere Informationen zu den Plattformpartnern und Preisen sollen zum Start der neuen Bundesligasaison bekannt gegeben werden.

Select Video erhält Kinderbereich

Kabel Deutschland hat seinen Video-on-Demand-Dienst Select Video um einen Kinderbereich erweitert. Die Rubrik, die direkt über das Startmenü erreichbar ist, bündelt Filme und Serien für Kinder - sowohl kostenlose als auch kostenpflichtige Inhalte.

Zum Angebot zählen Klassiker wie Micky Maus und Serien von Astrid Lindgren, Filme wie die "Ice Age"-Reihe und Programme von Kinderkanälen wie Disney Channel, Disney Junior und Boomerang.

5,7 Millionen Kabel-Deutschland-Haushalte können derzeit [Select Video](#) nutzen.

Sky Go erhält Lifestyle-Bereich

Der Pay-TV-Veranstalter Sky hat seinen mobilen Zusatzdienst Sky Go um einen Lifestyle-Bereich erweitert. Die Abonnenten können dort jeden Monat rund 100 neue Inhalte der Sender E! Entertainment, RTL Living und TNT Glitz HD abrufen.

Das Angebot umfasst Reality-Shows wie "Keeping Up With The Kardashians" (E! Entertainment), Kochsendungen wie "Knife Fight - Das härteste Kochduell der Welt" (RTL Living), Garten-, Reise- und

Abenteuersendungen wie "David Beckham - Abenteuer Amazonas" (RTL Living) sowie Lifestyle- und Mode-Sendungen wie "InStyle - Das TV-Magazin" (TNT Glitz HD).

[Sky Go](#) steht allen Sky-Kunden ab dem "Sky Welt"-Paket kostenlos zur Verfügung. Der Zugang erfolgt per Internet, iPad, iPhone, iPod touch, Android-Smartphones und -Tablets oder über die Spielkonsole Xbox 360.

Telekom bringt Basketball auf Fernseher

Die Deutsche Telekom macht ihren Basketball-TV-Kanal ab sofort auch auf dem Fernseher zugänglich. Die Zuschauer benötigen dafür den HDMI-Stick Google Chromecast und die entsprechende TV-App der Telekom. Künftig sollen auch TV-Apps für die Streaming-Box Amazon Fire TV und Smart-TV-Fernseher angeboten werden.

Neben PC, Laptop, Tablet und Smartphone können die Abonnenten damit die Live-Spiele auch auf dem großen Fernsehbildschirm verfolgen. Für den TV-Empfang bot die Telekom den [Basketballkanal](#) bislang nur den Kunden ihrer IPTV-Plattform Entertain an.

Die Telekom hatte sich 2014 die TV-Rechte der Basketball Bundesliga (BBL) gesichert und zeigt seit der aktuellen Saison alle Partien live auf ihrem Basketballkanal, der bislang rund 60.000 Abonnenten gewinnen konnte.

ProSiebenSat.1 bündelt Mediatheken

ProSiebenSat.1 hat eine zentrale Mediathek eingerichtet, auf der Internetnutzer Serien, Shows und andere Programme aller Free-TV-Sender der TV-Gruppe abrufen können.

[7TV.de](#) bietet Sendungen von Sat.1, ProSieben, kabel eins, sixx, Sat.1 Gold und ProSieben Maxx kostenfrei in voller Länge, darunter "Germany's next Topmodel", "The Voice Kids", "Circus HalliGalli", "Navy CIS" und "The Flash". Die Finanzierung erfolgt über Werbung.

Die gebündelte Anlaufstelle ergänzt die Mediatheken der einzelnen Sender auf deren Webseiten sowie die 7TV-App für Smartphones und Tablets.

ProSiebenSat.1 wollte ursprünglich gemeinsam mit RTL ein Online-Abrufportal starten, das Bundeskartellamt untersagte das Vorhaben jedoch.

