

EU-KOMMISSAR OETTINGER ZUR NETZNEUTRALITÄT:

"RESTRIKTIVE GENEHMIGUNG VON SPEZIALDIENSTEN"

Vom digitalen Binnenmarkt bis zum analogen Hörfunk

Sehr geehrte Damen und Herren,

in der vergangenen [Ausgabe](#) berichteten wir über die Diskussion rund um das Thema Netzneutralität und Spezialdienste. Anlass war die Entscheidung der EU, Spezialdienste, also quasi Vorfahrtstraßen im Internet, unter gewissen Bedingungen zuzulassen. Wie es zu dieser Entscheidung kam, erklärt EU-Kommissar Günther Oettinger in dieser Ausgabe. Außerdem prognostiziert er im MediaLABcom-Interview, die Schaffung des digitalen Binnenmarkts bis Ende des Jahrzehnts zu vollenden. Passend zu Oettingers Antworten auf die Fragen zur Netzneutralität beleuchten wir die Situation der Internet Provider, die einem stetig steigenden Datenvolumen gegenüberstehen und verschiedene Szenarien durchspielen, wie sie bzw. diejenigen, die den Anstieg verursachen, den notwendigen Netzausbau finanzieren können.

Von den Höhen der EU begeben wir uns in die vermeintlichen Niederungen des Lokalfernsehens, das für Meinungspluralität sorgen will, aber durch Politik und/oder die Landesmedienanstalten zu Grabe getragen wird. Gleichfalls dem Ende geht das analoge Fernsehen im Kabel entgegen. Viele Haushalte nutzen jedoch das über Kabel verbreitete UKW-Radio, was die Netzbetreiber vor ein wahres Dilemma stellt, hervorgerufen durch regulatorische Vorgaben. Damit nicht genug: Das neue IT-Sicherheitsgesetz bringt einige Verpflichtungen mit sich, die auch für Kabelnetzbetreiber gelten könnten. Was auf die Unternehmen zurollt, erklärt Rechtsanwalt Ramón Glaßl.

Von regulatorischen Vorschriften wollen die TV-Gerätehersteller nichts wissen. Dass sie über die Benutzeroberflächen ihrer Flachbildfernseher jedoch ein Wörtchen in Sachen Auffindbarkeit mitreden, rückt sie in den Fokus der Regulierer, denn die sehen es gar nicht gerne, wenn Fernsehen nur noch eine App von vielen ist.

Ein Veranstaltungshinweise und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen eine angenehme Lektüre.

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

Ausgabe 24 • September 2015

Inhalt

["Restriktive Genehmigung von Spezialdiensten" - Interview mit EU-Kommissar Günther Oettinger](#)

[Internet Provider kämpfen mit steigendem Datenverkehr](#)

[Die Totengräber des Lokalfernsehens: Landesmedienanstalten oder doch die Politik?](#)

[Plattform oder nicht? Das ist hier die Frage](#)

[Lang lebe UKW! Kabelnetzbetreiber wollen Radio weiterhin analog einspeisen](#)

[IT-Sicherheitsgesetz - Neue Pflichten für die IT-Sicherheit in Unternehmen](#)

[Neues vom FRK](#)

[Veranstaltungshinweise](#)

[Kurzmeldungen](#)

"Restriktive Genehmigung von Spezialdiensten" - Interview mit EU-Kommissar Günther Oettinger

Marc Hankmann

Wie die digitale Zukunft Europas gestaltet werden soll, daran scheiden sich die Geister. Mittendrin steht Günther Oettinger, EU-Kommissar für digitale Wirtschaft und Gesellschaft, der kräftig am digitalen Binnenmarkt arbeitet. Über dessen Vollendung und den Weg dorthin mit Hürden wie Netzneutralität, Roaming-Gebühren und Geoblocking sprach Oettinger mit MediaLABcom.

[Lesen Sie mehr](#)

Internet Provider kämpfen mit steigendem Datenverkehr

Dr. Jörn Krieger

Der Trend bei Softwarefirmen und Spieleherstellern, ihre Programme nicht mehr per CD, DVD oder USB-Stick, sondern als Downloads anzubieten, sowie die wachsende Beliebtheit von Video-on-Demand-Diensten lässt den Datenverbrauch im Internet deutlich ansteigen. Ein neues Computerspiel mit 20 GB, das Microsoft-Update auf Windows 10 mit knapp 4 GB - Internet Provider sind über den Download-Trend nicht erfreut: Die Kosten bleiben bei ihnen hängen, während sich die Softwareanbieter die Auslagen für den Vertrieb der Datenträger sparen.

[Lesen Sie mehr](#)

Die Totengräber des Lokalfernsehens: Landesmedienanstalten oder doch die Politik?

