

# DATENSCHUTZGRUNDVERODNUNG

---

## WAS WILL UNS BRÜSSEL DAMIT SAGEN?

### 2018 – das Jahr der Veränderung

#### Sehr geehrte Damen und Herren,

große Ereignisse werfen ihre Schatten voraus. Im Jahr 2018 wird alles anders. Dann treten wir nämlich in die Gigabit-Gesellschaft ein und zwar mit flächendeckenden 0,05 Gbit/s! Na ja, für eine Gigabit-Gesellschaft ist das nicht so richtig flott und ob das mit der Flächendeckung klappt – man weiß es nicht. Aber: In zwei Jahren sind wir das analoge Fernsehen los...vielleicht. Momentan sieht es nicht so aus, als würden die Marktteilnehmer einen Kompromiss hinbekommen, um das ausgegebene Ziel der Abschaltung im Jahr 2018 zu erreichen.

Vielleicht erleben wir stattdessen in zwei Jahren das Ende der Konsolidierung im Kabelmarkt. Ralph Dommermuth, Gründer der United (Achtung! Nomen est omen!) Internet AG, hat seine Vorliebe für HFC-Netze entdeckt. René Obermann ist ja auch wieder da und hält plötzlich große Stücke auf Glasfaser anstatt auf Kupferdraht.

Wer auch immer am Ende übrig bleibt, er wird den Breitbandausbau vorantreiben müssen. Am besten mit einer Finanzspritze aus der Rundfunkabgabe; zumindest wenn es nach dem Willen der Netzallianz und Bundesverkehrsminister Alexander Dobrindt geht. Wahrscheinlich hat ihm eine Unternehmensberatung diesen Floh ins Ohr gesetzt. Gut möglich, dass wir 2018 nicht mehr Politiker, sondern Berater wählen, wenn sie bereits jetzt die Entscheidungen für Bundesministerien im großen Stil vorbereiten.

Doch eines ist auf jeden Fall in Stein gemeißelt: Bis zum 25. Mai 2018 muss die EU-Datenschutzgrundverordnung umgesetzt werden, sonst setzt es was aus Brüssel! Es droht ein Vertragsverletzungsverfahren, also eine Klage vor dem EuGH, der dann – mächtiges Justizorgan, das er ist – die Vertragsverletzung feststellen könnte. Ui! Aber schon danach könnte die EU Bußgelder verhängen, wenn die festgestellte Vertragsverletzung nicht ausreichend oder rechtzeitig beseitigt wird. Bis dahin ist das Jahr 2018 aber sicherlich schon passé.

Doch bei all den hochgesteckten Zielen, der Ungewissheit und den Unwägbarkeiten bleibt doch eines gewiss: Die FIFA wird nicht einknicken und auch 2018 die Fußball-Weltmeisterschaft veranstalten – und zwar in Russland! Was kommt da für ein Jahr auf uns zu?

Ausgabe 35 • August 2016

#### Inhalt

---

["Hier ist noch einiges zu tun" - MABB-Direktorin Anja Zimmer über alte und neue Herausforderungen für Medienregulierer](#)

[Neuer Datenschutz: Der große Wurf aus Brüssel oder das totale Chaos?](#)

[Haushaltsabgabe für Glasfaserausbau... oder: Bürgersteuer zugunsten PriviliGIERter](#)

[McKinsey und Deloitte statt Steinmeier und Merkel - wenn Unternehmensberater Politik machen](#)

[Machen nur dumme Unternehmer den gleichen Fehler zweimal? Oder: Ex-Telekomchef Obermann ist gescheit, er baut auf Zukunftsnetze](#)

[Alles digital, oder was? Warum im Kabel analoges Fernsehen immer noch gefragt und dessen Abschaltung schwer ist](#)

[Kabelweitersendung in der Rechtsprechung – die Auswirkungen des Ramses-Urteils](#)

[Veranstaltungshinweise](#)

[Kurzmeldungen](#)

Zurück ins Jahr 2016, in dem Anja Zimmer als Direktorin der Medienanstalt Berlin-Brandenburg genug zu tun hat, damit in zwei Jahren kein Medienchaos herrscht. Im Interview erklärt sie, welche Zukunft sie für die Medienanstalten sieht. Und auch in dieser MediaLABcom-Ausgabe geben wir Ihnen interessante Veranstaltungshinweise und in den Kurzmeldungen einen Überblick über das aktuelle Mediengeschehen. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

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

### "Hier ist noch einiges zu tun" - MABB-Direktorin Anja Zimmer über alte und neue Herausforderungen für Medienregulierer

Marc Hankmann

Sie tritt wahrlich in große Fußstapfen, die ihr Vorgänger Hans Hege hinterlassen hat. Seit März 2016 führt Anja Zimmer die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB), die unter Heges Leitung die Digitalisierung des Rundfunks wesentlich vorangetrieben hat. Neben den alten Betätigungsfeldern, Hörfunk und Kabelfernsehen werden immer noch analog verbreitet, kommen neue Herausforderungen auf die Medienanstalten zu. MABB-Direktorin Zimmer verrät im MediaLABcom-Interview, welche das sind und wie sie sie angehen will.

[Lesen Sie mehr](#)

### Neuer Datenschutz: Der große Wurf aus Brüssel oder das totale Chaos?

Marc Hankmann

Mit 173 Erwägungsgründen und 99 Artikeln ist die EU-Datenschutzgrundverordnung (EU-DSGVO) wahrlich kein Schmalhans. Die Suppe, die Brüssel den Mitgliedsstaaten eingebrockt hat, dürfen nun die nationalen Datenschutz-Küchenmeister auslöffeln. Hierzulande, wo der Schutz persönlicher Daten sehr hoch gehalten wird, muss man sich nun mit einer Verordnung auseinandersetzen, die wesentlich umfangreicher als das Bundesdatenschutzgesetz ausfällt. Wie mag das erst in anderen Ländern aussehen?

[Lesen Sie mehr](#)

### Haushaltsabgabe für Glasfaserausbau... oder: Bürgersteuer zugunsten PriviliGIERter

Heinz-Peter Labonte

Jetzt bricht sich die Gier der Mitglieder der Netzallianz vollends Bahn. Sie wollen die Haushaltsabgabe für ARD und ZDF, um die eigenen Versäumnisse beim flächendeckenden Breitbandausbau in Deutschland zu kaschieren. Thomas Rudl kommentiert in der "Netzpolitik" (28. Juni 2016) zurückhaltender:

"Die im Verkehrsministerium angesiedelte Netzallianz verlangt, dass öffentlich-rechtliche Sender wieder Gelder an Kabelnetzbetreiber zahlen. Dadurch soll der Breitbandausbau querfinanziert werden. Mitspielen will dabei jedoch niemand. Die Kabelnetzbetreiber wollen wieder Gebühren erhalten, um öffentlich-rechtliche Programme bei sich einzuspeisen. Unterstützung erhalten sie dabei bloß vom Verkehrsministerium. Die Kabelnetzbetreiber halten weiterhin an ihrer Forderung fest, Geld für die Einspeisung öffentlich-rechtlicher Sender in ihre Netze zu verlangen. Unterstützung erhalten sie dabei vom Bundesverkehrsministerium (BMVI), das mit diesen Mitteln gern den Breitbandausbau quersubventionieren würde. So steht es im jüngst vorgestellten "Kursbuch Netzausbau" der Netzallianz, einem im BMVI angesiedelten Arbeitskreis der Telekom-Industrie."

[Lesen Sie mehr](#)

### McKinsey und Deloitte statt Steinmeier und Merkel - wenn Unternehmensberater Politik machen

Marc Hankmann

Müsste man Unternehmensberatern eine politische Farbe zuordnen, dann wäre es grau. Denn oftmals weisen sie durch ihre Studien und Gutachten den Ministerien den Weg aus selbstverschuldeten Misere. Vom Einfluss externer Berater weiß Otto Normalverbraucher nicht viel. Warum sollen wir also noch Politiker wählen, wenn doch die Unternehmensberater letztendlich entscheiden?

[Lesen Sie mehr](#)

Machen nur dumme Unternehmer den gleichen Fehler zweimal? Oder: Ex-Telekomchef Obermann ist gescheit, er baut auf Zukunftsnetze

*Heinz-Peter Labonte*

Wie schön wäre das gewesen: Der Deutschen Telekom werden von der noch immer mit einer erklecklichen Zahl von beamteten Ex-Kollegen vertretenen und einem ihr offenbar gewogenen EU-Präsidenten und EU-Kommissar ihre Marktvorteile durch Vectoring im Nahbereich im zweiten Anlauf kurzerhand gewährt. Wenn auch zulasten einer nachhaltigen Infrastruktur. Okay, die Internet-Stiftung (Internet Economy Foundation - IEF) kritisiert die Telekom dafür, dass sie sich vor konkurrierenden Glasfaserentwicklungen schütze und den Wettbewerb behindere. Ein Teil dieses Wettbewerbs sichert sich im "Infrastrukturmysterium" über die Netzallianz die eigenen Vorteile und das Ohr des Bundesministers. Als telekomderivative Kabelunternehmen trifft man sich regelmäßig in der Netzallianz und Verbänden. Bei der IEF drängt sich der Eindruck purer Lobbyarbeit auf.

[Lesen Sie mehr](#)

Alles digital, oder was? Warum im Kabel analoges Fernsehen immer noch gefragt und dessen Abschaltung schwer ist

*Marc Hankmann*

Anfang des Jahres haben die Medienanstalten eventuell den Mund etwas zu voll genommen. "Der analoge TV-Empfang über Kabelnetze in Deutschland soll 2018 enden", hieß es in einer Mitteilung der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) vom 2. Februar 2016. Dies sei das Ergebnis von Branchengesprächen zum Analog-Digital-Umstieg im Kabel, die der Direktor der Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA) Martin Heine moderierte. Nur vier Monate später, auf der ANGA COM in Köln, klang das schon anders. "Es ist ein Signal der Kabelnetzbetreiber notwendig, dass sich ein Runder Tisch lohnt", sagte Heine in einer Diskussionsrunde auf der Kongressmesse und forderte Kompromissbereitschaft von den Kabelgesellschaften ein.

[Lesen Sie mehr](#)

Kabelweitersendung in der Rechtsprechung – die Auswirkungen des Ramses-Urteils

*RA Ramón Glaß*

Bereits in [Ausgabe 28](#) hatten wir uns mit dem Urteil des Bundesgerichtshofs (BGH) hinsichtlich der urheberrechtlichen Vergütungspflicht einer privaten Wohnungseigentümergeinschaft (Urteil vom 17. September 2015, Az.: I ZR 228/14 - Ramses) auseinandergesetzt. Zwischenzeitlich war das Urteil auch Gegenstand zweier Gerichtsverfahren vor den Landgerichten Potsdam und Leipzig, in denen Antennengemeinschaften von einer Verwertungsgesellschaft auf Auskunft und Zahlung in Anspruch genommen wurden.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweise

*Dr. Jörn Krieger*

#### **Der Weg in die Gigabit-Gesellschaft**

In ihrem zweiten Symposium Breitbandpolitik wollen die TK-Verbände ANGA, BREKO, BUGLAS und VATM sowie das FTTH Council Europe die Breitbandpolitik in Deutschland kritisch beleuchten. Wirtschaft und Gesellschaft benötigen absehbar flächendeckend verfügbare Gigabit-Breitbandnetze. Wie steht es vor diesem Hintergrund um die politische Breitbandstrategie für das Gigabit-Zeitalter, insbesondere im Hinblick auf das Wahljahr 2017? Diskutiert wird dies mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, darunter Nicola Beer (FDP), Matthias Machnig (BMW), Dr. Thomas Plückerbaum (WIK) und Tabea Rößner (Bündnis 90/Die Grünen). Das Symposium "Der Weg in die Gigabit-Gesellschaft" findet am 7. September 2016 in Berlin statt.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

*Dr. Jörn Krieger*

#### **Digitalquote im Kabelnetz steigt auf 77 Prozent**

Der Anteil der Kabelhaushalte mit digitalem Fernsehen liegt derzeit bei 77,1 Prozent. Das entspricht einer Steigerung um 6,4 Prozent innerhalb eines Jahres, wie aus dem neuen [Jahrbuch](#) der Landesmedienanstalten hervorgeht. Die Marke von 80 Prozent, die üblicherweise für einen Analog-Digital-Umstieg Maßstab ist, werde wahrscheinlich noch dieses Jahr erreicht.

Sie tritt wahrlich in große Fußstapfen, die ihr Vorgänger Hans Hege hinterlassen hat. Seit März 2016 führt Anja Zimmer die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB), die unter Heges Leitung die Digitalisierung des Rundfunks wesentlich vorangetrieben hat. Neben den alten Betätigungsfeldern, Hörfunk und Kabelfernsehen werden immer noch analog verbreitet, kommen neue Herausforderungen auf die Medienanstalten zu. MABB-Direktorin Zimmer verrät im MediaLABcom-Interview, welche das sind und wie sie sie angehen will.

**MediaLABcom: Frau Zimmer, Ihr Vorgänger Hans Hege gehört der Gründergeneration der Medienanstalten an. Welchen Herausforderungen muss sich die zweite Generation an Medienwächtern stellen?**

**Anja Zimmer:** Hans Hege hat die Medienlandschaft nicht nur in Berlin und Brandenburg geprägt. Er wurde schon als "Digitalisierungspapst" bezeichnet und das in meinen Augen zu Recht. Denn er hat maßgeblich dazu beigetragen, dass DVB-T in Deutschland eingeführt wurde. Durch sein Engagement haben wir öffentliches WLAN in Berlin und Potsdam bereits 2012 realisiert. Und unser Projekt in Brandenburg, mit dem wir erstmalig Rundfunkfrequenzen für die Übertragung von breitbandigem Internet getestet haben, war ebenfalls richtungweisend und innovativ. Apropos innovativ: Die MABB hat sich als eine moderne und zukunftsorientierte Medienanstalt etabliert. Und das wird nicht zuletzt durch unsere Einrichtungen MIZ-Babelsberg und ALEX Berlin sichtbar. Im Medieninnovationszentrum in Potsdam-Babelsberg fördern wir innovative Formatideen und Medienkompetenz an den Schnittstellen von TV, Radio und Onlinemedien. Bei ALEX können Nachwuchsmedienmacher ihre Inhalte crossmedial produzieren und veröffentlichen. Mit allem, was wir tun, verfolgen wir die Ziele, Medienvielfalt zu gewährleisten - deswegen auch die vielseitige Förderung von lokalem Fernsehen - und Menschen einen selbstbestimmten und kompetenten Umgang mit diesen vielfältigen Medien zu ermöglichen. Sie merken, ich spreche die ganze Zeit von "wir" und das nicht ohne Grund. Denn gemeinsam mit meinem Team möchte ich die erfolgreiche Arbeit der MABB weiterführen. Dabei müssen wir neue Wege finden. Ich gebe Ihnen ein Beispiel: Bisher haben wir zur Sicherung der Medienvielfalt geprüft, ob diskriminierungsfreier Zugang zu Medien und Chancengleichheit - auf der Produzenten- und auf der Nutzerebene - gewährleistet sind. Das ist heute genauso wichtig wie bisher. Die Frage ist nur: Reicht das?