RTL startet Comedy-Portal

RTL startet mit Comedy Rocket eine neue Comedy-Video-Plattform im Internet. Das Angebot umfasst professionell, exklusiv fürs Internet produzierte Videoclips, Sketche der Comedy-Show "Golden Moustache" und Comedy-Clips des RTL-Videoportals Clipfish.

In den Videos treten Nachwuchs-Schauspieler wie Pia Stutzenstein, Julius Dombrink, Karmela Shako und Daniele Rizzo auf, ebenso wie Web-Stars wie Sarazar, Oobacht, Hello Crissy, BullshitTV, Commander Krieger, DebitorLP und Br4mm3n von PietSmiet sowie Schauspieler wie Torsten Voges und Darsteller aus der TV-Serie "Köln 50667".

Die Clips von [Comedy Rocket](#) sind neben der eigenen Webseite auch bei Clipfish und YouTube abrufbar.

Startschuss für VICE Sports

Die Jugendmarke VICE hat ein Videoportal mit Nachrichten, Interviews und Reportagen für Sportfans in Deutschland eingerichtet. [VICE Sports](#) beleuchtet Fankultur, trifft Sportler abseits des Spielfelds und berichtet neben deutschem und internationalem Fußball auch über Basketball, Kampfsport, US-Sport und Randsportarten.

Für das Angebot hat VICE eine Partnerschaft mit Sky Deutschland vereinbart. Das Abkommen umfasst den Austausch von eigenproduzierten Inhalten und eine Zusammenarbeit bei ausgewählten Sportveranstaltungen.

Auch bei RTL II geht VICE auf Sendung: Am 11. Mai 2015 um 23.15 Uhr startet das Doku-Magazin "VICE Reports".

Itsin TV startet in der multithek

Der Sendernetzbetreiber Media Broadcast hat die Promi- und Lifestyle-Videoplattform Itsin TV in seine multithek eingebunden. Das kostenfreie Angebot, das via Internet auf die TV-Bildschirme der Zuschauer gelangt, enthält unter dem Motto "Style, Stars & Stories" Neuigkeiten vom roten Teppich, aktuelle Promi-News, Infos zu neuen Trends, Kinotrailer und Web-Clips.

Hinter [Itsin TV](#) steht ein eigenes Redaktions- und Produktionsteam, das täglich exklusive Inhalte aus den Bereichen Stars, Lifestyle, Schönheit und Mode produziert.

"Mit Itsin TV erweitern wir die Vielfalt der multithek um ein attraktives Unterhaltungsangebot", sagte Sven Eckoldt, Senior Product Manager von Media Broadcast. "Kurze informative und unterhaltsame Videos sind im Zeitalter von YouTube & Co. nicht mehr wegzudenken und ergänzen das multithek-Portfolio von TV- und Internetsendern, Apps, Spielen und Musik perfekt."

Die [multithek](#) steht DVB-T- und Satellitenhaushalten als Zusatzangebot zur Verfügung. Zur Nutzung muss sich das Empfangsgerät für den interaktiven Multimedia-Standard HbbTV eignen und ans Internet angeschlossen sein.

NetCologne verdoppelt Datenrate

Der Kabelnetzbetreiber NetCologne hat die maximale Download-Geschwindigkeit seines Internetzugangs von 100 auf 200 Mbit/s erhöht. Die Upload-Datenrate wurde auf 40 Mbit/s vervierfacht.

Der Highspeed-Zugang ist zum Monatspreis ab 39,90 Euro erhältlich. Mit dem neuen Angebot zieht NetCologne mit dem lokalen Wettbewerber Unitymedia gleich, der seinen Kunden ebenfalls bis zu 200 Mbit/s bereitstellt.

In Kürze will Unitymedia die Datenrate auf 250 Mbit/s und bis Jahresende auf 400 Mbit/s erhöhen.

Tele Columbus startet 400 Mbit/s-Internet in Potsdam

Der Kabelnetzbetreiber Tele Columbus bietet seinen Kunden als erster Internetanbieter im Endkundenmarkt ab sofort einen Internetzugang mit einer Download-Datenrate von 400 Mbit/s an. Der Hochgeschwindigkeitsanschluss ist zunächst in der Region Potsdam verfügbar, wo rund 40.000 Haushalte an das Tele-Columbus-Stadtnetz angeschlossen sind.