Heinz-Peter Labonte

Wie heißt es doch so schön? Totgesagte leben länger! Schwachsinn! Wenn sie nicht in der Lage sind, sich zu organisieren und nur ihrer Aufgabe und ihrem Ethos verpflichtet, sterben sie leise. Ohne großes Aufsehen. Mittelstand eben. Wenn in Summe 3.000 und mehr Existenzen vernichtet werden, schreitet Politik nur ein, wenn eine ganze Region stirbt oder ein großes Unternehmen aufgibt. Sofern Arbeitsplätze über Ländergrenzen hinweg vernichtet werden und mit ihnen Meinungsvielfalt zur Meinungseinfalt verkommt, merkt man es erst, wenn es zu spät ist.

[Lesen Sie mehr](#)

Plattform oder nicht? Das ist hier die Frage

Marc Hankmann

Als die ersten Hersteller versuchten, ihre Fernseher mit dem Internet zu verbinden, erschienen auf TV-Bildschirmen riesige Buchstaben. Oder sie waren so klein, dass man sie vom Sofa aus nicht lesen konnte. Die Multimedia Home Plattform (MHP) war ein monströses Technikgebilde, dass ebenso floppte wie alle anderen Versuche, den TV-Zuschauer zum Surfen oder Mailen zu bringen.

[Lesen Sie mehr](#)

Lang lebe UKW! Kabelnetzbetreiber wollen Radio weiterhin analog einspeisen

Marc Hankmann

Der UKW-Hörfunk erfreut sich nach wie vor großer Beliebtheit - zum Leidwesen derer, die über DAB+ das digitale Radio in Deutschland zum Erfolg führen wollen. Trotz aller Vorteile - bessere Tonqualität, größere Programmauswahl - halten die Bürger an UKW fest.

[Lesen Sie mehr](#)

IT-Sicherheitsgesetz - Neue Pflichten für die IT-Sicherheit in Unternehmen

RA Ramón Glaß

Im Juni 2015 hat die Bundesregierung das IT-Sicherheitsgesetz (IT-SiG) verabschiedet, durch das die IT-Sicherheit von Unternehmen sowie der Schutz der Bürger im Internet erhöht werden sollen. Durch das IT-SiG wurde jedoch kein neues Gesetz geschaffen, sondern verschiedene, bereits bestehende Gesetze ergänzt. Seit dem ersten Entwurf im August 2014, über den wir bereits seinerzeit [berichtet](#) hatten, hat das Gesetz noch einige Änderungen erfahren. Im Folgenden wird ein kurzer Überblick gegeben, wer durch das Gesetz verpflichtet wird, was zu tun ist und was kritisch gesehen wird.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

FRK für frühere Analogabschaltung im Kabelfernsehen - Kein Schnellschuss bei UKW-Kabelverbreitung

Der Vorstand des Fachverbands Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) setzt sich im Fernsehbereich für einen beschleunigten koordinierten und einheitlichen Abschaltprozess ein, den die Landesmedienanstalten erst für 2018 anstreben. Gleichzeitig müssten bei der möglichst schnellen Analogabschaltung im TV-Bereich die berechtigten Belange der UKW-Verbreitung im Kabel berücksichtigt werden.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweise

Dr. Jörn Krieger

FRK-Breitbandkongress in Leipzig

Der FRK-Breitbandkongress findet am 5. und 6. Oktober 2015 im Congress Center Leipzig statt. Die Konferenz und die begleitende Messe befassen sich mit vier Themenbereichen:

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Tele Columbus plant Kapitalerhöhung zur Finanzierung weiterer Zukäufe

Tele Columbus, der drittgrößte deutsche Kabelnetzbetreiber, verfolgt auch nach dem mittlerweile vollzogenen Erwerb von Primacom die Absicht, weitere Zukäufe zu tätigen. Dazu plant die Gesellschaft die Durchführung einer Barkapitalerhöhung. Über diese soll eine außerordentliche Hauptversammlung am 14. September 2015 beschließen. Angestrebt wird ein Bruttoemissionserlös von 240 Millionen Euro.

[Lesen Sie mehr](#)

"Restriktive Genehmigung von Spezialdiensten" - Interview mit EU-Kommissar Günther Oettinger

Marc Hankmann

Wie die digitale Zukunft Europas gestaltet werden soll, daran scheiden sich die Geister. Mittendrin steht Günther Oettinger, EU-Kommissar für digitale Wirtschaft und Gesellschaft, der kräftig am digitalen Binnenmarkt arbeitet. Über dessen Vollendung und den Weg dorthin mit Hürden wie Netzneutralität, Roaming-Gebühren und Geoblocking sprach Oettinger mit MediaLABcom.