**MediaLABcom: Und wie lautet Ihre Antwort?**

**Anja Zimmer:** Auch dazu ein Beispiel: Die Landesmedienanstalten kümmern sich unter anderem um die diskriminierungsfreie Gestaltung von elektronischen Programmführern (EPG). Diskriminierungsfreiheit führt aber nicht zwingend zur Auffindbarkeit von Inhalten. Nachrichten oder Lokales können schnell durch das Raster fallen. Das kann zum Beispiel dazu führen, dass ein Nachrichtensender sich irgendwo auf Platz 200 plus, kurz vor den Erotikangeboten wiederfindet. Die Einspeisung auf diesem Platz ist diskriminierungsfrei, keine Frage. Denn der Kabelnetzbetreiber hat ein System gefunden: Er bildet Gruppen und sortiert die einfach in einer ihm passenden Reihenfolge. Die Gruppe "Nachrichtenprogramme" ist dabei leider nach hinten gerutscht. Dort wird aber kein Zuschauer zufällig vorbeikommen. Die Auffindbarkeit ist also nicht wirklich gleichmäßig gegeben. Wenn wir über Journalismus nachdenken und darüber, wie wichtig es ist, Menschen - gerade in diesen Zeiten - mit Nachrichten und Informationen zu versorgen, ist das kein befriedigendes Ergebnis. Ein weiteres Thema sind die Einspeiseentgelte, die - zumindest theoretisch - auch diskriminierungsfrei sind. In der Praxis haben wir aber drei starke Sendergruppen, die natürlich ihre Interessen durchsetzen möchten. Für die kleineren Sender kann es dann schwierig werden. Um auch ihren Interessen Gehör zu verschaffen, brauchen wir Regulierung, und zwar eine, die über Mittel zur Durchsetzung ihrer Forderungen verfügt. Noch größere Herausforderungen bestehen im Internet. Ein ganz wichtiges Thema ist hier die Netzneutralität - sie wird derzeit vor allem unter telekommunikationsrechtlichen Gesichtspunkten diskutiert. Es ist aber auch und gerade für die Medien von großer Bedeutung. Wollen wir zum Beispiel ein Netz der zwei Geschwindigkeiten, in dem Inhalteanbieter dafür zahlen müssen, dass sie schnell zum Kunden kommen? Wer entscheidet, wie datenintensive Angebote wie Audio- und Videostreams übertragen werden? Wie werden solche Nutzungen auf das Datenvolumen der Nutzer angerechnet? Hier ist noch einiges zu tun.

**MediaLABcom: Unternehmen wie Google oder Facebook nehmen völlig andere medienrechtliche Dimensionen an, als zum Beispiel nationale Medienhäuser wie einst die KirchGruppe. Werden die Landesmedienanstalten an Bedeutung verlieren?**

**Anja Zimmer:** Die Medienwelt steht vor neuen Herausforderungen. Das muss auch zu Veränderungen bei den Medienanstalten führen. Der Fokus unserer Arbeit wird sich verlagern müssen. Ich begreife das

als Chance: Der Gesetzgeber muss neue Regulierungsansätze finden, die auch auf die großen Player der digitalen Welt angewendet werden können. Vielfaltssicherung ist auch im Internet ein Thema. Zwar gibt es dort - anders als in der analogen Welt - ausreichend Platz für alle Angebote. Das heißt aber eben nicht, dass sie auch gefunden werden. Und auch im Internet gibt es Gatekeeper: Intermediäre wie Google und Facebook schaffen zwar Zugang zu Inhalten, können aber auch auf die Auswahl Einfluss nehmen. Was der Nutzer in welcher Reihenfolge angezeigt bekommt, bestimmen (selbstlernende) Algorithmen, deren Kriterien wir nicht kennen. Dabei dürfen wir nicht vergessen, dass diejenigen, die die Algorithmen programmieren, eigene Interessen haben, etwa das Interesse, den Nutzer möglichst lange auf den eigenen Seiten zu behalten, möglichst viele Daten zu gewinnen und möglichst viel Werbung zu platzieren. Daher wird derzeit viel über eine Ethik für Algorithmen diskutiert. Das ist noch recht vage, zeigt aber, dass wir neue Regulierungsansätze brauchen. Transparenz und Diskriminierungsfreiheit allein reichen wahrscheinlich nicht mehr. Es wird also komplexer. Ich denke, dass die Medienanstalten mit ihren Erfahrungen hier helfen können. Außerdem sind die Landesmedienanstalten Förderer von Medienkompetenz. Ich finde es wichtig, dass Nutzer die Spielregeln im Internet kennen und zum Beispiel wissen, welches wertvolle Gut ihre Daten sind. Insbesondere Kinder müssen lernen, ihr Verhalten beispielsweise auf Facebook zu reflektieren und die Funktionsweisen von Unternehmen wie Google zu verstehen.

**MediaLABcom: Ihre Anstalt ist für Berlin und Brandenburg zuständig, Hamburg und Schleswig-Holstein fusionierten, Sie kooperieren mit den Kollegen aus Mecklenburg-Vorpommern im Satelliten-Projekt "BB-MV-Lokal-TV". Immer mehr Fragen zu medienrechtlichen oder -wirtschaftlichen Themen verlangen nach einer bundesweiten Antwort. Befinden wir uns auf dem Weg zur Bundesmedienanstalt?**

**Anja Zimmer:** Das glaube ich nicht. Sicherlich gibt es Themen, die auf einer bundesweiten Ebene besprochen werden müssen. Bei Aufsichtsfragen passiert dies beispielsweise in den gemeinsamen Organen der Landesmedienanstalten wie der ZAK, der KEK und der KJM. Allerdings gibt es auch viele Aufgaben, die "lokal" gelöst werden müssen und voraussetzen, dass man sich in der Region auskennt und über die Bedürfnisse der Menschen, die hier leben, Bescheid weiß. Ich denke dabei beispielsweise an die Förderung lokaler Initiativen wie Freifunk oder an unsere vielen Projekte im Bereich Medienkompetenz. Ich denke an das Thema Lokal-TV oder lokales Radio und die Frage, wie der Lokaljournalismus in Zukunft aussieht und wie er finanziert werden kann.

**MediaLABcom: Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) finanziert ebenfalls ein Projekt, bei dem Lokalfernsehen über Satellit verbreitet wird. Gibt es Überlegungen, beide Projekte zusammenzuführen, um zum Beispiel Synergien zu nutzen?**

**Anja Zimmer:** Das tun wir bereits. Mit der Bayerischen Medientechnik nutzen wir beispielsweise den gleichen Dienstleister. Von dieser Zusammenarbeit haben wir auch bei den Gesprächen mit SES Astra und bei der technischen und vertraglichen Umsetzung profitiert. Von diesen Synergien profitieren beide Seiten. Aber es wird auch weiterhin Unterschiede zwischen den Projekten geben. Das liegt unter anderem daran, dass das Programmangebot in Bayern ein anderes ist.

**MediaLABcom: Die MABB war stets eine Speerspitze der Rundfunkdigitalisierung. Ärgert es Sie, dass sich die Kabelnetzbetreiber bislang nicht auf ein Abschaltdatum für das analoge Kabelfernsehen einigen konnten?**

**Anja Zimmer:** Ich wünsche mir, dass es bald einen gemeinsamen Termin gibt, der an die Kabelzuschauer kommuniziert werden kann. Spätestens 2018 soll eine Abschaltung des analogen Kabelfernsehens erfolgen. Das ist meiner Meinung nach ein realistischer Zeitrahmen. Dass es schwierig ist, die verschiedenen Interessen unter einen Hut zu bringen, ist jedem klar, der den Markt kennt: Hier müssen diejenigen einen Konsens erzielen, die sonst hart miteinander verhandeln oder im direkten Wettbewerb miteinander stehen. Und direkte Absprachen sieht ja auch das Kartellamt kritisch. Aber das Ziel ist klar: Die analogen Kanäle werden für digitale Angebote wie HDTV, Internet und Telefonie gebraucht und müssen frei werden. Und wenn immer weniger Zuschauer diese analogen Angebote nutzen, ist es auch wirtschaftlich nicht sinnvoll, dafür so viel Bandbreite zu verbrauchen. Die häppchenweisen "Analogabschmelzungen" helfen irgendwann nicht weiter, zumal dabei kritische Fragen entstehen, wer analog bleibt und wer Platz machen muss. Und auch wenn nicht alle Kabelnetzbetreiber das gerne hören: Auch bei einer Analogabschmelzung gelten Vielfaltskriterien.

**MediaLABcom: Für die im März von der MABB ausgeschriebenen UKW-Frequenzen haben sich mehr Unternehmen beworben als Frequenzen zur Verfügung stehen. Ist die Einführung von DAB+ ein noch größeres Trauerspiel als die Analogabschaltung im Kabel?**

**Anja Zimmer:** Als Trauerspiel würde ich das nicht bezeichnen. DAB+ ist eine gute Technik, die eine gute Audioqualität und ein vielfältiges Programm ermöglicht. Fakt ist aber auch: UKW-Frequenzen haben nach wie vor eine hohe Anziehungskraft, sowohl für Veranstalter als auch für Hörer. Die Daten aus dem letzten Digitalisierungsbericht sind ziemlich deutlich. 93 Prozent der Bevölkerung hören Radio über UKW. 30 Prozent hören ergänzend dazu auch über Kabel/Satellit, 23 Prozent über das Internet

und 10 Prozent über DAB+. Den ca. 144 Millionen UKW-Radios stehen ca. 6,4 Millionen DAB+-Radios gegenüber. Für private Veranstalter, die sich fast ausschließlich über Werbeeinnahmen finanzieren, ist die geringe Verbreitung von DAB+-Endgeräten ein ökonomisches Risiko, das man mit bedenken muss. Außerdem stellt sich natürlich die Zukunftsfrage: Die Zahl der Nutzer, die Radio auch über das Internet empfangen und hören werden, steigt ständig. Durch neue Standards wie 5G wird auch die mobile Bandbreite immer größer. Die eigentlich spannende Frage ist meines Erachtens, von wem und mit welchen Mitteln und Zielen werden künftig Infrastrukturen finanziert - sowohl für Breitband als auch für Rundfunk. Wir werden überlegen müssen, welche Rolle DAB+ dabei spielen kann.

**MediaLABcom: Die DVB-T-Einführung wurde quasi in Berlin geboren. Hier ist die digitale Terrestrik deshalb so erfolgreich, weil es ein breit gefächertes und kostenloses Angebot gibt. Mit Freenet TV werden die Privatsender verschlüsselt und nur noch gegen eine Gebühr von 69 Euro pro Jahr zu empfangen sein. Welche Erfolgchancen räumen Sie DVB-T2 ein, auch mit Blick auf die vielen sozialschwachen Haushalte in der Hauptstadt?**

**Anja Zimmer:** Wenn DVB-T bis Ende 2019 sukzessive abgeschaltet wird, ist das von der MABB unterstützte "Überallfernsehen" leider Geschichte. Ich meine aber, dass dieser Schritt trotzdem wichtig ist. Denn die Umstellung auf HD ist unvermeidbar. Sie wurde von Zuschauern und Programmanbietern gleichermaßen gefordert. Leider geht das nicht ohne Aufwand und Kosten. Denn neue Standards brauchen neue Technik. Und auch, wenn die Verbreitungskosten sinken und die Finanzierung für öffentliche wie private Sender einfacher wird, so sind die Kosten für die privaten Programmanbieter immer noch hoch. Sie haben daher eine andere Finanzierung gefordert. Wir müssen sehen, wie dieses Modell angenommen wird. Das Ganze wird aber auch ein Kommunikationsthema sein. Mit Freenet hat Media Broadcast, die sich um das Thema DVB-T2 HD kümmern, einen neuen Gesellschafter, der sich auch im Endkundengeschäft auskennt. Kommunikativ wird das eine große Herausforderung. Bisher spricht aber vieles dafür, dass sie das schaffen. Es gibt zudem einen von den Medienanstalten begleiteten Runden Tisch, wo wichtige Weichenstellungen diskutiert werden. Ich glaube, der Prozess ist auf einem guten Weg. Ob sich das Modell am Markt durchsetzen wird, wird sich zeigen. Das, was man dafür tun kann, haben wir, denke ich, getan.

**MediaLABcom: Mit dem Internet Protocol und breitbandigen Internetzugängen tritt ein vierter Verbreitungsweg für den Rundfunk auf den Plan. Die MABB fördert zum Beispiel öffentliche Hotspots. Was halten Sie vom Reformvorhaben zur Störerhaftung?**

**Anja Zimmer:** Die MABB setzt sich bereits seit mehreren Jahren für öffentliche WLAN-Netze ein und hat verschiedene Projekte durchgeführt. Seit 2012 können in Berlin und Potsdam von der MABB geförderte WLAN-Hotspots täglich für 30 Minuten kostenfrei genutzt werden. Darüber hinaus fördern wir seit 2013 die gemeinnützige Initiative Freifunk. Zusammen sind das über 700 öffentlich zugängliche Hotspots in der Hauptstadtregion. Und dabei soll es nicht bleiben. Bei allen unseren Projekten wird uns immer wieder die Frage nach der Störerhaftung gestellt. Gerade im gemeinnützigen Bereich gibt es viele Initiativen, die gerne öffentliche Hotspots anbieten würden, aber nicht die finanziellen Mittel für teure Gerichtsverfahren haben. Sie brauchen Rechtssicherheit. Das ist leider noch nicht erreicht. Das Telemediengesetz weitet zwar das sogenannte Provider-Privileg auf private und nebegewerbliche Anbieter offener WLAN-Netze aus. Es bietet für diese Betreiber aber keine Sicherheit vor Unterlassungsansprüchen. Obwohl in der Begründung des Änderungsantrags darauf hingewiesen wird, dass WLAN-Anbieter vor möglichen Abmahnungs- und Gerichtskosten geschützt werden sollen, fehlt der entsprechende Passus im Gesetzestext. Hier muss nachgebessert werden.

**MediaLABcom: Um den Breitbandausbau zu fördern, kam aus den Reihen der Netzallianz und des Bundesverkehrsministeriums der Vorschlag auf, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter Einspeiseentgelte an Netzbetreiber zahlen sollen. Ein gangbarer Weg oder nur der Versuch der Kabelnetzbetreiber, weiterhin Einspeisegebühren von ARD und ZDF kassieren zu können und damit den Ertrag der Eigentümer auf Kosten der Haushaltsgebührenzahler zu erhöhen?**

**Anja Zimmer:** Die Frage, ob die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter Einspeiseentgelte zu zahlen haben, wird an anderer Stelle verhandelt. Wir werden sehen, was dabei herauskommt. Ich kann der Idee, dass Einspeiseentgelte nicht mehr zeitgemäß sind, wenn Netzbetreiber vom Zuschauer und Nutzer für den Anschluss Geld nehmen, etwas abgewinnen. In vielen Ländern zahlt der Netzbetreiber dem Programmanbieter ja sogar Geld, weil das Programm den Anschluss attraktiver macht. Wichtig ist für mich außerdem, dass hier echte Gleichbehandlung herrscht. Es kann nicht sein, dass marktstarke Sendergruppen letztlich umsonst verbreitet werden bzw. sogar Geld bekommen, kleinere und unabhängige Programmveranstalter dagegen Einspeiseentgelte zahlen. Da kommen wir in eine Schieflage, die medienpolitisch nicht hingenommen werden kann.