Der neue Tarif "2er Kombi 400" mit Doppel-Flatrate für Telefon und Internet ist für 99,99 Euro pro Monat erhältlich. Eine Datendrosselung oder Volumenbeschränkung gibt es nicht.

Bislang war 150 Mbit/s die höchste Geschwindigkeit, die Tele Columbus angeboten hat. Der 400 Mbit/s-Zugang soll künftig auch in weiteren Regionen eingeführt werden.

Digitale Musikumsätze steigen

Die Umsätze der Musikindustrie aus den digitalen Geschäftsfeldern sind 2014 weltweit um 6,9 Prozent auf 6,85 Milliarden US-Dollar (6,43 Milliarden Euro) gestiegen. Zum ersten Mal sind damit die Einnahmen aus dem digitalen Geschäft und dem Geschäft mit Tonträgern gleichauf - mit jeweils 46 Prozent, wie die International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) anlässlich der Vorstellung des [Digital Music Reports 2015](#) mitteilte.

Insgesamt belief sich der weltweite Umsatz aus digitalen und physischen Musikverkäufen sowie Leistungsschutzrechten und Synchronisation 2014 auf 14,97 Milliarden US-Dollar - ein leichter Rückgang um 0,4 Prozent gegenüber 2013 (15,03 Milliarden US-Dollar). 2013 war der Umsatz noch um 3,9 Prozent gefallen.

Treiber des weltweiten Digitalmarkts war 2014 erneut das Streaming, das mit einer Steigerung von 39 Prozent den Rückgang der Download-Umsätze (minus acht Prozent) kompensieren konnte. Mit 1,6 Milliarden US-Dollar machen Streaming-Angebote nun 23 Prozent der Umsätze im digitalen Geschäft aus. Die Zahl der Musikfans, die ein bezahltes Streaming-Abonnement haben, wuchs um 46,4 Prozent auf weltweit 41 Millionen.

Trotz dieser Entwicklung bleibt in einigen der größten Musikmärkte der Welt das physische Geschäft stark, allen voran Japan (Umsatzanteil 78 Prozent), Deutschland (70 Prozent) und Frankreich (57 Prozent). Die Vinyl-Renaissance hält in vielen der großen Märkte an: Die Umsätze mit dem "Schwarzen Gold" stiegen um 54,7 Prozent auf einen Anteil von zwei Prozent am weltweiten Gesamtumsatz aus Musikverkäufen.

Sony Music hofft auf kostenpflichtiges Streaming

Edgar Berger, CEO International der zweitgrößten Plattenfirma der Welt, Sony Music, verteidigt die Vergütungsmodelle für Künstler bei Streaming-Diensten wie Spotify.

"Die Art, wie ein Album oder ein Hit Geschäft generiert, hat sich einfach grundlegend geändert", sagte Berger dem Nachrichtenmagazin "Der Spiegel". "Wird ein Song heruntergeladen, fließt nur einmal Geld. Beim Streaming gibt es bei jedem Abruf wieder Einkünfte. Nach ungefähr 18 Monaten stehen die Abo-Einnahmen in keiner Weise den Download-Einnahmen nach."

Wachse der Markt für Musik-Streaming, könnten die Einnahmen sogar darüber liegen. Berger hofft, dass sich mehrheitlich Angebote durchsetzen, die Geld kosten. "Nachhaltiges Wachstum für Streaming-Dienste und die Musikbranche gibt es über bezahlte Abo-Modelle." Und weiter: "Jeder Streaming-Dienst

will zunächst wachsen, aber am Ende sind vor allem zahlende Nutzer entscheidend."