MediaLABcom: Herr Oettinger, die digitale Welt ist nicht gerade arm an komplizierten Auseinandersetzungen: Netzneutralität, Urheberrecht, Spionageaffären, Geoblocking, Breitbandausbau - um nur einige zu nennen. Wo sehen Sie denn die größten Baustellen auf dem Weg zum einheitlichen digitalen Binnenmarkt?

Günther Oettinger: Es ist für die europäische Wirtschaft ein großer Vorteil, dass wir einen gemeinsamen Binnenmarkt haben. So müssen zum Beispiel unsere Autobauer Autos bauen, die bauartgleich in Portugal, in Estland, in Holland, in Griechenland, in Italien und in Deutschland gefahren werden dürfen. Diesen Binnenmarkt wollen wir auch für Dienstleister im Digitalen. Weil dadurch Größenordnungen geschaffen werden, die für die entsprechenden Investitionen sehr wichtig sind. Es geht um die Europäisierung des Datenschutzes - wir brauchen eine gemeinsame europäische Datenschutzgrundverordnung und nicht 28 unterschiedliche Regelungen. Wir brauchen eine Kultur der Datensicherheit und gemeinsame europäische Regeln wie Datensicherheit auf hohem Niveau, die durch die Mitwirkung aller Beteiligten geschaffen werden kann. Wir müssen grenzüberschreitend in die digitale Infrastruktur investieren. Sowohl ins Breitband als auch in Satelliten. Es geht darum, hier in Qualität und Kapazität grenzüberschreitende Investments zu vereinbaren, damit die Datenübertragung nicht an den nationalen Gebietsgrenzen Halt macht. Auch die Ausschreibung von Frequenzen darf nicht mehr national geschehen, spätestens mit 5G brauchen wir eine grenzüberschreitend koordinierte Ausschreibung der Frequenzen für den Mobilfunksektor. Und es geht - Stichwort Industrie 4.0 - um gemeinsame Standards. Unsere europäische Industrie, die in verschiedenen Mitgliedsstaaten produziert und dienstleistet, benötigt auch für das digitale Business - M2M, B2B, B2C - europäische Standards, um dadurch die Potenziale

unseres Binnenmarktes voll zu nutzen. Alles in allem haben wir den Ehrgeiz, in diesem Jahrzehnt den digitalen Binnenmarkt zu vollenden.

MediaLABcom: Die Gebühren fürs Roaming sollten zunächst 2015 fallen. Jetzt soll erst 2017 Schluss sein. Das EU-Parlament entschied sich zudem in Sachen Netzneutralität vor zwei Jahren gegen Spezialdienste, also den bevorzugten Datentransport gegen Bezahlung, im Internet. Jetzt hat die EU die Einführung solcher Dienste erlaubt. Was hat den Sinneswandel herbeigeführt?

Günther Oettinger: Ich bin froh, dass uns bei der Telecom Single Market Directive ein Durchbruch gelungen ist und dieses europäische Gesetz in wenigen Monaten in Kraft treten wird. Zwei Punkte waren besondere heikel und schwierig: Das war das Thema Netzneutralität und das Thema der Gebühren für Roaming. In der Demokratie braucht man Mehrheiten und es war im Rat mit den Mitgliedsstaaten kaum erreichbar, die weitreichenden Positionen des Parlaments mehrheitsfähig zu machen. Jetzt kommt der Wegfall von Roaming und eine europäische Gebührenordnung, die keine Auslandsgespräche mehr kennt, sondern sich an den Kosten orientiert, in 2017, in knapp zwei Jahren. Mir ist lieber, in zwei Jahren die Lösung zu haben, als mit Maximalforderungen an die Wand zu fahren. Beim Thema Spezialdienste haben wir eine klare Formulierung, die besagt, dass Dienste, die im allgemeinen Interesse sind, Vorfahrt haben, aber nur solche und nicht kommerzielle Überlegungen im Mittelpunkt stehen. Auch dies halte ich für eine pragmatische und kluge Lösung.

MediaLABcom: Können Sie nachvollziehen, dass die Verschiebung für das Ende der Roaming-Gebühren und die Einführung von Spezialdiensten für einen außenstehenden EU-Bürger wie ein Einknicken der Politik vor der Wirtschaft aussieht?

Günther Oettinger: Ich kann ja diese Frage vieler Bürger verstehen, aber nicht Europa ist vor der Wirtschaft eingeknickt, sondern die Mitgliedsstaaten haben unterschiedliche Interessen. Roaming wird in Estland oder Lettland ganz anders als in Spanien gesehen. Von daher brauchen wir pragmatische Lösungen und die haben wir gefunden. Und nochmals: Wir werden in knapp zwei Jahren der einzige Kontinent sein, bei dem die Gebühren für Mobilfunktelefonie nicht mehr von den nationalen Gebietsgrenzen geprägt sind. Wir werden damit weiter sein als ganz Asien, als Nordamerika, als Südamerika. Deswegen sollten wir diesen Vorteil, der in zwei Jahren kommt, anerkennen und die Übergangszeit akzeptieren.