**MediaLABcom: Und der Vorschlag der Netzallianz?**

**Anja Zimmer:** Wenn aus der Haushaltsabgabe in Teilen auch eine Infrastrukturabgabe gemacht werden soll, halte ich das für problematisch. Anders als zum Beispiel bei terrestrischen Netzen sprechen wir ja nicht mehr über eine reine Rundfunkinfrastruktur, sondern über eine Infrastruktur, die

für unterschiedliche Dienste genutzt wird. So auch dafür, dass große Konzerne, wie Facebook, Apple, Amazon und Google Geschäfte machen - manchmal auch zu Lasten der Inhabeanbieter, die zum Beispiel in der Werbevermarktung durch diese großen Player unter Druck geraten.

**MediaLABcom: Das Thema Breitband spielt für die Medienanstalten eine immer größere Rolle. Könnten Sie sich daher vorstellen, Ausbauprojekte in ländlichen Regionen, in denen der marktgetriebene Breitbandausbau versagt, zu fördern?**

**Anja Zimmer:** Das haben wir in der Vergangenheit im Rahmen unserer Möglichkeiten - wir sind ja nicht für den Breitbandausbau zuständig - bereits getan. So haben wir schon 2009 mit einem Pilotprojekt in Brandenburg europaweit zum ersten Mal eine Rundfunkfrequenz für breitbandiges Internet vorwiegend zur Versorgung ländlicher Räume zur Verfügung gestellt und unter Praxisbedingungen getestet. Wir haben quasi DVB-T-Frequenzen für die Internetversorgung auf dem Land genutzt. Damit haben wir wichtige Anstöße für die Versachlichung der Diskussion zur Nutzung der Digitalen Dividende geliefert. Und das wollen wir auch künftig tun. Unser Blickpunkt ist dabei immer auch die Frage, wie flächendeckende Versorgung mit Medienangeboten sichergestellt wird. Wie können wir zum Beispiel sicherstellen, dass es auch künftig in kleinen Gemeinden so etwas wie eine mediale Grundversorgung gibt? An dem Thema arbeiten wir gerade.

**MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.**

**Neuer Datenschutz: Der große Wurf aus Brüssel oder das totale Chaos?**

*Marc Hankmann*

Mit 173 Erwägungsgründen und 99 Artikeln ist die EU-Datenschutzgrundverordnung (EU-DSGVO) wahrlich kein Schmalhans. Die Suppe, die Brüssel den Mitgliedsstaaten eingebracht hat, dürfen nun die nationalen Datenschutz-Küchenmeister auslöffeln. Hierzulande, wo der Schutz persönlicher Daten sehr hoch gehalten wird, muss man sich nun mit einer Verordnung auseinandersetzen, die wesentlich umfangreicher als das Bundesdatenschutzgesetz ausfällt. Wie mag das erst in anderen Ländern aussehen?

### **Kein Stein bleibt auf dem anderen**

Experten schätzen, dass rund 120 deutsche Gesetze aufgrund der EU-DSGVO umgeschrieben werden müssen. Es lässt sich erahnen, dass sich nicht nur die Datenschutzbeauftragten aus Bund und Ländern mit der Verordnung befassen müssen. Und das alles bis zum 25. Mai 2018, denn dann endet die zweijährige Übergangszeit. Bis dato müssen die nationalen Gesetzgebungsverfahren laut EU-DSGVO abgeschlossen sein.

Angesichts der Mammutaufgabe eine zu kurze Frist, wie der Berufsverband der Datenschutzbeauftragten Deutschlands (BvD) meint. Auf seiner Webseite läuft ein Timer rückwärts, der die Tage bis zum 25. Mai 2018 zählt. "Die Herausforderung bestehe laut BvD darin, "sich mit dem Regelwerk der DSGVO vertraut zu machen, den individuellen Umstellungsbedarf festzustellen und dabei die laufende Gesetzgebung zum Datenschutz auf nationaler Ebene nicht unberücksichtigt zu lassen."

### **Der formale Weg**

Und dann begann es: die Vollgas-Performance mit angezogener Handbremse. Nur zur Auffrischung für diejenigen, die Gesetze machen und die Praxis vergessen: Die Unternehmer beschwerten sich bei der EU-Kommission. Diese bat die Bundesregierung um Stellungnahme, welche diese wiederum bei der Landesregierung einholte, die ihrerseits bei der von ihr beauftragten Landesfinanzinstitution um Auskunft ersuchte. Diese jedoch holte den Rat der in ihrem Auftrag mit der praktischen Durchführung beauftragten Beratungsfirma ein.

Selbige musste sich vermutlich erst einmal wieder sachkundig machen (Verfahren: "cover your ass"). War sie etwa zwischenzeitlich in den Vollzug der Ausschreibung seitens des Hauptgewinners der Ausschreibung involviert? Bis das alles im Rückwärtsgang wieder bei der EU-Kommission gelandet war, schreibt man Mitte 2015.

### **Zweifel und Unbehagen**

Die Verabschiedung der EU-DSGVO wird auf dem politischen Parkett allgemein begrüßt. Experten erheben jedoch Zweifel, ob der EU mit der Verordnung wirklich der große Wurf gelungen ist. Unternehmen beschleicht ein mulmiges Gefühl angesichts der vielen Freiheiten, über die der nationale Gesetzgeber bei der Umsetzung der EU-DSGVO verfügt. Bislang weiß keiner, was am Ende dabei herauskommt. So soll ein Nutzer zum Beispiel seine persönlichen Daten von einem Anbieter zum nächsten mitnehmen können. Wechselt also jemand von Facebook zu einem anderen sozialen Netzwerk, muss sichergestellt sein, dass er seine Bilder oder Posts mitnehmen kann. Wie das in der

Praxis umgesetzt werden kann, weiß derzeit niemand.

Auch der Begriff vom "berechtigten Interesse" in der EU-DSGVO sorgt für Bauchschmerzen. Demnach kann ein Unternehmen ein berechtigtes Interesse an der Verarbeitung personenbezogener Daten geltend machen. Unter dieses Interesse zum Datensammeln fällt auch Direktmarketing. Unternehmen können also Verbraucher mit personalisierter Werbung "beglücken", ohne dass sie dazu ihre Zustimmung benötigen.

### **Rekordverdächtige Lobbymaschinerie**

Was ebenfalls feststeht, und das dürfte die Wirtschaft ebenfalls beunruhigen, sind die Strafen für Verstöße: Bis zu 20 Millionen Euro oder 4 Prozent des Vorjahresumsatzes können fällig werden, wenn den Anordnungen der jeweiligen Aufsichtsbehörde nicht Folge geleistet wird. Das kann sich die EU-Kommission als Erfolg ans Revers heften - angesichts der Lobbymacht, die viele einstmalige Vorhaben verwässert hat. Die Bürgerrechtsorganisation European Digital Rights spricht von einer der größten Lobbykampagnen in der europäischen Geschichte und der Verbrauchzentrale Bundesverband von einer Lobbyarbeit unbekanntes Ausmaßes durch europäische und US-amerikanische Wirtschaftsverbände.

Also packt die Lobbymaschinerie in Brüssel die Koffer und fliegt zu den Regierungssitzen der Mitgliedsstaaten (einzig den Flug nach London könnte man sich eventuell sparen). Sie treffen auf relativ unbedarfte Politiker, denn selbst Experten sind bislang noch damit beschäftigt, den Verordnungs-Riesen in seiner Gesamtheit zu erfassen – ganz zu schweigen von möglichen Interpretationen, welche Auswirkungen er auf den Datenschutz in Deutschland haben könnte.

### **Kompromiss mit Ausnahmen**

Die Gestaltungsfreiheiten für den nationalen Gesetzgeber rühren auch daher, dass die Verordnung ein großer Kompromiss der 28 Mitgliedstaaten ist. Zwar hat sich Brüssel stark am deutschen Datenschutzrecht orientiert, aber das deutsche Konzept zur Anonymisierung bzw. Pseudonymisierung wurde beispielsweise nicht übernommen. Außerdem haben Dänemark und Großbritannien in einigen Bereichen Ausnahmen ausgehandelt. Die Dänen können darüber hinaus noch entscheiden, ob sie die Verordnung in nationales Recht umsetzen wollen. Durch den Austritt Großbritanniens und der Extrawurst für Dänemark könnte es in zwei Jahren also nicht weit her sein mit einem einheitlichen, europaweiten Datenschutz.

### **EU-DSGVO vs. "Patriot Act"**

Spätestens an den Grenzen der EU wird der EU-Datenschutz zum Papiertiger, auch wenn er für sämtliche Unternehmen gilt, die in der EU tätig sind, ganz gleich, wo sie ihren Hauptsitz haben. Doch so lange in den USA der "Patriot Act" geltendes Recht ist, kann Brüssel noch so hohe Datenschutzstandards etablieren, die USA werden weiterhin einen umfangreichen Zugriff auf Daten aus Europa haben.

Da hilft auch der kürzlich in Kraft getretene "Privacy Shield" nichts, der das Safe-Harbour-Abkommen ersetzt und ohnehin unter Experten als Feigenblatt gilt. Er zeigt jedoch, wie schnell die Entwicklung in Sachen Datenschutz voranschreitet. Der Gesetzgeber muss die EU-DSGVO also nicht nur in einer kurzen Übergangszeit in nationales Recht umsetzen, sondern auch mit dieser Entwicklung Schritt halten. Der Druck wird angesichts anstehender Wahlen noch höher, will man je nach Wahlausgang anschließend nicht wieder von vorne anfangen.

### **21 Jahre alte Richtlinie**

Hinter den Kulissen wird also hektische Betriebsamkeit herrschen. Datenschutzexperten müssen die EU-DSGVO interpretieren, der Gesetzgeber muss seine Rechtslage anpassen und Lobbyisten jedweder Couleur werden versuchen, Einfluss auf das Gesetzgebungsverfahren zu nehmen. Die Zeit läuft. Die der Datenschutzrichtlinie aus dem Jahr 1995 war längst abgelaufen. Ob die Datenschutzgrundverordnung ebenfalls 21 Jahre überdauert, scheint angesichts der Kritik an ihr, aber vor allem aufgrund des Tempos der Digitalisierung zweifelhaft.

**Haushaltsabgabe für Glasfaserausbau... oder: Bürgersteuer zugunsten PriviliGIERter**

*Heinz-Peter Labonte*

Jetzt bricht sich die Gier der Mitglieder der Netzallianz vollends Bahn. Sie wollen die Haushaltsabgabe für ARD und ZDF, um die eigenen Versäumnisse beim flächendeckenden Breitbandausbau in Deutschland zu kaschieren. Thomas Rudl kommentiert in der "Netzpoltik" (28. Juni 2016) zurückhaltender:

"Die im Verkehrsministerium angesiedelte Netzallianz verlangt, dass öffentlich-rechtliche Sender wieder Gelder an Kabelnetzbetreiber zahlen. Dadurch soll der Breitbandausbau querfinanziert werden. Mitspielen will dabei jedoch niemand. Die Kabelnetzbetreiber wollen wieder Gebühren erhalten, um öffentlich-rechtliche Programme bei sich einzuspeisen. Unterstützung erhalten sie dabei bloß vom Verkehrsministerium. Die Kabelnetzbetreiber halten weiterhin an ihrer Forderung fest, Geld für die Einspeisung öffentlich-rechtlicher Sender in ihre Netze zu verlangen. Unterstützung erhalten sie dabei vom Bundesverkehrsministerium (BMVI), das mit diesen Mitteln gern den Breitbandausbau quersubventionieren würde. So steht es im jüngst vorgestellten "Kursbuch Netzausbau" der Netzallianz, einem im BMVI angesiedelten Arbeitskreis der Telekom-Industrie."

### **Ein Franke gegen Bayern und Justiz**

Der Franke im Bundesverkehrs- und "Infrastrukturministerium" schert sich offenbar einen Kehrriem um die föderalen Strukturen und die Zuständigkeiten der Rundfunkpolitik bzw. die Rundfunkhoheit der Länder. Er erkaufte sich das Wohlwollen der TK-Industrie nicht nur zulasten der mittelständischen und kommunalen Unternehmen. Nein, auch auf Kosten der Länder und der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Wie sagte doch ZDF-Intendant Thomas Bellut schon bei der Aufkündigung der Zahlungen an Unitymedia und Vodafone (damals noch Kabel Deutschland): Es sei nicht mehr zu rechtfertigen, dass Gebühren an Unternehmen gezahlt würden, die mit der Vermarktung der öffentlich-rechtlichen Programme Geld verdienen. Er hätte hinzufügen müssen: "während die unabhängigen mittelständischen und kommunalen Netzbetreiber noch nie einen Pfennig oder Cent aus dem Gebührenkuchen bekommen haben."

Die Netzallianz und die vom fränkisch geführten "Mysterium" berufenen, weit überwiegend vertretenen Großunternehmen mit dem Ex-Staatsmonopolisten und seinen privatisierten Kabelderivaten interessiert aber offenbar weder die ordentliche Gerichtsbarkeit noch die Rundfunkhoheit Bayerns oder gar der übrigen Bundesländer.

### **Was sind schon 60 Millionen Euro...**

Bis 2012 zahlten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten rund 60 Millionen Euro an die einst vom Ex-Staatsmonopolisten Deutsche Telekom privatisierten Derivatunternehmen Kabel Deutschland und andere. Ein Schelm, der behauptet, die von den Bundestagsparteien kontrollierten Kontrollgremien von ARD und ZDF hätten dies nur getan, um den Verkaufspreis um eine Dreiviertelmilliarde Euro nach oben zu treiben.

Und jetzt sollen diese 60 Millionen Euro vielleicht sogar unmittelbar von der Haushaltsabgabe unter Umgehung der Kontrollinstanzen KEF und KEK direkt an die Mitglieder der Netzallianz abgeführt werden? Natürlich wieder, wie schon bei der ersten Verteilung, ohne die im Wettbewerb zu den Allianzmitgliedern stehenden Mittelständler aus Handwerk und Wohnungswirtschaft oder neue Wettbewerber aus kommunalen Versorgungsunternehmen zu berücksichtigen.