HDTV auf Wachstumskurs in Österreich

2,26 Million TV-Haushalte in Österreich (64 Prozent aller TV-Haushalte) empfangen Ende 2014 ihre Programme in HD-Qualität. Das entspricht einem Wachstum von rund 16 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Treiber der Entwicklung ist der Satelliten-Direkttempfang via Astra (19,2° Ost): 1,48 Millionen Satellitenhaushalte - das entspricht 72 Prozent - empfangen HD-Fernsehen. Über den Kabelanschluss versorgen sich 0,64 Millionen HD-Haushalte, 0,14 Millionen über IPTV.

Das sind die Ergebnisse des aktuellen "Astra TV-Monitors 2014", den das Marktforschungsinstitut GfK Austria im Auftrag des Astra-Satellitenbetreibers SES erstellt hat. Bei der Auswertung wurde jeweils der Hauptempfangsweg berücksichtigt, in der Regel der große Fernseher im Wohnzimmer.

Insgesamt bleibt der Satellit die bevorzugte TV-Empfangsart in Österreich: 2,05 Millionen Haushalte haben eine Schüssel (2013: zwei Millionen). Der Kabelanschluss ging von 1,25 Millionen auf 1,17 Millionen Haushalte zurück, DVB-T von 0,18 Millionen auf 0,14 Millionen. Die Zahl der IPTV-Haushalte stieg von 0,16 Millionen auf 0,19 Millionen.

Insgesamt gab es in Österreich zum Jahresende 3,56 Millionen TV-Haushalte.

Regional-TV aus Österreich startet auf Astra

Neun Regionalsender aus den neun österreichischen Bundesländern wollen ihr Programm künftig per Satellit ausstrahlen. Die Verbreitung soll auf einem Gemeinschaftskanal via Astra (19,2 Ost) erfolgen, der vom Verbund [R9](#) betrieben wird, in dem die Sender bei Werbung und Inhalten kooperieren.

Eine Hinweistafel, die den baldigen Sendestart ankündigt, wurde bereits auf der Frequenz 11,273 GHz H (SR 22.000, FEC 2/3) aufgeschaltet. R9 gehören W24, Schau TV, LT1, N1, Kärnten 1, Tirol TV, Ländle TV, Kanal 3 und Regional TV Salzburg an.

Die Sender sowie ihr gemeinsames Magazin "Österreich Blick" sind bislang vor allem in Kabelnetzen zu empfangen, teilweise auch per DVB-T und IPTV. Schau TV sendet bereits auf einem eigenen Satellitenkanal auf Astra.

Swisscom bietet HbbTV per IPTV

Der Schweizer Telekommunikationskonzern Swisscom bietet den Kunden seiner IPTV-Plattform Swisscom TV ab sofort interaktive Dienste im Multimedienstandard HbbTV an. HbbTV ist via Swisscom TV 2.0 bei den HD-Programmen von SRG SSR, ARD, ZDF, ORF1 und ORF2 verfügbar.

Mit der roten Taste der Fernbedienung gelangen die Zuschauer zu den HbbTV-Angeboten, die programmbegleitende Informationen, Wetterberichte, Sportergebnisse und andere Inhalte umfassen.

SRF info HD auf Sendung

Die öffentlich-rechtliche Schweizer Radio- und Fernsehanstalt SRG SSR verbreitet ihren Informationskanal SRF info ab sofort in hoher Bildauflösung.

SRF info HD ist in den Schweizer Kabelnetzen sowie per Satellit über Hot Bird (13° Ost) auf der Frequenz 12,399 GHz H (SR 27.500, FEC 3/4) zu empfangen. Im Gegensatz zu den anderen SRG-Programmen ist das Signal unverschlüsselt.

SRF info war der letzte SRG-Sender, der noch nicht in HD-Qualität angeboten wurde. Am 29. Februar 2016 will die SRG die parallele Satellitenverbreitung ihrer Programme in herkömmlicher Bildauflösung (SD) einstellen.

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

Fax: +49 (0) 6136-85708

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

Partner:

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

Herausgeber: Heinz-Peter Labonte (V.i.S.d.P.)

Redaktionsleitung: Marc Hankmann

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)