MediaLABcom: In den USA hat die Federal Communications Commission (FCC) Spezialdienste bzw. die sogenannte "Paid Priorization" verboten. Sie hatte befürchtet, dass durch eine solche Bevorzugung junge Startups keine Chance mehr hätten, sich gegen etablierte Internetkonzerne durchzusetzen. Besteht diese Gefahr auch in Europa?

Günther Oettinger: In der Tat ist die Position des FCC und auch von Präsident Obama sehr weitreichend, aber sie ist nicht verabschiedet. Ich glaube nicht, dass diese Position im Kapitol vor der Präsidentenwahl eine Zustimmung erfahren wird. Das heißt, Amerika lebt beim Thema der Netzneutralität noch lange Zeit in Unsicherheit. Und wir haben eine Lösung, da wir einen Standortvorteil für Europa bei Investoren wissen - wie bei uns das Netz genutzt werden darf, und wie der Zugang zum Netz besteht. Was in den USA herauskommt, wird man frühestens 2017 wissen.

MediaLABcom: Unternehmen werden dort investieren, wo sie einen "Return on Investment" erwarten. Wie kann also verhindert werden, dass Unternehmen ihre Netze nur noch für Spezialdienste ausbauen und nichts mehr in den Ausbau des offenen Internets investieren?

Günther Oettinger: Wir werden als Europäische Kommission gemeinsam mit den nationalen Regierungen, unseren nationalen Regulierungsbehörden und unserer BEREC-Vereinigung, das heißt der Vereinigung der europäischen Regulierungsbehörden, darauf achten, dass die Genehmigung von Spezialdiensten restriktiv ausfällt und so die Netzneutralität, der Zugang zum Netz und die Investments dafür im Mittelpunkt stehen. Wir sind genügend sensibel, um diese Balance sinnvoll zu wahren.

MediaLABcom: Die Roaming-Gebühren orientieren sich an nationalen Grenzen, was nicht im Sinne eines digitalen Binnenmarktes ist. Gleiches geschieht auch beim Geoblocking. Wo halten Sie Geoblocking für sinnvoll und wo nicht?

Günther Oettinger: Wir werden das Problem von Geoblocking mit unseren nächsten Gesetzgebungsmaßnahmen angehen. Namentlich die E-Commerce Richtlinie soll in 2016 dafür mit der Novellierung die Grundlage sein. Wir wollen im Online-Handel Geoblocking völlig abschaffen. Das heißt, wenn Sie von Dudeldorf oder Berlin aus in Bordeaux einen Wein bestellen wollen, müssen Sie Zugang haben zum Produzenten des Lieferanten in Bordeaux. Und dürfen nicht nach Hamburg oder Bremen oder nach Paris verwiesen werden. Wir wollen hier den Binnenmarkt vollenden.

MediaLABcom: Die EU hat Verträge zwischen führenden Hollywood-Studios und dem britischen Pay-TV-Anbieter Sky wegen rechtswidrigen Geoblockings moniert. Sie haben bereits eine

Angleichung der nationalen Copyright-Vorschriften in Aussicht gestellt. Welche Prinzipien legen Sie dem Vorhaben zugrunde? Welche Regelungen sollen mit welchen Zielen angeglichen werden?

Günther Oettinger: Im Grundsatz gilt dies auch für Copyright, für alle Fragen des Urheberrechts. Allerdings sehe ich zwei Sektoren, wo wir Ausnahmen benötigen: Das sind der Film- und der Sportsektor. Hier sind die Geschäftsmodelle aufgebaut auf nationaler Vermarktung und dies werden wir auch in Zukunft - zumindest als Übergangszeit - ermöglichen, weil ansonsten beim Thema Sportvermarktung und bei der Filmförderung unsere angestammten Geschäftsmodelle kaputt gehen würden.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Internet Provider kämpfen mit steigendem Datenverkehr

Dr. Jörn Krieger

Der Trend bei Softwarefirmen und Spieleherstellern, ihre Programme nicht mehr per CD, DVD oder USB-Stick, sondern als Downloads anzubieten, sowie die wachsende Beliebtheit von Video-on-Demand-Diensten lässt den Datenverbrauch im Internet deutlich ansteigen. Ein neues Computerspiel mit 20 GB, das Microsoft-Update auf Windows 10 mit knapp 4 GB - Internet Provider sind über den Download-Trend nicht erfreut: Die Kosten bleiben bei ihnen hängen, während sich die Softwareanbieter die Auslagen für den Vertrieb der Datenträger sparen.