### **...gegenüber benötigten 21 Milliarden Euro?**

Die Begründung ist bereits im Kursbuch für das erste Quartal 2016 zu erfahren. Dort setzt sich die Netzallianz für die Zahlung von Einspeiseentgelten an Netzbetreiber für Übertragungsverpflichtungen gegenüber den Chefs der Staatskanzleien der Länder ein. Denn die Allianzer benötigten Planungssicherheit und mehr Handlungsspielraum. Sie hätten ihre "Absicht bekundet", die zusätzlichen Mittel und finanziellen Spielräume (60 Millionen Euro, sic.!) für Investitionen in den Breitbandausbau zu nutzen. Keine Garantie gegeben! Nein, nur die "Absicht bekundet".

In den breitbandig unterversorgten Gebieten Deutschlands fehlen 10 Millionen Anschlüsse, wie MediaLABcom unter Hinweis auf die bereits im Breitbandgipfel 2014 dokumentierten und auf dem Server des BMWi schlummernden Unterlagen mehrfach berichtete - auch über die 15 Milliarden Euro zu aktivierendes privates Investitionskapital zur flächendeckenden Versorgung zusätzlich zu den bereits heute zur Verfügung stehenden rund 6 Milliarden Euro öffentlichen Geldern von Bund und Ländern. Vor dem Hintergrund der Niedrigzinsen und drohenden Strafzinsen für deutsche Kapitalanleger sind 4 bis 8 Prozent Zinserträge für Investitionen in neue Glasfaserinfrastrukturen nachgewiesen mittel- und langfristig lukrativer als die Investitionen der Telekom zuerst in Vectoring und dann nochmals in Glasfaser - in jedem Fall aber mehr als die Telekomdividende von 3,5 bis 3,6 Prozent (Aktienkurs um 15,40 Euro bei 0,55 Euro Dividende). Die Unternehmen der Netzallianz bekunden dagegen die Absicht, für die durchschnittlich 2.100 Euro, die pro zu installierenden Anschluss anfallen, immerhin 28.574,43 Haushalte pro Jahr mit der Haushaltsgebühr im Rahmen ihrer erweiterten Handlungsspielräume anzuschließen.

### **Gier frisst politischen Verstand und Realitätssinn**

Als Autor dieser Glosse biete ich Ihnen, dem/der geneigten LeserIn, folgende Wette an: Sollte sich der Wunsch der Netzallianz und des "Infrastrukturministeriums" politisch erfüllen, werden die

Zusatteinnahmen vorrangig im Interesse der Aktionäre genutzt, zur Rückführung von Schulden, Erhöhung von Dividenden oder für die Boni des Managements.

Auf Seiten der Unternehmen darf man jubeln, denn das "Mysterium" wurde von den Interessen der - von ihm selbst eingeladenen - Lobbyisten überzeugt. Dass aber die anwesenden Politikprofis sowohl den Verstand wie auch den Realitätssinn für das feine Gespür der BürgerInnen und WählerInnen so gewaltig unterschätzen, erstaunt nach den großkarierten Erfahrungen mit diesem "Infrastrukturmysterium" kaum noch. Offenbar gilt das erweiterte Münzfering-Axiom: Die Gier der Heuschrecken frisst auch politischen Verstand und Realitätssinn.

### **Fazit**

Würde sich die Bundesregierung endlich einmal konstruktiv mit den ihr vorliegenden, unter Mitwirkung aller Marktteilnehmer gewonnenen Ergebnissen und Dokumenten beschäftigen, gepaart mit die Sparerinteressen berücksichtigenden Konzepten der Finanzpolitik, wären die mit Breitband unversorgten Gebiete im Rahmen des Juncker-Plans beschleunigt unter Schonung der öffentlichen Haushalte bis 2018 angeschlossen - und das sogar verbunden mit einem Konjunkturprogramm für ländliche Räume. Aber das ist wohl ein zu kleines Karo für Träger großkarierter Mode.

## **McKinsey und Deloitte statt Steinmeier und Merkel - wenn Unternehmensberater Politik machen**

*Marc Hankmann*

Müsste man Unternehmensberatern eine politische Farbe zuordnen, dann wäre es grau. Denn oftmals weisen sie durch ihre Studien und Gutachten den Ministerien den Weg aus selbstverschuldeten Misere. Vom Einfluss externer Berater weiß Otto Normalverbraucher nicht viel. Warum sollen wir also noch Politiker wählen, wenn doch die Unternehmensberater letztendlich entscheiden?

### **Steuergeld für Unternehmensberater**

Jüngstes Beispiel: Verteidigungsministerin Ursula von der Leyen weiß nicht mehr weiter und beauftragt externe Berater mit der Überprüfung von Rüstungsvorhaben und der Beschaffung von Rüstungsgütern. Das ist eigentlich die Aufgabe ihrer Mitarbeiter. Dafür existiert sogar eine eigene Behörde, die dem Ministerium unterstellt ist und die derartige Vorhaben prüft. Laut "Die Zeit" blättert von der Leyen aber 300 Millionen Euro an Steuergeldern für die externen Berater hin. Und das nicht zum ersten Mal. Bereits vor zwei Jahren hat sie KPMG engagiert, um Rüstungsvorhaben sowie interne Prozesse im Ministerium zu überprüfen.

In dieser Zeit holte von der Leyen zudem die McKinsey-Beraterin Katrin Suder als Staatssekretärin ins Verteidigungsministerium. Während die KPMG-Experten, die übrigens auch Rüstungskonzerne beraten, damals für ihre Expertise 1,15 Millionen Euro erhielten, hieß es im März noch, dass McKinsey eine von drei Unternehmensberatungen sein soll, die für über 200 Millionen Euro zukünftige Rüstungsvorhaben überprüfen soll. Jetzt spricht "Die Zeit" schon von 300 Millionen Euro.

### **Am falschen Ende gespart**

Natürlich kann man nicht vollends auf die Expertise von externen Beratern verzichten. Entsprechende Markt- oder Trendanalysen sind sicherlich sinnvoll für die politische Entscheidungsfindung - gerade wenn es um solche unsicheren Dinge wie den Einfluss der Digitalisierung auf unsere Gesellschaft geht. Eigentlich wissen wir doch nur, dass sie ziemlich schnell und recht umfangreich vorantreibt sowie der damit einhergehende Breitbandausbau, fest und mobil, sehr teuer wird. Details dazu lassen sich in etlichen Gutachten und Studien des Bundeswirtschafts- und des Bundesverkehrsministeriums nachlesen. Je nachdem, wer beauftragt wurde, fallen die Kosten mal höher, mal tiefer aus.

Es wäre allerdings sinnvoll gewesen, wenn sich Verkehrsminister Alexander Dobrindt beim Thema Breitbandausbau externen Sachverständigen ins Verkehrsministerium geholt hätte. Der Bundesrechnungshof rügte Anfang des Jahres das Vorgehen Dobrindts. Er habe es versäumt, den tatsächlichen Mittelbedarf für den Breitbandausbau zu erheben und auch von den Grundsätzen eines geordneten Verwaltungshandelns ist Dobrindts Team wohl weit entfernt. Stattdessen soll es aus der Netzallianz eine Studie darüber geben, welche Bandbreiten und Latenzzeiten Wirtschaft und Gesellschaft in den kommenden Jahren benötigen. Warum will man solche Zahlen wissen, wenn doch eigentlich jedem klar ist, dass die Zukunft der Glasfaser gehört, da sie die höchsten Bandbreiten und die geringsten Latenzzeiten bietet?

### **Ausgaben für externe Berater explodieren**

Sinnhaftigkeit hin oder her, bedenklich ist auf jeden Fall, dass sich politische Entscheidungsträger immer häufiger auf externe Berater verlassen. Laut einem Bericht des Bundesrechnungshofs stiegen die Ausgaben der Bundesverwaltung von 22,2 Millionen Euro im Jahr 2007 auf 48,4 Millionen Euro im Jahr 2012. Von der Leyen katapultiert diese Ausgaben in völlig neue Dimensionen.

Hierbei muss man jedoch beachten, dass der Rechnungshof lediglich die Beauftragungen externer Berater ab einer Summe von 50.000 Euro berücksichtigen kann. Werden Verträge mit Beratungsunternehmen so gestückelt, dass sie unter diese Grenze fallen, müssen sie dem Bundesfinanzministerium ebenso wenig wie die Namen der Auftragnehmer gemeldet werden. Kein Wunder, das der Rechnungshof mehr Transparenz fordert, den die 48,4 Millionen Euro sind nur ein Tropfen auf dem heißen Stein. Zählt man sämtliche Aufträge an Dritte zusammen, so gab der Bund nach Angaben der "Welt" von 2009 bis 2013 fast eine Milliarde Euro aus. Das klingt schon eher nach von der Leyen.

Wenn dann noch wie im Fall des Verteidigungsministeriums ehemalige Unternehmensberater in den Staatsdienst wechseln, erhält das Ganze einen mehr als faden Beigeschmack. Angesichts des lukrativen Auftraggebers aus Berlin müsste die Branche der Unternehmensberater eigentlich demnächst einmal über eine Namensänderung nachdenken – vielleicht in Unternehmens- und Politikberatung. Eine solche Extrovertiertheit ist ihr jedoch völlig fremd. Wie gesagt, die politische Farbe wäre grau.

**Machen nur dumme Unternehmer den gleichen Fehler zweimal? Oder: Ex-Telekomchef Obermann ist gescheit, er baut auf Zukunftsnetze**

*Heinz-Peter Labonte*

Wie schön wäre das gewesen: Der Deutschen Telekom werden von der noch immer mit einer erklecklichen Zahl von beamteten Ex-Kollegen vertretenen und einem ihr offenbar gewogenen EU-Präsidenten und EU-Kommissar ihre Marktvorteile durch Vectoring im Nahbereich im zweiten Anlauf kurzerhand gewährt. Wenn auch zulasten einer nachhaltigen Infrastruktur. Okay, die Internet-Stiftung (Internet Economy Foundation - IEF) kritisiert die Telekom dafür, dass sie sich vor konkurrierenden Glasfaserentwicklungen schütze und den Wettbewerb behindere. Ein Teil dieses Wettbewerbs sichert sich im "Infrastrukturmysterium" über die Netzallianz die eigenen Vorteile und das Ohr des Bundesministers. Als telekomderivative Kabelunternehmen trifft man sich regelmäßig in der Netzallianz und Verbänden. Bei der IEF drängt sich der Eindruck purer Lobbyarbeit auf.

#### **Konsolidierung und Subkonsolidierung des TK-Markts?**

Vermutliches Ziel der Netzallianzkartellanten: Die Telekom ist schon flächendeckend im deutschen Markt. Vodafone Kabel in 13 und Unitymedia in den übrigen drei kaufkräftigen Bundesländern. Die Hochzeit findet dann endlich im Himmel nach dem Brexit statt: in London - zwischen Vodafone und Liberty Media. Soll die EU doch schauen, wo sie bleibt. Angelsachsen unter sich.

Um die Subkonsolidierung kümmert sich Tele Columbus (TC). Mittelständler und Kommunen werden durch EU-Kommission, Nichtbeachtung seitens der Politik und Regulierung am Wachstum gehindert. Motto frei nach Janosch: "Oh wie schön ist Panama..." Alles lief wie am Schnürchen. Und dann das!

#### **Zieht euch warm an**

Offenbar waren sich die Netzallianz, Bundesnetzagentur, Kartellamt und "Infrastrukturmysterium" ihrer Sache zu sicher. Das Kundensicherungsprogramm der Telekom, Vectoring im Nahbereich, hat die Erfahrungen vergessen. 1998 verkaufte sie das falsche Netz. Jetzt setzt sie wieder aufs falsche Netz. Offenbar ist die Erfahrung von Ron Sommer, Schwarz-Schilling und Bötsch im Orkus der Geschichte verschwunden. Oder sollte das Wort, "nur Dumme machen den gleichen Fehler zweimal", nicht für Organisationen, sondern nur für menschliche Individuen gelten? Während die Telekom unter dem Wehklagen der deutschen Konkurrenten wie 1998 auf ihren Klingeldraht setzt, blasen die Angelsachsen und kluge deutsche Unternehmen bzw. Unternehmer zum Angriff. Sie haben nämlich begriffen, dass Investitionen in die Glasfaserzukunft mehr Ertrag bringen als solche in den guten alten Klingeldraht.

#### **Langfristig zukunftsfähige Netze**

Zwar übernimmt die Telekom inzwischen auch Kupferkoaxialnetze von der Wohnungswirtschaft. Gleichzeitig geht sie mit Glasfaser immer näher an die Kunden heran (FTTC). Ihr Ex-Chef und angeblicher Freund des gegenwärtigen Chefs steigt derweil in die Glasfasererschließung Deutschlands ein. Als Repräsentant eines der ganz großen Private-Equity-Fonds. Und als Wettbewerber. Ebenso wie der vom ehemaligen SPD-Vorsitzenden Müntefering als der Inbegriff der Heuschrecken beschriebene US-amerikanische Private-Equity-Fonds KKR. Wirtschaftliche Gestaltungsbereitschaft gegen bürokratisches Beharrungsvermögen.

#### **Die Investoren-Lemminge**

Man weiß es: Kapitalanleger sind wie Lemminge: wenn ein nachgewiesenermaßen erfolgreicher

Kapitalanleger wie KKR oder gar zwei, nämlich außerdem Warburg Pincus und auch die Deutsche Beteiligungs AG, in Glasfaser investieren, ist der wirtschaftliche und finanzielle Erfolg abzusehen und aus der Vergangenheit nachweisbar. Deshalb wollen alle mitmachen. Die Nachfrage auf Investitionsmöglichkeiten und Beteiligungen auch in regionale und mittlere Unternehmen hat deshalb ebenfalls schlagartig zugenommen. Family Offices stehen bei in der Vergangenheit erfolgreichen "Serial Entrepreneurs" ebenso Schlange wie bei den in diesem Sektor ausgewiesenen Private-Equity-Fonds.

### **Die nächste Phase**

Die Illusion des Kartells der "Großen Zwei" (einerseits Telekom und andererseits Vodafone/Liberty Global) platzt gerade. Mit der Übernahme von Versatel durch den deutschen Konzern und Marketingprofi United Internet (UI), mit seinem neuen Produkt für Businesskunden als 1&1 Versatel, dürfen sich die Karpfen im Teich den Hecht schon mal anschauen.

Die gleichzeitige 25,1-prozentige Beteiligung von UI an Tele Columbus verdeutlicht die Strategie. Schaut man dann noch auf die Initiatoren, Akteure und Mitglieder der Internet Economy Foundation (IEF), wird sehr schnell klar, dass hier kluge Köpfe entschlossen sind, Fehler eben nicht zweimal zu machen. Oder glaubt irgendjemand, es sei Zufall, dass hierzu auch Ralph Dommermuth und René Obermann neben anderen Erfolgreichen gehören? Nein, Sie haben es als Unternehmer bewiesen, sie setzen auf nachhaltige Zukunftsstrukturen.