"Die meisten Tarifikalkulationen erfolgen aufgrund von Durchschnittswerten beim Datenverbrauch. Wenn nun so etwas kommt, sprengt dies eine solche Kalkulation", beschreibt ein Internet Provider das Problem. Sein Vorschlag: Firmen wie Microsoft oder Streaming-Anbieter wie Netflix und Amazon sollten die Internet Provider für den durch sie verursachten hohen Datenverkehr entschädigen. Allerdings wäre das schwer durchsetzbar.

Daher sei zu überlegen, wie beim Mobilfunk auch bei den anderen Internetzugangsarten keine Flatrates mehr, sondern Volumentarife anzubieten. Wenn die Kunden ihr Datenkontingent verbraucht haben, können sie dann entscheiden, ob ihnen die reduzierte Geschwindigkeit ausreicht oder ob sie zusätzliches Datenkontingent kaufen. Die Softwareanbieter könnten ihnen dabei zum Beispiel mit Gutscheinen entgegenkommen, mit denen sie kostenfreies Datenvolumen für den Download erhalten.

"Generell sollte dem Nutzer wieder deutlicher werden, dass das Internet nicht für Games oder Fernsehen konzipiert wurde. Alternativen wie TV via Kabel oder Satellit müssten wieder interessanter werden", heißt es seitens des Internet Providers. "Die Nutzung des Internets hat sich geändert, weil die Industrie neue Wege zum Kunden gesucht hat, jedoch kann man nicht erwarten, dass die Tarif- und Preisgestaltung von früher gehalten werden kann. Netzneutralität hin oder her, diese ist sehr wichtig, aber wer zahlt die Zeche?"

Die Totengräber des Lokalfernsehens: Landesmedienanstalten oder doch die Politik?

Heinz-Peter Labonte

Wie heißt es doch so schön? Totgesagte leben länger! Schwachsinn! Wenn sie nicht in der Lage sind, sich zu organisieren und nur ihrer Aufgabe und ihrem Ethos verpflichtet, sterben sie leise. Ohne großes Aufsehen. Mittelstand eben. Wenn in Summe 3.000 und mehr Existenzen vernichtet werden, schreitet Politik nur ein, wenn eine ganze Region stirbt oder ein großes Unternehmen aufgibt. Sofern Arbeitsplätze über Ländergrenzen hinweg vernichtet werden und mit ihnen Meinungsvielfalt zur Meinungseinfalt verkommt, merkt man es erst, wenn es zu spät ist.

Heimat auf dem Bildschirm

Lokale Fernsehsender bringen Nachbarschaft auf den Bildschirm? Ja, Heimat! Das ist so. Und zwar dort, wo die Öffentlich-Rechtlichen als Journalismusbeauftragte der Politik, von dieser kontrolliert, kaum mehr über regionale Ereignisse berichten. Wo Lokales in diesen Landesanstalten oder der Anstalt der Bundesländer nur noch Beachtung findet, wenn es Sensationscharakter hat. Wo die Vielfalt Deutschlands nicht mehr berichtenswert erscheint, dort wird heute das Lokalfernsehen in Sonntagsreden als "tragende Säule" der Meinungsfreiheit gepriesen. Denn diese Sender erklären auch länger als 20 Sekunden politische und soziale Zusammenhänge.

Lokale Werbung

Vor 25 Jahren war die Begeisterung in Ostdeutschland groß. Endlich freie Meinungsäußerung. "Piratensender" der Wendezeit wurden aber schnell bürokratisch "befriedet". Trotz der "westdeutschen" Erfindung zur dortigen Herstellung von "Pluralität" der privaten elektronischen Medien - den "offenen Kanälen" - etablierten sich in vielen regionalen Gebietskörperschaften völlig unabhängige Lokal- und Regionalsender. Getrieben von der Erwartung der wirtschaftlich blühenden Landschaften träumten sie

von den lokalen Werbeaufträgen; der vielen Mittelständler und der von der Treuhand privatisierten und nachhaltig prosperierenden Unternehmen.

Doch es kam anders. Beteiligungen von Zeitungsverlagen, von Kabelnetzbetreibern? Kaum oder nur unter Auflagen möglich! Werbetreibende lokale Unternehmen? Hatten und haben selbst zu kämpfen. Überregionale Unternehmen? Fest in der Hand der Mediaagenturen und ihren Werbungsadministratoren und Bürokraten! Folge: lokales Programm, Heimat auf dem Bildschirm durch Selbstausbeutung. Doch die Nach-Wende-Idealisten sterben nun aus, gehen in Rente. Nachfolger wollen wenigstens ihre wirtschaftliche Existenz sichern.

Öffentlicher Auftrag

Die Folge: Mangelnde Lokal- und Regionalberichterstattung der mit einem öffentlichen Auftrag ausgestatteten Öffentlich-Rechtlichen, immer dünner werdende Berücksichtigung des Lokalen in den Regionalzeitungen, teilweise mediale Entleerung ganzer Landstriche von Print- und elektronischen Medien sind heute an der Tagesordnung. Begründung: Finanziell können Verlage und Anstalten diese hohen Kosten nicht mehr tragen. Deshalb müsse rationalisiert werden.

Folgerichtig könnten, ja müssten die lokalen TV-Sender diese Lücke füllen. Wird auch als "öffentlicher Auftrag" in Anhörungen gefordert und in Sonntagsreden bestätigt. Aber brauchen wir diese Medien denn überhaupt noch? Wir haben doch dank Dobrindt bis 2018 flächendeckend in jedem Haushalt 50 Mbit/s übers Internet. Natürlich auch in den Landstrichen, die zur Zeit gar keine Medienversorgung mehr haben. Und wenn nicht, sollen die doch endlich auch vom Land in die Stadt ziehen.

Erst die Landespolitiker

Doch Sonntagsreden sind wohlfeil und bleiben folgenlos. Zumindest die Anstalten könnten aus den faktischen Überschüssen der neuen Haushaltsgebühr von jährlich mehr als 250 Millionen Euro 50 Prozent entbehren. Man könnte einen Sockelbetrag von je fünf Millionen Euro pro Bundesland (zusammen 80 Millionen Euro) an die 14 Landesmedienanstalten ausschütten. Die restlichen 45 Millionen Euro könnten dann nach Bevölkerungs- oder Haushaltszahl verteilt werden. Die Landesmedienanstalten wären damit in der Lage, ihrer wirklichen Aufgabe gerecht zu werden: der Sicherung einer pluralen Medienlandschaft. Sie müssten Verfahren entwickeln, die qualitativ gute, journalistisch anspruchsvolle Berichterstattung gewährleisten. Wäre doch des Schweißes der Edlen wert, oder? Doch was sagen verantwortliche Gremienrepräsentanten: "Das wäre ja Staatsfinanzierung. Das geht nach den Erfahrungen mit Goebbels doch nicht. Nicht in Deutschland".

Ja sind denn die Landesmedienanstalten staatsfern oder nicht? Konsequenz, dein Name ist "Gremienvertreter"! 60 Jahre nach Kriegsende würde man überzeugendere Antworten erwarten. Oder Ausreden dafür, dass man eigentlich keine unabhängige Lokalsenderlandschaft möchte, sondern lieber die etablierten Verlags- und öffentlich-rechtliche Medienstrukturen erhalten. Politischer Gestaltungswille? Fehlanzeige. Da nützt es auch wenig, auf die Landesmedienanstalten zu schauen.

Und nun auch Selbstmord aus Angst vor dem Tod

So schreckt eine Landesmedienanstalt noch nicht einmal davor zurück, einem Lokalsender den inhaltlichen Selbstmord aus Angst vor dem Tod zu gestatten. Nun dürfen nach dieser Rechtsauslegung Lokalsender eben auch internationale Propagandasender im Rahmen ihrer Lizenz als "lokale" Inhalte verbreiten. Wahrscheinlich muss man dazu mehr von "gelenkter" bzw. "lupenreiner Demokratie" verstehen, um diese Auffassung nachzuvollziehen. Aber Verschwörungstheorien treffen offensichtlich auf offene Ohren in einer Gesellschaft, in der "daddeln" am Mobiltelefon wichtiger wird denn ein Gespräch, das nicht nur auf offene Münder sondern auch auf offene Ohren, auf Meinungsaustausch und nicht nur selektive Wahrnehmung setzt.

Fazit

Was bleibt, ist einerseits Ratlosigkeit über so viel Unverständnis für die Voraussetzung der Meinungsfreiheit: die Aufgabe der Politik und der von ihr verantworteten Institutionen, also auch die institutionelle Sicherung der Meinungsvielfalt. Andererseits bleibt Resignation. Resignation vor dem Bemühen, die etablierten Verhältnisse nicht nochmals wie beim "Medienpolitischen Urknall 1984" umzuwälzen.

Anders als in der Wirtschaft, in der die "kreative Zerstörung" den permanenten Wandel zum Positiven erzeugt, scheinen die Modernisierer, die auf Weiterentwicklung orientierten Politiker auf dem Altar der Status-Quo-Bewahrer geopfert worden zu sein.

Also, liebe(r) LeserIn, ermutigen wir die Politik auf ihrem Weg mit einem festen "weiter so - die ändern machen es auch nicht, warum sollen wir in der gesellschaftlichen Konsenssauce damit anfangen?" Und

erschrecken nicht mit einem "jedem Anfang wohnt ein Zauber inne!" Bleiben wir der Wahlurne fern und handeln wir nach dem Motto: "Wehret den Anfängen, dann bleibt alles, wie es ist und wir leben bequem weiter, denn schließlich werden wir ja gut sediert."