### **Rationales Wachstum von United Internet**

Es ist doch nur logisch, dass sich Tele Columbus mit der Beteiligung von UI unter Führung des erfahrenen TC-CEO Ronny Verhelst und seinem CFO nebst Kollegen zu dem dritten Mitspieler am IT-Markt in Deutschland mit vielen Vorteilen im Heimatmarkt entwickeln wird. Man muss nicht besonders klug sein, um zu erkennen, dass die Beteiligungsstrategie von UI an der Backbone-Infrastruktur von Versatel nebst Anschluss von Businesskunden ans Internet eine sehr rationale Ergänzung durch die Beteiligung an Tele Columbus erfährt. Jedenfalls erscheint es wettbewerbspolitisch logisch, TC als mittelfristigen Kooperationspartner von UI und Mittelstand zu sehen. Ähnliches gilt für eine langfristige Verschmelzung von TC und UI.

### **Fazit**

Es ist schön und unterhaltsam zugleich, zu sehen und zu beobachten, wie sich das "Infrastrukturmysterium" mit seinen Förderprogrammen selbst beweihräuchert und dabei das Bundesfinanzministerium erneut zuschaut, wie sein Bundesbeteiligungsunternehmen wieder einmal die gleichen Fehler macht. Quod erat demonstrandum: Die Weisheit, dass nur Dumme den gleichen Fehler zweimal machen, gilt auch für Unternehmen und deren individuelle Führung. Aber das hinderte ja auch Ron Sommer und seine Mannschaft nicht daran, gut bezahlte Fehler machen zu lassen.

Alles digital, oder was? Warum im Kabel analoges Fernsehen immer noch gefragt und dessen Abschaltung schwer ist

Marc Hankmann

Anfang des Jahres haben die Medienanstalten eventuell den Mund etwas zu voll genommen. "Der analoge TV-Empfang über Kabelnetze in Deutschland soll 2018 enden", hieß es in einer Mitteilung der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) vom 2. Februar 2016. Dies sei das Ergebnis von Branchengesprächen zum Analog-Digital-Umstieg im Kabel, die der Direktor der Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA) Martin Heine moderierte. Nur vier Monate später, auf der ANGA COM in Köln, klang das schon anders. "Es ist ein Signal der Kabelnetzbetreiber notwendig, dass sich ein Runder Tisch lohnt", sagte Heine in einer Diskussionsrunde auf der Kongressmesse und forderte Kompromissbereitschaft von den Kabelgesellschaften ein.

### **Analognutzung: "Haben Respekt davor"**

Von einem Kompromiss zur Abschaltung des analogen Kabelfernsehens kann keine Rede sein. "Wir sind von einem Konsens noch etwas entfernt", redete Annette Schumacher, Head of Regulatory Media & State Aid bei Vodafone, die Situation schön. Stefan Beberweil, Chief Marketing Officer der Tele Columbus AG (TC), wurde in Köln schon deutlicher: "Es gibt kaum Ansätze für einen Konsens." Während laut dem Jahrbuch der Medienanstalten das Kabel im Durchschnitt zu 77,1 Prozent digital ist, schauen noch ein Drittel der TC-Kunden analoges Fernsehen. "Davor haben wir durchaus Respekt", sagte Beberweil.

### **Wohnungswirtschaft erwartet unverschlüsselte SD-Programme**

Aus Sicht der Kabelnetzbetreiber ist der Schuldige damit ausgemacht: Die Wohnungswirtschaft. Sie frage immer noch analoges Fernsehen nach und nutze hierfür den Wettbewerb auf der Netzebene 4 aus. "Da, wo im Kabel Wettbewerb herrscht, wird die Digitalisierung verhindert", wettete Michael

Müller, Senior Vice President Distribution bei ProSiebenSat.1 Media, auf der ANGA COM. "Zudem erwartet die Wohnungswirtschaft nach einer Analogabschaltung für ihre Mieter weiterhin unverschlüsselte private SD-Programme", erklärt Heine auf Anfrage von MediaLABcom.

Hierzu erklärte Axel Gedaschko, Präsident des Bundesverbands deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen (GdW), [in der vergangenen Ausgabe](#), die privaten Sendergruppen aufgefordert zu haben, "einen Weg der digitalen Übertragung über den vom Bundeskartellamt bestimmten Zeitraum hinaus unverschlüsselt zu belassen." Aufgrund kartellrechtswidriger Absprachen haben sich die Mediengruppe RTL Deutschland und ProSiebenSat.1 dazu verpflichtet, ihre digitalen SD-Programmsignale auf den Übertragungswegen Kabel, Satellit und IPTV bis 2023 unverschlüsselt zu verbreiten.

### **Kartellbeschwerde denkbar**

Die Kartellwächter könnten auch bei einem ausgehandelten Branchenkompromiss noch dazwischenfunken. Zwar ist sich MSA-Chef Heine sicher, dass sie den Kompromiss zum Beispiel für ein bundesweites Abschaltdatum an sich nicht rechtlich aufgreifen würden, aber er schließt auch nicht aus, dass sich einer der Beteiligten vielleicht von einem solchen Kompromiss drangsaliert fühlen könnte und daher beim Bundeskartellamt Beschwerde einlegt. Ohne es auszusprechen, dürfte klar sein, wer dafür in Frage käme - natürlich der, der vor einer Analogabschaltung am meisten Angst hat: die Wohnungswirtschaft.

Doch ganz so einfach ist der Immobilienbranche der Schwarze Peter nicht zuzuschieben, denn auch die Kabelnetzbetreiber trauen der Abschaltung nicht so recht über den Weg. Laut Heine bestehe die Sorge, "dass die Einstellung des analogen Kabelangebotes bei Kabelunternehmen zu Wettbewerbsnachteilen, Rechtsunsicherheiten bei den Gestattungsverträgen und zu Einnahmeverlusten führt." Dagegen kontert ProSiebenSat.1-Mann Müller, dass er keine Reichweitenverluste befürchte. "Wir könnten uns die Einspeisegebühren für analoges Fernsehen sparen", erläuterte er auf der ANGA COM.

### **Angst vor Reichweitenverlusten**

Das Thema Reichweitenverluste treibt jedoch die Spartensender um. In der analogen Kabelwelt konkurrieren sie mit maximal 30 anderen TV-Programmen, in der digitalen Welt sind es hunderte. "Das führt dazu, dass analoge Reichweite immer noch nachgefragt wird", erklärte Stefan Liebig, Vorsitzender des Arbeitskreises Sparten- und Zielgruppensender im Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT), in Köln. Ein Spartensender im Free-TV ist unterhalb einer TV-Reichweite von einem Prozent "nicht mehr wahrnehmbar", so Liebig – insbesondere nicht für Werbetreibende, was wiederum das Geschäftsmodell eines solchen Senders ins Wanken bringt. Sollte kein einheitliches Abschaltdatum gefunden werden, plädiert Liebig für eine inselweise Analogabschaltung.

Damit beißt er jedoch bei Vodafone auf Granit. Eine sukzessive Abschaltung kommt für Justiziarin Schumacher nicht in Frage. Kurios, denn eigentlich findet genau diese Abschmelzung schon statt. Immer wieder werden analoge Kapazitäten punktuell digitalisiert, denn die Kabelnetzbetreiber wollen ihre Internetbandbreiten erhöhen und ihr HD-Angebot vergrößern. Die Leidtragenden sind die Spartensender, die auf diese Weise ihre analoge Reichweite einbüßen.

### **"Zeichen der Machbarkeit"**

Trotz der unterschiedlichen Positionen weiß auch Schumacher, dass ein Kompromiss unter allen Marktteilnehmer die einfachere Lösung ist, denn ansonsten droht der Gesetzgeber das Heft in die Hand zu nehmen - wie etwa in Sachsen, wo die Abschaltung des analogen Kabelfernsehens im Jahr 2018 gesetzlich festgeschrieben ist. Doch auch hier ist sich die Branche nicht einig. TC-Mann Beberweil ist vielmehr der Meinung, dass man für die Abschaltung den Gesetzgeber brauche.

Aber Martin Heine bleibt optimistisch. Zum einen weil Unitymedia bereits 2017 das letzte analoge TV-Signal im Kabel verbreiten will. Das werde laut Heine ein "deutliches Zeichen der Machbarkeit" setzen. Zum anderen weil der Digitalisierungsgrad im Kabel zu und die Anzahl der analogen Nutzer entsprechend abnimmt. "Für den neuen Digitalisierungsbericht 2016 prognostiziere ich eine Digitalquote von 80 Prozent", sagt der MSA-Direktor gegenüber MediaLABcom. "Bei dieser Entwicklung lohnt in 2018 der Aufwand für die Analogisierung nicht mehr."

### **Das gallische Dorf**

Die Frage ist, ob die Digitalisierung im Kabel ihre Dynamik beibehält. Angesichts des massiven Widerstands könnte sich auch eine Art gallisches Dorf herauskristalisieren, eine Festung der Unbeugsamen, die das analoge Kabelfernsehen in die ferne Zukunft tragen (zusammen mit ebenso unbeugsamen UKW-Anhängern im Hörfunk). Dass bei Tele Columbus noch ein Drittel der Kunden analoges Fernsehen schaut, ist ein Indiz dafür, dass die Digitalisierungsquote recht heterogen ist und

nicht jeder Kabelnetzbetreiber so schnell ein Niveau erreichen wird, ab dem sich für ihn die Analogverbreitung nicht mehr lohnt.

Sicherlich kann Heine mit seiner Prognose für den nächsten Digitalisierungsbericht der Landesmedienanstalten Recht behalten und die bundesweite Kabeldigitalisierung durchbricht bereits in diesem Jahr die 80-Prozent-Grenze. Aber wäre das nicht zu großen Teilen der Verdienst von Unitymedia, das bereits im vergangenen Jahr mit der Analogabschaltung in drei Bundesländern begonnen hat und ab 2017 nur noch digitales Fernsehen verbreiten will?

### **Weitere Gespräche angekündigt**

Immerhin: Es wird weitere Gespräche für einen Branchenkompromiss geben. "Die Terminabstimmung dazu läuft", so Heine. Sein Ziel ist, die höchst unterschiedlichen Ansichten über die Rahmenbedingungen, unter denen die Abschaltung vollzogen werden soll, zusammenzubringen. "Hier müssen wir noch Brücken bauen", erklärt Heine. Das dürfte alles andere als ein leichtes Unterfangen werden.

## **Kabelweitersendung in der Rechtsprechung – die Auswirkungen des Ramses-Urteils**

*RA Ramón Glaß*

Bereits in [Ausgabe 28](#) hatten wir uns mit dem Urteil des Bundesgerichtshofs (BGH) hinsichtlich der urheberrechtlichen Vergütungspflicht einer privaten Wohnungseigentümergeinschaft (Urteil vom 17. September 2015, Az.: I ZR 228/14 - Ramses) auseinandergesetzt. Zwischenzeitlich war das Urteil auch Gegenstand zweier Gerichtsverfahren vor den Landgerichten Potsdam und Leipzig, in denen Antennengemeinschaften von einer Verwertungsgesellschaft auf Auskunft und Zahlung in Anspruch genommen wurden.

### **Das Ramses-Urteil des BGH**

Der Bundesgerichtshof hatte entschieden, dass eine private WEG mit 343 Wohneinheiten gegenüber der GEMA nicht zur Zahlung verpflichtet ist, weil die Voraussetzungen für eine öffentliche Wiedergabe nach § 15 Abs. 3 Satz 1 UrhG nicht erfüllt waren. Die Wohnungseigentümer stellten eine private Gruppe und gerade keine Öffentlichkeit dar, sodass auch keine öffentliche Wiedergabe in Gestalt einer Kabelweitersendung vorlag.

Zwar sei die Weiterleitung als Wiedergabe einzustufen, die sich zwar nicht an ein neues Publikum richte, aber unter Verwendung eines technischen Verfahrens erfolge, das sich von demjenigen der ursprünglichen Wiedergabe unterscheide. Nicht erfüllt hingegen sei das Erfordernis einer Weiterleitung an eine Öffentlichkeit. Das Kriterium der "recht vielen Personen" nahm der BGH angesichts der Anzahl von 343 versorgten Wohneinheiten problemlos an.

### **Begrenzter Personenkreis**

Allerdings sah er es als nicht gegeben an, dass die Wiedergabe an eine unbestimmte Zahl potenzieller Adressaten erfolgte. Der BGH hat - unter Anwendung der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (u. a. EuGH, Urteil vom 14. Juli 2005, Az.: C-192/04, Slg. 2005, I-7199 - Lagardère/SPRE und GVL) - angenommen, dass sich die Wiedergabe auf einen begrenzten Personenkreis sowie eine private Gruppe beziehe, nämlich die Bewohner der Wohnanlage. Etwaige Wechsel der Bewohner im Laufe eines Jahres, die sich zahlenmäßig bei circa 10 Prozent einfänden, stünden dem nicht entgegen.

Nach Ansicht des Bundesgerichtshofs unterscheide sich der Fall, dass Signale über eine Gemeinschaftsantenne empfangen und dann innerhalb des Wohnkomplexes an die einzelnen Wohnungen weitergeleitet werden, nicht von der Fallgestaltung, dass jeder einzelne Eigentümer für seine eigene Wohnung eine gesonderte Antenne installiert.

### **Die Urteile aus Potsdam und Leipzig**

Mit diesen neuen Erkenntnissen hatten sich nun auch die Landgerichte in Potsdam und Leipzig auseinanderzusetzen. In beiden Verfahren wurde eine Antennengemeinschaft von einer Verwertungsgesellschaft auf Auskunft und Zahlung in Anspruch genommen. Während sich die Verwertungsgesellschaft auf den Standpunkt stellte, dass das Urteil des BGH im jeweiligen Fall nicht anwendbar sei, sahen die Antennengemeinschaften genau dies gegeben.

So hatte das Landgericht Leipzig (Urteil vom 24. März 2016, Az.: 05 O 3478/13) zu prüfen, ob eine öffentliche - und damit vergütungspflichtige - Wiedergabe vorlag oder nicht. Während es die vom Bundesgerichtshof unter Anwendung europäischer Rechtsprechung entwickelten Grundsätze zutreffend zusammenfasste, kam das Landgericht letztlich jedoch zu dem Ergebnis, dass die Antennengemeinschaft keine private Gruppe darstelle und die Weiterleitung damit an eine Öffentlichkeit erfolge. Zur Begründung dieses Ergebnisses führte das Landgericht Leipzig aus, dass

eine Wohnungseigentümergeinschaft unabhängig von der Kabelweitersendung bestehe und diese nicht Hauptzweck der Wohnungseigentümergeinschaft sei. Im Gegensatz dazu sei die Kabelweitersendung bei einer Antennengemeinschaft nicht nur Haupt- sondern nahezu einziger Zweck. Insofern seien die Mitglieder einer Antennengemeinschaft nicht persönlich verbunden und stellten somit keine private Gruppe dar.

Ebenso kommt das Landgericht Potsdam (Urteil vom 7. April 2016, Az.: 2 O 436/14) unter Anwendung einer ähnlichen Argumentation zu demselben Ergebnis. Auch hier folgt das Gericht der Argumentation der Verwertungsgesellschaft und stellt auf einen "übergeordneten Zweck" ab, den eine private Gruppe ausmache, und gab der Klage mithin statt

#### **Kritik: BGH-Grundsätze verkannt**

Sowohl das Landgericht Potsdam als auch das Landgericht Leipzig scheinen jedoch die vom Bundesgerichtshof herausgearbeiteten Grundsätze zu verkennen und etablieren darüber hinaus ein zusätzliches Kriterium: den übergeordneten Zweck. Nur dann, wenn eine Gruppe einen übergeordneten Zweck verfolge, der gerade nicht in der Weiterleitung von Signalen liege, könne man nach Ansicht der beiden Landgerichte von einer privaten Gruppe sprechen.

Dabei scheinen sie jedoch zu verkennen, dass der Bundesgerichtshof ein solches Kriterium gerade nicht heranzieht. Vielmehr stellt er darauf ab, ob eine Öffentlichkeit oder eine private Gruppe vorliegt und macht dies unter anderem auch an der Frage fest, wie die Weiterleitung im Konkreten erfolgt und wer letztlich zu ihr Zugang hat. Der von der Gruppe verfolgte Zweck hingegen wird nicht herangezogen.

#### **Weiterleitung nur an sich selbst**

Dies lässt den Bundesgerichtshof letztlich auch zu der Aussage kommen, dass die Eigentümer eigentlich nur an sich selbst weiterleiten würden – und genauso verhält es sich auch bei einer klassischen Antennengemeinschaft. Die Mitglieder leiten dem Grunde nach ebenfalls nur an sich selbst weiter.

Ob die Urteile zwischenzeitlich rechtskräftig wurden oder ob hiergegen Rechtsmittel eingelegt wurden, war beim Verfassen des Textes noch nicht bekannt. Allerdings dürfte sowohl die wissenschaftliche als auch die technische Diskussion über die Auswirkungen der Urteile des Bundesgerichtshofs, des Landgerichts Potsdam sowie des Landgerichts Leipzig gerade erst am Anfang stehen. Wir werden Sie weiter auf dem Laufenden halten.

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

## **Veranstaltungshinweise**

*Dr. Jörn Krieger*

### **Der Weg in die Gigabit-Gesellschaft**

In ihrem zweiten Symposium Breitbandpolitik wollen die TK-Verbände ANGA, BREKO, BUGLAS und VATM sowie das FTTH Council Europe die Breitbandpolitik in Deutschland kritisch beleuchten. Wirtschaft und Gesellschaft benötigen absehbar flächendeckend verfügbare Gigabit-Breitbandnetze. Wie steht es vor diesem Hintergrund um die politische Breitbandstrategie für das Gigabit-Zeitalter, insbesondere im Hinblick auf das Wahljahr 2017? Diskutiert wird dies mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, darunter Nicola Beer (FDP), Matthias Machnig (BMW), Dr. Thomas Plückerbaum (WIK) und Tabea Rößner (Bündnis 90/Die Grünen). Das Symposium "Der Weg in die Gigabit-Gesellschaft" findet am 7. September 2016 in Berlin statt.

Infos & Anmeldung: <http://www.symposium.ftthcouncil.eu>

### **Blick in die Kristallkugel: Strategischer Ausblick im TK-Markt**

Der Telekommunikationsmarkt ist dynamisch und ideenreich, was das Angebot zahlreicher neuer Dienste beweist. Impulsgeber und Profiteure des Wachstums sind jedoch nicht die Telekommunikationsgesellschaften, sondern Dritte, allen voran Apple, Google, Amazon und Facebook. Die TK-Anbieter konzentrieren sich auf das, was sie am besten können: den Ausbau der Infrastruktur. Die Rahmenbedingungen versprechen jedoch eher Unsicherheit als Stabilität, etwa im Bereich der Regulierung und im Wettbewerb. Auf seiner Jahrestagung am 28. September 2016 in Frankfurt am Main will der Telecommunications Executive Circle das Potenzial neuer Dienste, die Auswirkungen der Regulierung, die Zukunftsfähigkeit der Infrastruktur und den Einfluss des Brexit diskutieren. Zu den

Referenten zählen Francis Deprez (Detecon), Wilhelm Dresselhaus (Nokia), Wilhelm Eschweiler (BNetzA), Roman Friedrich (PwC), Jürgen Hernichel (Versatel), Rickmann von Platen (mobilcom-debitel) und Martin Witt (1&1).

Infos & Anmeldung: <http://www.tec-deutschland.de/anmeldung/42/anmeldung-zur-veranstaltung>

## Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

### Digitalquote im Kabelnetz steigt auf 77 Prozent

Der Anteil der Kabelhaushalte mit digitalem Fernsehen liegt derzeit bei 77,1 Prozent. Das entspricht einer Steigerung um 6,4 Prozent innerhalb eines Jahres, wie aus dem neuen [Jahrbuch](#) der Landesmedienanstalten hervorgeht. Die Marke von 80 Prozent, die üblicherweise für einen Analog-Digital-Umstieg Maßstab ist, werde wahrscheinlich noch dieses Jahr erreicht.

"Diese Zahlen bestärken die DLM in ihrem Ziel, die analoge TV-Verbreitung über Kabel im Sinne der Fernsehzuschauer und der Nutzer digitaler Medienangebote bis 2018 zu beenden", sagte Siegfried Schneider, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). "Schließlich bindet die analoge TV-Verbreitung nach wie vor hohe Netzkapazitäten, die schon heute und erst recht in Zukunft immer dringender für HDTV und Internet-Angebote benötigt werden." Die DLM habe daher im Prozess des Umstiegs eine Moderatorenrolle beim nötigen Austausch der Fernsehveranstalter, Kabelnetzbetreiber und Wohnungswirtschaft übernommen.

Insgesamt macht der digitale TV-Empfang den aktuellen Studienergebnissen zufolge gut 90 Prozent der Fernsehwelt aus: Rund 34,3 Millionen TV-Haushalte in Deutschland nutzen an mindestens einem Gerät digitales Fernsehen über einen der klassischen Empfangswege Satellit, Kabel, Terrestrik oder IPTV. Die Landesmedienanstalten und mehrere Verbände haben sich für die Analogabschaltung bis spätestens Ende 2018 ausgesprochen. Unitymedia macht den Anfang und stellt am 30. Juni 2017 als erster Kabelnetzbetreiber die analoge TV-Verbreitung ein.

### Pay-TV und VoD auf Wachstumskurs

Pay-TV und kostenpflichtige Video-on-Demand-Dienste (VoD) erzielten 2015 in Deutschland steigende Umsätze, Nutzer- und Programmzahlen. Die Umsätze legten im Vorjahresvergleich um 12 Prozent auf 2,49 Milliarden Euro zu (2014: 2,22 Milliarden Euro). Im Gesamtmarkt Deutschland, Österreich und Schweiz wuchsen die Umsätze von 2,4 Milliarden auf 2,7 Milliarden Euro. Die Zahlen veröffentlichte der Privatsenderverband VPRT in seiner aktuellen Studie ["Pay-TV in Deutschland 2016"](#). Seit Beginn der VPRT-Erhebung im Jahr 2012 sind die Umsätze damit um über 30 Prozent gestiegen. Für 2016 prognostiziert der Verband einen weiteren Anstieg des Umsatzvolumens um 8 bis 11 Prozent auf rund 2,8 Milliarden Euro in Deutschland beziehungsweise rund 3 Milliarden Euro im deutschsprachigen Raum.

Insgesamt können in Deutschland inzwischen 105 Pay-TV-Sender abonniert werden, der Großteil bietet Unterhaltung, gefolgt von Sport, Dokus, Musik und Kinderprogrammen. Die Zahl der Pay-TV-Abonnenten stieg 2015 auf 7,4 Millionen in Deutschland (2014: 7 Millionen) beziehungsweise 8,2 Millionen im gesamten deutschsprachigen Raum (2014: 7,7 Millionen). Für 2016 prognostiziert der Verband ein weiteres Wachstum auf rund 7,8 Millionen Abonnenten in Deutschland, beziehungsweise 8,7 Millionen in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

### ZDF zeigt erste Ultra-HD-Produktion

Das ZDF zeigt am 25. September 2016 um 19.30 Uhr mit "Mythos Wolfskind - Mogli und die wilden Kinder" seine erste Dokumentation, die vollständig im neuen Bildformat Ultra HD (4K) produziert wurde. Vorab ist die Sendung am 24. September 2016 um 20.15 Uhr bei ARTE zu sehen. Die Dokumentation, die innerhalb der ZDF-Reihe "Terra X" läuft, geht der Frage nach, ob ein Kind außerhalb der Zivilisation überleben kann - ohne elterliche Zuwendung, ganz auf sich gestellt oder in Gesellschaft von Tieren.

Da ZDF und ARTE noch nicht in Ultra HD senden, erfolgt die TV-Ausstrahlung via Kabel, Satellit, IPTV und DVB-T/DVB-T2 in hoher (HD) und herkömmlicher (SD) Bildauflösung. Die Ultra-HD-Version bietet das ZDF seinen Zuschauern als Download auf der ["Terra X"-Webseite](#) sowie über sein HbbTV-Portal auf Smart-TV-Fernsehern an. Über die rote Taste der Fernbedienung eines 4K-fähigen TV-Geräts kann die Dokumentation über die ZDFmediathek im Ultra-HD-Format angesehen werden, das eine viermal höhere Bildauflösung als der HDTV-Standard bietet. Für Zuschauer mit Virtual-Reality-Brille (VR) stellt das ZDF zudem Aufnahmen mit 360-Grad-Rundumblick in 3D-Optik auf seiner [VR-Seite](#) im Internet bereit.

### Fox plant weiteren TV-Sender in Deutschland

Die Fox Networks Group Germany will ihre Senderfamilie vergrößern. Bei der Medienanstalt Berlin-Brandenburg wurde ein Zulassungsantrag für den Spartenkanal The Nature & Wildlife Channel gestellt, wie eine Sprecherin von Fox Networks in München bestätigte. Auch der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich liegt das Vorhaben bereits zur Prüfung vor. Zu Details, etwa zu

Programminhalten, Verbreitungswegen und Starttermin, wollte sich die Sprecherin noch nicht äußern. Die Fox-Gruppe betreibt in Deutschland derzeit die Pay-TV-Sender Fox, National Geographic Channel, Nat Geo Wild, Nat Geo People und Baby TV.

#### **N24 Doku startet am 17. September**

Der Nachrichtenkanal N24 startet seinen Ableger N24 Doku am 17. September 2016. Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien erteilte dem werbefinanzierten Free-TV-Sender zuvor eine Lizenz mit einer Laufzeit bis 18. September 2024. N24 Doku zeigt am Vormittag Dokumentationen und Reportagen; ab 14 Uhr werden die Programme von N24 zeitversetzt ausgestrahlt, in der Regel um eine Stunde.

#### **Kabel eins Doku folgt am 22. September**

RTL II will Ende Mai 2016 ein Online-TV-Angebot für junge Zuschauer starten, das klassisches Fernsehen mit Abrufinhalten verbindet. Mit Eigenproduktionen, Inhalten von Dritten, etwa YouTube-Stars, und bekannten RTL-II-Sendereihen will RTL II You vor allem 14- bis 25-jährige ansprechen. Tagsüber stehen eher weibliche Themen wie Beauty, Fashion und Lifestyle im Mittelpunkt, während sich das Abendprogramm mit Gaming, Sport und Comedy an ein eher männliches Publikum richtet. Neben einem linearen 24-Stunden-Fernsehsender gibt es ein Video-on-Demand-Angebot - beides kostenfrei und werbefinanziert. RTL II You kann via Smart TV, PC, Laptop, Tablet oder Smartphone (iOS/Android) sowie Amazon Fire TV genutzt werden. Die klassischen Verbreitungswege Kabel, Satellit und DVB-T werden nicht anvisiert.

#### **Sky Sport News HD wird Free-TV-Sender**

Sky macht seinen Sportnachrichtenkanal Sky Sport News HD frei verfügbar. Anfang Dezember 2016 wird die Verschlüsselung auf allen Verbreitungswegen aufgehoben, ein Abonnement ist dann nicht mehr erforderlich, wie der Vorstandsvorsitzende Carsten Schmidt der Nachrichtenagentur dpa sagte. Mit der dadurch steigenden Zuschauerreichweite will Sky den Sender für Werbekunden attraktiver machen. "Ich bin überzeugt, dass wir mit dem Sender im Free-TV eine bessere Kapitalisierung als im Pay-TV erreichen können", erklärte Schmidt. Außerdem hofft Sky auf einen Werbeeffect: "Wir versprechen uns mehr Aufmerksamkeit von Menschen, die bisher noch keine Kunden sind." Sky Sport News HD wird der erste Free-TV-Sender von Sky in Deutschland und Österreich sein. Darüber hinaus gibt es keine weiteren Ambitionen im frei empfangbaren Fernsehen. "Das ist nicht der Beginn einer großen Free-TV-Offensive", betonte Schmidt. "Pay-TV bleibt unser Kerngeschäft." Sky Sport News HD war am 1. Dezember 2011 gestartet und bietet rund um die Uhr Nachrichten aus der Welt des Sports.

#### **Freenet TV kostet 69 Euro pro Jahr**

Das Freenet-TV-Paket mit rund 20 Privatsendern in Full-HD-Qualität auf der DVB-T2-Plattform wird 69 Euro pro Jahr kosten - das entspricht 5,75 Euro pro Monat. Mit dem Start der Vermarktung am 1. Juli 2017 werden bundesweit über 80 Prozent der Haushalte das terrestrische Angebot empfangen können, wie der Sendernetzbetreiber Media Broadcast mitteilte. Seit 31. Mai 2016 sind bereits RTL HD, Sat.1 HD, ProSieben HD und VOX HD in Ballungsgebieten zu empfangen. Zum regulären DVB-T2-Start am 29. März 2017 kommen zahlreiche weitere private HD-Sender dazu, darunter RTL Nitro, Super RTL, RTL II, n-tv, kabel eins, sixx, Sat.1 Gold, ProSieben Maxx, Sport1 und QVC. Zusatzdienste gelangen via Internet auf den TV-Bildschirm. Zusammen mit den öffentlich-rechtlichen Programmen, die unverschlüsselt ausgestrahlt werden und kostenfrei sind, werden dann rund 40 TV-Sender in Full-HD-Qualität via Antenne empfangbar sein.

Die zum Empfang der verschlüsselten Privatsender benötigten Endgeräte sind am Freenet-TV-Logo erkennbar und ab sofort über den [Freenet-TV-Webshop](#) sowie im Handel erhältlich. Die kostenpflichtige Freischaltung der Privatsender ab 1. Juli 2017 erfolgt wie bei einem Prepaid-Mobiltelefon. Interessenten können sich auf der Freenet-TV-Webseite informieren und bereits registrieren. Über den dort verfügbaren [Empfangscheck](#) erfahren die Zuschauer zudem, ob DVB-T2 bei ihnen zu empfangen ist.