Plattform oder nicht? Das ist hier die Frage

Marc Hankmann

Als die ersten Hersteller versuchten, ihre Fernseher mit dem Internet zu verbinden, erschienen auf TV-Bildschirmen riesige Buchstaben. Oder sie waren so klein, dass man sie vom Sofa aus nicht lesen konnte. Die Multimedia Home Plattform (MHP) war ein monströses Technikgebilde, das ebenso floppte wie alle anderen Versuche, den TV-Zuschauer zum Surfen oder Mailen zu bringen.

Diese Zeiten sind vorbei, seitdem das Internet laufen gelernt hat - in Form von Bewegtbild. Seitdem breitbandige Online-Zugänge den nahezu ruckelfreien Videoempfang ermöglichen, kommt es zur sinnvollen Symbiose zwischen Fernsehen und Internet. Und die Hersteller rücken ungewollt ins Fadenkreuz der Regulierer. Es geht um die Frage, ob die TV-Hersteller mit ihren Geräten nicht längst eigene Plattformen betreiben. Auf gar keinen Fall, sagen die Hersteller. So einfach ist das nicht, entgegen den Regulierern.

Fernsehen als App und die Netflix-Taste

Wer auf den neuen Smart-TVs von LG das Fernsehen sucht, muss sich unter einer Vielzahl von Apps umsehen. Natürlich sieht der Zuschauer beim Einschalten eines LG-Fernsehers zuerst immer noch das TV-Programm, aber das Fernsehen ist hier eine App von vielen und verliert damit an Bedeutung.

TP Vision, der TV-Hersteller mit der Marke Philips, erleichtert dem Verbraucher den Zugang zu Netflix mit einer eigenen Taste auf der Fernbedienung. Natürlich sind die Tasten mit den Nummern 1 und 2 immer noch mit dem Ersten und dem ZDF belegt. Aber eine Extrataste für maxdome gibt es beispielsweise nicht, da TP Vision seine Philips-Fernseher für den internationalen Markt baut und maxdome nur ein nationaler Anbieter ist.

Fernsehverhalten wird analysiert

Hinzu kommt, dass nicht nur TV-Geräteproduzenten sondern auch Pay-TV- und Video-on-Demand-Anbieter (VoD) sowie Kabelnetzbetreiber das Fernsehverhalten ihrer Kunden analysieren, um ihnen maßgeschneiderte Inhalte vorzuschlagen. Auch wenn TP Vision oder Unitymedia auf der Horizon-Box zunächst das Einverständnis des Nutzers einholen, ergeben sich Fragen zum Datenschutz.

Ohne Einverständnis des Nutzers werden von den Geräteherstellern Programmlisten festgelegt. Die ersten zehn Plätze mögen sich noch am Geschmack der Zuschauer oder den Marktanteilen richten, aber dahinter ist ein heißer Kampf um die Listenplätze entfacht. Es ist ein offenes Geheimnis, dass sich so mancher die Sichtbarkeit vergolden lässt - je weiter ein Inhabeanbieter in der Programmliste vorne steht, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass der Zuschauer zu ihm hinzappt. Niemand durchkämmt das "Tal der Dunkelheit", das gleich hinter Programmplatz 20 beginnt.

Auffindbarkeit spielt zentrale Rolle

Auf Seiten der Regulierer und der Inhabeanbieter ist damit klar: Wer Inhalte aggregiert und sie personalisiert anbietet, muss unter das Plattformregime fallen. Tobias Schmid, Präsident des Verbands Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT), treiben insbesondere Fragen zur Auffindbarkeit um. "Was viel gesucht wird, wird auch von einer Recommendation Engine viel vorgeschlagen", kritisierte er auf der Tagung "Suchen Finden Navigieren" in Berlin. Er fürchtet, dass kleine Inhabeanbieter nicht mehr auf dem TV-Bildschirm vorkommen. "Daher brauchen wir eine Regulierung, die Vielfalt sichert, aber sich auch darauf beschränkt", sagte Schmid auf der vom VPRT, den Landesmedienanstalten und der Deutschen TV-Plattform organisierten Veranstaltung.

War früher die Kapazitätsknappheit die Grundlage der Plattformregulierung, so sieht Schmid heute die Auffindbarkeit als Basis der Vielfalt in Gefahr. Seiner Meinung nach gehören die Must-Carry-Regeln aus der Plattformregulierung gestrichen. "Es geht nicht mehr darum, ob ich übertragen, sondern ob ich gefunden werde", erklärt der VPRT-Präsident.

Must-Carry-Regeln auf TV-Hersteller ausweiten?