#### **ZDF sieht schwarz für Olympia bei Eurosport**

Der Chef des ZDF-Werbefernsehens, Hans-Joachim Strauch, schießt in den festgefahrenen Verhandlungen um Sublizenzen für die Olympischen Spiele 2018 und 2020 mit scharfen Worten gegen Rechteinhaber Discovery. Auf die Frage, ob das ZDF mit dem US-Medienkonzern einen Abschluss erzielen wird, antwortete Strauch im Interview mit dem Branchenmagazin "w&v": "Ich hoffe nicht, denn Olympia wird jetzt gnadenlos kommerzialisiert. Der Rechteinhaber wollte das doppelte Geld haben und Discovery muss jetzt zusehen, das zu kapitalisieren". Laut Strauch dürfte das schwierig werden. "Ich denke, diese Entscheidung wird dem Sport richtig schaden", sagte er. "Unsere Zuschauer sind ja nicht lauter Sportfans, sondern Menschen, die einschalten, weil sie sonst nur Schrott angeboten bekommen zu diesen Tageszeiten." Seiner Meinung nach müsse Discovery "auf die Schnauze fallen, damit wir beim nächsten Mal die Chance haben, wieder dranzukommen".

Discovery hatte vor einem Jahr für 1,3 Milliarden Euro die europäischen TV-Rechte an den Olympischen Spielen 2018 bis 2024 vom Internationalen Olympischen Komitee (IOC) gekauft. Das Unternehmen, das unter anderem den Sportkanal Eurosport und mehrere Pay-TV-Sender betreibt,

verlangt von ARD und ZDF Branchenkreisen zufolge 150 Millionen Euro für die Free-TV-Rechte an den Olympischen Spielen 2018 und 2020, die öffentlich-rechtlichen Sender wollen jedoch höchstens 100 Millionen Euro zahlen. In diesem Jahr übertragen ARD und ZDF noch einmal die Olympischen Spiele, danach könnten die Sender erstmals ohne Olympia-Rechte dastehen, wenn es zu keiner Einigung mit Discovery kommt. Die Konsequenz könnte sein, dass die Spiele lediglich bei Eurosport oder anderen Free-TV-Sendern zu sehen sind. Dass ein Großteil der Übertragungen im frei empfangbaren Fernsehen läuft, ist Teil des TV-Vertrags mit dem IOC.

#### **Vodafone holt neue Sender ins Kabelnetz**

Vodafone erweitert sein Free-TV-Angebot im Kabelnetz (ehemals Kabel Deutschland) um drei Sender. Die Neuzugänge sind der Retro-Kanal RTLplus, der Super-RTL-Ableger Toggo plus und Zee One, der am 29. Juli 2016 startende Sender für die Fans indischer Spielfilme und Serien. Die Programme werden unverschlüsselt in herkömmlicher Bildauflösung (SD) eingespeist. Der Musikkanal Deluxe Music HD wird ins "Basis HD"-Paket aufgenommen, das damit insgesamt 40 Sender umfasst. Bestands- und Neukunden können das Bouquet für 3,99 Euro pro Monat abonnieren. In SD-Auflösung steht Deluxe Music ab sofort als unverschlüsseltes Free-TV-Angebot zur Verfügung.

#### **Unitymedia nimmt weitere Sender auf**

Unitymedia hat sein Free-TV-Angebot im Kabelnetz um drei weitere Privatsender vergrößert. Die Neuzugänge sind der Retro-Kanal RTLplus, der Super-RTL-Ableger Toggo plus und Zee One, das neue Fernsehprogramm für die Fans indischer Filme und Serien. Die drei Sender sind unverschlüsselt zu empfangen. Neben der Kabelverbreitung sind sie auch Bestandteil des mobilen TV-Angebots Horizon Go.

#### **TecTime TV kehrt auf Astra zurück**

TecTime TV, der Spartenkanal rund um Technik und Multimedia, ist ab Anfang August 2016 wieder als herkömmlicher Fernsehsender über das Satellitensystem Astra (19,2° Ost) zu empfangen. "Die Zeit des Aufbaus weiterer Verbreitungswege ist abgeschlossen und wir können uns nun wieder dem linearen TV via Astra widmen", teilte TecTime-TV-Gründer Christian Mass in München mit. Die Ausstrahlung wird unverschlüsselt auf der Frequenz 12,633 GHz H (SR 22.000, FEC 5/6) erfolgen. "Was hat sich geändert? Wir fahren etwas weniger Bandbreite, doch dafür können wir nun endlich bei Bedarf live senden und werden dies auch tun", erklärte Mass.

TecTime TV (ehemals Dr. Dish TV) hatte im Februar 2016 seine konventionelle Astra-Verbreitung eingestellt und sendete seitdem nur eine HbbTV-Signalisierung via Satellit, die das Programm bei Anwahl des Senders in der Kanalliste per Internet auf die TV-Bildschirme der Zuschauer holte. Die weiteren Verbreitungswege werden trotz der Astra-Rückkehr beibehalten, darunter der [Livestream auf der Webseite](#), in Smart-TV-Portalen, bei YouTube und auf der multithek von Media Broadcast (künftig Freenet TV Connect) sowie die Smartphone/Tablet-Apps (Android/iOS) und die Amazon Fire TV-App. Angestrebt wird zudem eine schrittweise Einspeisung in Kabelnetze.

#### **Geschäftsführer Prautzsch verlässt M-net**

Jens Prautzsch, der Vorsitzende der M-net Geschäftsführung, verlässt den regionalen Telekommunikationsanbieter. Die Gesellschafter des Unternehmens und Prautzsch hätten beschlossen, ihre Zusammenarbeit nicht fortzusetzen, heißt es in einer Mitteilung. Gründe für sein Ausscheiden wurden nicht genannt. Während Prautzschs Zeit an der Spitze von M-net konnte das Unternehmen kontinuierlich wachsen und sowohl seine Kunden- als auch Umsatzzahlen signifikant steigern, so die Mitteilung. Bis zur Regelung der Nachfolge übernehmen der technische Geschäftsführer Michael Fränkle und die kaufmännische Geschäftsführerin Simone Büber-Monath die Aufgabenbereiche von Prautzsch, der der Geschäftsführung seit 2011 angehörte.

#### **Sky Online startet auf Apple TV 4**

Sky bietet seine Web-TV-Plattform Sky Online ab sofort auf der vierten Generation der Internet-TV-Box Apple TV an. Die App kann aus dem App Store heruntergeladen werden. Mit Sky Online erhalten die Zuschauer in Deutschland und Österreich Zugriff auf das Spielfilm-, Serien-, Doku-, Kinder- und Sport-Angebot von Sky ohne langfristige Vertragsbindung; der Zugang ist monatlich kündbar. Apple TV bringt die Inhalte, die aus dem Internet übertragen werden, auf den Fernseher. Satellitenschüssel oder Kabelanschluss werden nicht benötigt, lediglich ein Breitband-Internetzugang. Weitere Zugangsmöglichkeiten zu Sky Online sind das iPad, iPhone, ausgewählte Android-Smartphones und -Tablets, Windows 10 Mobile, PlayStation 3 und PlayStation 4, Xbox One, Smart-TV-Fernseher von Samsung und LG sowie Chromecast.

Ebenfalls neu bei Apple TV 4 ist Clipfish. Über das werbefinanzierte RTL-Videoportal lassen sich mehr als 1.000 Spielfilme, 2.700 Serienepisoden und über 100.000 Musikvideos kostenlos abrufen. Zusätzlich gibt es Highlight-Clips von RTL- und VOX-Shows wie "Let's Dance", "Deutschland sucht den Superstar" und "Shopping Queen".

#### **Sky startet TV-Serien-App für Kinder**

Sky hat eine App für Kinder in Deutschland und Österreich gestartet. Mit dem Angebot, das über eine

für die jungen Zuschauer gestaltete Benutzeroberfläche verfügt, lassen sich ausgewählte Kinderserien der TV-Sender Boomerang, Cartoon Network, Disney Junior, Disney XD und Junior abrufen. Mit dabei sind unter anderem "Die Biene Maja", "Wickie und die starken Männer", "Heidi", "Adventure Time", "Sofia die Erste" und "Die Garde der Löwen". Die Eltern können die passenden Inhalte dem Alter der Kinder entsprechend mit Filtern ab 0, 6, 12 Jahren oder älter vorab auswählen. Zum Start stehen über 2.000 Serienepisoden zur Verfügung. Die Sky-Kids-App, die kostenloser Bestandteil des "Sky Entertainment"-Pakets ist, kann ab sofort auf das iPad sowie ausgewählte Android-Tablets heruntergeladen werden. Der Login erfolgt mit Sky-Kundennummer und PIN.

### **TV NOW startet auf Windows 10**

Die Mediengruppe RTL Deutschland macht ihre Mediathek TV NOW auf dem Betriebssystem Windows 10 verfügbar. Mit der [App](#), die ab sofort im Windows Store heruntergeladen werden kann, lassen sich die Programme der RTL-Sender via PC, Laptop, Smartphone und Tablet abrufen. [TV NOW](#) bündelt seit 1. März 2016 die Abrufangebote und Livestreams von RTL, VOX, RTL II, Super RTL, RTL Nitro und n-tv unter einem Dach. Am 4. Juli 2016 kamen die neuen Sender RTLplus und Toggo plus dazu. Neben Windows 10 gibt es auch TV-NOW-Apps für die Betriebssysteme iOS und Android, weitere Plattformen sollen folgen.

### **Online-Videothek Watchever wird eingestellt**

Der französische Medienkonzern Vivendi will seinen deutschen Video-on-Demand-Dienst Watchever zum Jahresende 2016 einstellen. Das 17-köpfige Team in Berlin sei bereits über die Entscheidung informiert worden, berichtet die französische Tageszeitung "Les Echos". Das französische Entwicklerteam von [Watchever](#), das rund 100 Personen in Paris und Marseille umfasst, sei hingegen nicht betroffen. Die Mitarbeiter sollen für Vivendi einen Netflix-Konkurrenten in Europa aufbauen, auch Projekte im Musikbereich seien geplant, schreibt die Zeitung unter Berufung auf eine mit dem Vorgang vertraute Quelle.

Der im Januar 2013 gestarteten Online-Videothek gelang es nicht, sich gegen die Konkurrenz durchzusetzen. Bei einer vor kurzem veröffentlichten Goldmedia-Umfrage zur Video-on-Demand-Nutzung landete Watchever auf einem der letzten Plätze. Mit großem Abstand vorne liegen Amazon und Netflix, gefolgt von maxdome, Google Play und iTunes. Im Juni 2014 berichtete "Les Echos" darüber, dass Vivendi die US-Bank Merrill Lynch damit beauftragt habe, einen Käufer für Watchever zu finden. Die Suche blieb erfolglos. Ein großes Problem waren die hohen Verluste: 2013 soll der Fehlbetrag dem Bericht zufolge 66 Millionen Euro betragen haben. Vivendi wollte sich auf Anfrage nicht zu dem Bericht äußern. In Kreisen, die mit dem Geschehen vertraut sind, wurden die Informationen jedoch bestätigt.

### **Animax startet Video-on-Demand-Angebot**

Animax, der Pay-TV-Kanal für die Fans japanischer Zeichentrickserien (Animes), hat sich am 1. Juli 2016 in einen Video-on-Demand-Dienst umgewandelt. Das von Sony Pictures Television Networks betriebene Angebot steht vorerst exklusiv im Kabelnetz von Vodafone in der Mediathek von Select Video zur Verfügung. Ab Herbst 2016 sollen weitere Plattformen dazu kommen. "Mit dem heutigen Start von Animax als On-Demand-Angebot geben wir genau die richtige Antwort auf das geänderte Fernseh-Nutzungsverhalten der jungen Zielgruppe", sagte Bettina Hermann, Territory Director von Sony Pictures Television Networks. "Das Genre Anime ist prädestiniert für diesen für uns strategisch wichtigen Schritt und wir werden unter der starken Marke Animax weiterhin die erste Adresse für alle Anime-Fans im deutschsprachigen Raum bleiben."

### **Silverline Movie Channel startet bei Magine TV**

Der Spielfilmkanal Silverline Movie Channel baut seine Reichweite aus und ist ab sofort bundesweit auf der Internet-TV-Plattform Magine TV empfangbar. Der Pay-TV-Sender für die Fans von Horror-, Action- und asiatischen Filmen kann als Bestandteil des "Film & Serie"-Pakets für 2,99 Euro pro Monat abonniert werden. [Magine TV](#) ist zugänglich über Smartphones und Tablets (iOS/Android), Laptops, PCs, Smart-TV-Fernseher, Amazon Fire TV, Google Chromecast und Apple TV.

[Silverline](#) bietet wöchentliche TV-Erstaussstrahlungen sowie Genre-Klassiker, die von Lizenzgebern wie Splendid, Capelight und Tiberius Film stammen. Neben neuen Titeln wie "Baskin", "The Survivalist" und "Camp Evil" wird die "Hatchet"-Trilogie als deutsche TV-Premiere bei Silverline zu sehen sein. Im September und Oktober 2016 widmen sich Themenmonate den Genres Asian Cinema und Horror. Der Sender, der vor rund einem Jahr vom Münchner Medienunternehmer Ralph Piller übernommen wurde, ist außerdem in den Kabelnetzen von Vodafone (ehemals Kabel Deutschland) und Unitymedia sowie auf den TV-Plattformen zu empfangen, die von M7 Deutschland beliefert werden.

### **Magine TV bietet neue Pay-TV-Pakete**

Die Internet-TV-Plattform [Magine TV](#) hat zwei neue Senderpakete eingeführt. "Sport & Action" enthält auto motor und sport TV, sportdigital, Fuel TV, Motors TV, FightBox und den Outdoor Sports Channel. Das Bouquet ist zum Monatspreis von 2,99 Euro erhältlich. Für 3,99 Euro pro Monat können die Nutzer das "Original English"-Bouquet buchen, das TV-Sender in der englischen Originalsprache enthält. An Bord sind TNT Film, Sony Entertainment Television HD, AXN HD, Universal Channel HD, Boomerang,

Cartoon Network, E! Entertainment, CNN, Fuel TV, Docu Box HD, Fast & Fun Box HD, Fight Box HD, Fashion Box HD, Film Box Arthouse und 360 Tune Box. Die neuen Pakete ergänzen die Bouquets "Film & Serie" und "Kids", die seit Mitte Februar angeboten werden. Der Bezug kann jeweils monatlich gekündigt werden.

### **Amazon und Netflix führen VoD-Markt an**

Video-on-Demand (VoD) ist im Massenmarkt angekommen. 43 Prozent aller Internetnutzer in Deutschland nutzen kostenpflichtige VoD-Angebote, wie die Studie "[Pay-VoD in Deutschland 2016-2021](#)" des Beratungs- und Marktforschungsunternehmens Goldmedia ergeben hat. Das entspricht rund 24 Millionen Menschen. Damit hat sich die Zahl der VoD-Nutzer seit Ende 2014 mehr als verdoppelt. Entsprechend schnell steigen auch die Umsätze mit kostenpflichtigen VoD-Angeboten: Lagen sie 2015 noch bei rund 423 Millionen Euro, werden sie im Jahr 2021 mit 990 Millionen Euro knapp die Milliardengrenze erreichen. Durch den Markteintritt der US-Anbieter Netflix und Amazon und deren intensive Marketing-Aktivitäten haben Abrufdienste in Deutschland seit 2014 stark an Popularität gewonnen. Insgesamt gibt es in Deutschland 38 kostenpflichtige VoD-Angebote, neue Anbieter wie Disney Life und YouTube Red werden zudem erwartet.

Mit 32 Prozent der Pay-VoD-Nutzer zählt Amazon der Studie zufolge die meisten Kunden, was nicht zuletzt auf die Bündelung mit dem Premium-Lieferservice Amazon Prime zurückzuführen ist. An zweiter Stelle liegt Netflix mit 17 Prozent, gefolgt von Sky (12 Prozent), maxdome (11 Prozent), Google Play (10 Prozent), iTunes (8 Prozent), Videoload (3 Prozent), Watchever (3 Prozent), Unitymedia (2 Prozent) und Select Video (2 Prozent). Die zunehmende Verbreitung von kostenpflichtigen VoD-Diensten wird vor allem von Nutzern unter 30 Jahren getrieben - diese bevorzugen Abos gegenüber der Einzelbezahlung pro Video. Für die Studie befragte Goldmedia im April 2016 2.058 Internetnutzer ab 14 Jahren.

### **Videostreaming im Internet immer beliebter**

eher als drei Viertel (77 Prozent) der deutschen Internetnutzer schauen Filme, TV-Sendungen oder andere Videos als Stream im Internet. Das ergab eine repräsentative Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Branchenverbands Bitkom unter 1.007 Bundesbürgern ab 14 Jahren durchführte, darunter 831 Internetnutzer. Besonders beliebt sind die Webseiten und Mediatheken der TV-Sender, auf die 60 Prozent der Internetnutzer zugreifen. Mehr als die Hälfte (56 Prozent) nutzt Videoportale wie YouTube, Vimeo oder Vevo. 39 Prozent schauen TV-Sender per Livestream. "Anders als früher werden Fernsehen, Filme oder Serien heute orts- und zeitunabhängig konsumiert", sagte Timm Lutter, Bitkom-Experte für Consumer Electronics & Digital Media, in Berlin. "Videostreaming-Dienste ermöglichen den Verbrauchern, selbst zu entscheiden, wann, wo und wie sie sich Filme, TV-Serien oder andere Videos ansehen."

Bemerkenswert ist der Nutzeranstieg bei Video-on-Demand-Portalen, die Filme und Serien auf Abruf anbieten: Ein Viertel (25 Prozent) der Internetnutzer nutzt solche Dienste, die in der Regel kostenpflichtig sind. Zum Vergleich: 2015 waren es 22 Prozent, 2014 erst 19 Prozent. Beispiele sind Netflix, Amazon Video, maxdome, Apple iTunes, Google Play, Sky Go und Watchever. "Einige Portale sind nicht länger nur Anbieter, sondern produzieren eigene Filme, Serien oder Dokumentationen. Das kommt bei den Nutzern an", sagte Lutter. Von den Nutzern zahlen 70 Prozent für einzelne Videos, während 41 Prozent über ein Abonnement unbegrenzten Zugriff auf das Video-Archiv des Anbieters haben. Video-Streaming ist vor allem bei jungen Leuten beliebt: 88 Prozent der 14- bis 29-jährigen und 90 Prozent der 30- bis 49-jährigen Internetnutzer streamen Videos. Bei den 50- bis 64-jährigen Internetnutzern liegt der Anteil bei 66 Prozent, bei den über 65-Jährigen sind es noch gut ein Drittel (36 Prozent).

### **Geoblocking: Ein Viertel stößt auf gesperrte Videos**

"Dieses Video ist in Ihrer Region leider nicht verfügbar": Fast ein Viertel (23 Prozent) der Internetnutzer wollte sich schon mal ein Video im Netz anschauen, das aufgrund von Geoblocking gesperrt war. Das ergab eine repräsentative Umfrage von Bitkom Research für den Branchenverband Bitkom unter 809 Internetnutzern ab 14 Jahren in Deutschland. Als Geoblocking bezeichnet man das Sperren von Internetinhalten in bestimmten Ländern. Bei zwei Drittel (66 Prozent) der Betroffenen wurden Spielfilme blockiert, bei fast der Hälfte (47 Prozent) Musikvideos. 10 Prozent versuchten, Unterhaltungssendungen zu schauen, 8 Prozent Sport und 7 Prozent Serien.

"Das Urheberrecht unterscheidet sich innerhalb der Europäischen Union von Land zu Land. Verwertungsrechte der Urheber werden in vielen Bereichen für jedes Land einzeln ausgehandelt und vermarktet", sagte Bitkom-Urheberrechtsexperte Markus Scheufele in Berlin. "Ein und derselbe Inhalt kann in unterschiedlichen Ländern auf verschiedenen Plattformen zu unterschiedlichen Konditionen auf den Markt gebracht werden - oder eben überhaupt nicht." Verfügt ein Anbieter für bestimmte Länder über keine Online-Lizenz, setze er Geoblocking ein, um den Zugriff auf die Inhalte zu verhindern. Scheufele: "Zwar hat sich das Angebot an Filmen und Musik in den letzten Jahren vergrößert, deutsche Internetnutzer sind aber nach wie vor häufig von internationalen Inhalten im Web ausgeschlossen."

Nach eigenen Angaben hat nur eine Minderheit von 6 Prozent der Internetnutzer versucht, die

regionale Sperre zu umgehen. "Kleine Programme, sogenannte VPN-Tunnel oder Proxyserver, ermöglichen es auf einfache Weise, die Sperren zu umgehen", sagte Scheufele. Die Technik leitet die Verbindung zwischen Anbieter und Nutzer über einen Server im Ausland. Somit wird dem Anbieter vorgetäuscht, dass sich der Nutzer an einem anderen Standort befindet, zum Beispiel in den USA. Allerdings ist umstritten, ob dieses Vorgehen legal ist. Über die Diskussion rund um das Thema Geoblocking berichtete MediaLABcom in der vergangenen [Ausgabe](#).

#### **Film-Abrufdienst Pantaflix in Startlöchern**

Schauspieler Matthias Schweighöfer ("Der geilste Tag", "Der Nanny", "Vaterfreuden") tritt in die Fußstapfen von Netflix, Amazon und maxdome und gründet einen Video-on-Demand-Dienst (VoD): [Pantaflix](#) startet am 28. Juli 2016 in Europa und den USA, weitere Länder sollen in den nächsten Monaten dazu kommen. Ziel ist eine weltweite Verfügbarkeit. Im Vergleich mit bestehenden VoD-Portalen, die ihre Filme über Vertriebsfirmen und Rechthändler einkaufen, will Schweighöfer den Produzenten mit Pantaflix die Möglichkeit geben, das Publikum direkt zu erreichen - ohne Zwischenhändler. Die Ertragssituation für die Hersteller soll sich dadurch deutlich verbessern. Da Lizenzhändler umgangen werden, die die Rechte in der Regel länderbezogen vergeben, können die Zuschauer weltweit auf die Filme zu zugreifen. Betrieben wird das Angebot von der Pantaflix GmbH, einer 100-prozentigen Tochter von Schweighöfers Filmproduktionsfirma Pantaleon Entertainment.

#### **1,8 Millionen Zuschauer verfolgten Fußball-EM bei Zattoo**

Die Fußball-EM 2016 bescherte Zattoo einen Nutzerrekord: Insgesamt rund 1,8 Millionen Zuschauer verfolgten die Spiele auf der Internet-TV-Plattform, davon über 800.000 in Deutschland. Einer der Gründe für das Wachstum ist die stark gestiegene Nutzung auf großen TV-Bildschirmen, die sich gegenüber der Fußball-WM 2014 verzehnfacht hat, wie das Unternehmen mitteilte. Das Spiel mit den meisten Zuschauern war das Finale Portugal gegen Frankreich. Nie zuvor schauten in Deutschland so viele Menschen zeitgleich über Zattoo Fernsehen.

Ein Viertel der Sehdauer der Fußball-EM 2016 bei Zattoo entfiel auf Fernseher mit Internetzugang. Die Smart-TV-Nutzung verkleinerte damit ihren Abstand zur Nutzung von Smartphones/Tablets (35 Prozent) und dem Web (40 Prozent). "Die Zahlen zeigen, dass sich TV-Streaming als Alternative neben den traditionellen Empfangswegen auch für das TV-Gerät im Wohnzimmer etabliert", sagte Jörg Meyer, Chief Officer Content und Consumer bei Zattoo. Einer aktuellen Studie zufolge spielt rund die Hälfte der Deutschen mit dem Gedanken, ihr TV-Programm zukünftig ausschließlich online zu streamen.

#### **Jeder Dritte will Virtual Reality ausprobieren**

Fast jeder zehnte Deutsche ab 14 Jahren (9 Prozent) hat bereits eine Virtual-Reality-Brille ausprobiert. Fast jeder Dritte (31 Prozent) kann sich vorstellen, dies zukünftig zu tun. Das hat eine repräsentative Umfrage von Bitkom Research für den Branchenverband Bitkom unter 1.007 Bundesbürger ab 14 Jahren ergeben. Zum Vergleich: 2015 konnten sich nur 20 Prozent der Befragten vorstellen, die Technik zu nutzen. "In diesem Jahr sind neue Geräte auf den Markt gekommen, mit denen Verbraucher virtuelle Realitäten erleben können", sagte Timm Lutter, Bitkom-Experte für Consumer Electronics und Digital Media, in Berlin. In Virtual-Reality-Brillen deckt ein augennaher Bildschirm das gesamte Sichtfeld des Trägers ab. Da das Display den Kopfbewegungen des Trägers folgt, wird das Gefühl erzeugt, sich direkt in der virtuellen Welt zu bewegen.

Auch allgemein wird Virtual Reality immer bekannter: Weit mehr als die Hälfte (59 Prozent) der Befragten hat schon von Virtual-Reality-Brillen gehört oder gelesen. 2015 waren es erst 42 Prozent. Potenzielle Nutzer interessieren sich hauptsächlich für die Möglichkeit, Computer- und Videospiele in der virtuellen Realität zu erleben (41 Prozent). Ebenfalls können sich die Befragten vorstellen, mit VR-Brillen Orte zu bereisen (35 Prozent), Musikkonzerte zu erleben (23 Prozent) oder Filme (20 Prozent) und Sportereignisse (19 Prozent) zu schauen.

"Im Bereich der Unterhaltung, in der Medienbranche oder in der Touristik wird Virtual Reality neue Erlebniswelten schaffen", sagte Lutter. So erweitern inzwischen zahlreiche Freizeitparks Achterbahnfahrten um virtuelle Elemente. Aber auch im Bildungs- und Arbeitsumfeld stoßen Virtual-Reality-Brillen auf Interesse: 19 Prozent wünschen sich die Visualisierung von Wohnungs- und Häuserplanung. 15 Prozent haben Interesse an Bildungs- und Lernprojekten in virtueller Umgebung.

Die erhältlichen Virtual-Reality-Brillen unterscheiden sich bei der Ausstattung und beim Preis. So gibt es Low-End-Lösungen aus Pappe, die einen preiswerten Einstieg in die Technik erlauben. Dabei wird ein Smartphone in einer Brillenhalterung aus Pappe befestigt. Die Inhalte werden über spezielle Apps oder per YouTube abgespielt. Ebenfalls Smartphone-basiert sind sogenannte Mobil-VR-Brillen, die zusätzlich über eigene Sensoren verfügen. Im High-End Bereich sind VR-Brillen mit einem Bildschirm ausgestattet und werden mit einem Computer oder einer Spielkonsole verbunden. Dadurch sind sie leistungsstärker und wirkungsvoller.

#### **Tele 5 bringt Stingray Karaoke ins Free-TV**

Tele 5 und Stingray laden die Zuschauer zur ersten Karaoke-Show im deutschen Free-TV ein. Im Anschluss an "SchleFaZ: Die schlechtesten Filme aller Zeiten" mit Oliver Kalkofe und Peter Rütten zeigt

der Privatsender seit 15. Juli 2016 jeden Freitagabend in "Sing Dein Ding" zwei Stunden lang Songs zum Mitträllern. Zunächst sind zwölf Ausgaben geplant. Die kanadische Mediengruppe Stingray macht damit ihr weltweites Musikangebot Stingray Karaoke erstmals im Free-TV verfügbar. Das Unternehmen ist in Deutschland bereits mit dem Musikkanal Stingray Lite TV, Stingray Concerts und Stingray Music (ehemals Music Choice) vertreten. Zu den Verbreitungspartnern zählen Vodafone (ehemals Kabel Deutschland), Unitymedia und M7 Deutschland - und jetzt auch Tele 5.

#### **RTL International baut Verbreitung aus**

Die Mediengruppe RTL Deutschland bringt ihren Pay-TV-Auslandssender RTL International auf weitere Plattformen. Das Programm ist ab sofort als HD-Livestream im Internet sowie per App auf Tablets und Smartphones (Android/iOS) weltweit empfangbar. Per Apple Airplay und Chromecast gelangt der Livestream auf den Fernseher. Die App ist lediglich in Deutschland, Österreich, der Schweiz und den USA nicht verfügbar. Per App soll RTL International in Kürze auch über die Player in TV-Geräten, Set-Top-Boxen und Sticks der Streaming-Plattform Roku in Kanada, Mexiko, Großbritannien und Frankreich angeboten werden. Über die Internet-TV-Plattform iON des US-Partners e-media networks können weitere Zuschauer in Kanada, Australien und Neuseeland den Sender abonnieren. In den USA wird das Programm zukünftig auch über den Kabelnetzbetreiber Mediacom Communications verbreitet. Außerdem ist RTL International im Portfolio der neuen niederländischen Internet-TV-Plattform M2M enthalten, die in dieser Woche ihr weltweites Angebot startet.

#### **UPC schnappt Teleclub Eishockey-Rechte weg**

Der größte Schweizer Kabelnetzbetreiber UPC hat sich von der Swiss Ice Hockey Federation (SIHF) die TV-Rechte für die Live-Übertragung der Schweizer Eishockeyspiele ab der Saison 2017/18 für fünf Jahre gesichert. Bislang lagen die Rechte bei der Swisscom-Tochter Teleclub. Für die Übertragung der Spiele will UPC in Zusammenarbeit mit dem Kabelverband Suissedigital und seinen Mitgliedern einen neuen Pay-TV-Sportsender mit dem Namen MySports aufbauen. Einzelne Partien werden frei empfangbar ausgestrahlt. MySports soll auch von anderen Suissedigital-Mitgliedern wie Quickline oder net+ verbreitet werden. Den Zuschlag für die Free-TV-Rechte in den nächsten fünf Spielzeiten erhielt wieder die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt SRG.

#### **LABcom GmbH**

Steinritsch 2  
55270 Klein-Winternheim

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

E-Mail: [newsletter@medialabcom.de](mailto:newsletter@medialabcom.de)

#### **Partner:**

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

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

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)