Das sehen die Landesmedienanstalten ähnlich und wollen die Benutzeroberflächen der TV-Gerätehersteller regulieren. Ihr Argument: Der Nutzer greift überwiegend auf das zurück, was ihm die Hersteller servieren. Laut Digitalisierungsbericht 2015 sortiert nur rund ein Viertel der digitalen TV-Haushalte die Senderliste um. Eine Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) kommt zu dem Ergebnis, dass die Hälfte der Smart-TV-Haushalte die vorgegebenen Programmvorschläge nutzt.

Ein offener Internetzugang auf einem Smart-TV ist nach Meinung der Medienanstalten nicht ausreichend, um einen offenen Zugang sicherzustellen.

Die Hersteller befürchten jedoch, dass Must-Carry-Regelungen auf sie ausgeweitet werden, indem zum Beispiel die Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vordere Programmplätze einnehmen sollen. "Wenn bestimmte Inhalte eine Vorfahrtsregelung bekommen oder an bestimmten Stellen der Benutzeroberfläche auftauchen müssen, stellt das eine Bevormundung des Kunden dar", argumentiert Carine Lea Chardon, Leiterin Medienpolitik und Medienrecht beim Zentralverband der Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI). Der Verbraucher würde sich dann solchen Benutzeroberflächen zuwenden, die nicht reguliert wären, so Chardon.

Sie sieht keinerlei Notwendigkeit für eine Ausweitung der Plattformregulierung auf Benutzeroberflächen. "Keiner kommt auf die Idee, Tablets und Smartphones zu regulieren, obwohl man mit diesen Geräten fernsehen kann", erklärt Chardon. "Beim Fernseher kam das Internet hinzu, der chancengleiche Zugang bleibt ungenommen." Zudem weist sie auf grundlegende Unterschiede hin: Ein TV-Gerät steht im Wettbewerb mit anderen Empfangsgeräten, ist also austauschbar. Das Kabelnetz oder die Infrastruktur eines Satellitenbetreibers sind es hingegen nicht.

Vorfahrt für Public Value

Die Regulierer wollen es aber nicht allein dem Wettbewerb überlassen, wie welche Inhalte in Zukunft auf welche Weise gefunden werden. Daher wird der Vorschlag diskutiert, ob Inhalte mit einem Public Value bevorzugt werden sollen - eine positive Privilegierung. Dem erteilt Chardon jedoch eine Absage. "Der Public-Value-Begriff ist zu schwammig. Eine solche Bevorzugung führt zur Behinderung anderer Inhalte", argumentiert die ZVEI-Medienexpertin.

Auch VPRT-Chef Schmid weist darauf hin, dass die Benutzerautonomie nicht beeinträchtigt werden dürfe. "Wir gehen von einem mündigen Nutzer aus, der weiß, wie man mit den neuen Medien umgeht", ergänzt Chardon.

Der mündige Bürger und das Kleingedruckte

Das Argument "mündiger Bürger" kommt jedoch immer aus der Ecke derer, die ihr Geschäft bedroht sehen. Ein Argument, das darauf abzielt, dass niemand dem Bürger seine Mündigkeit absprechen mag. Doch wie mündig ist der Bürger wirklich, wenn es um seine privaten Daten geht? Kann er überblicken, was mit ihnen geschieht und welche Informationen ihm auf Grundlage dieser Daten präsentiert werden? Ergibt sich aus kleingedruckten AGB und Datenschutzklauseln haargenau, was ein Dritter mit diesen Daten alles machen kann?

Diese Fragen stellt sich auch Thomas Fuchs, Direktor der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein. Von einer Ausweitung der Must-Carry-Regeln hält er jedoch nichts. "Das ist der falsche Ansatz", sagte Fuchs auf der Veranstaltung in Berlin. Die Regulierer hätten in Sachen Plattformregulierung gute Erfahrungen mit einer ex-post-Betrachtung gemacht, heißt: Es muss sich zuerst jemand beschweren, bevor der Regulierer aktiv wird. Daher rücken die Medienanstalten vom ex-ante-Regulierungsansatz ab und fordern stattdessen eine Stärkung des ex-post-Beschwerdeverfahrens.

Regulierung ausweiten, Intensität reduzieren

Das Lager der Regulierer und der bislang Regulierten ist sich einig darüber, dass die Intensität der Plattformregulierung im Rahmen einer neuen Medienordnung abnehmen wird. Verständlicherweise sehen das diejenigen, die bisher mit der Medienregulierung nichts am Hut hatten und in ihren Fokus geraten sind, völlig anders.

Die Bund-Länder-Kommission will bis Ende des Jahres erste Ergebnisse zu den offenen Fragen der Plattformregulierung präsentieren. Es spricht vieles dafür, dass die Benutzeroberflächen der Smart-TVs unter ein neues Regulierungsregime fallen werden. Inwiefern das Samsung oder LG im fernen Korea interessiert, steht natürlich auf einem anderen Blatt.

Lang lebe UKW! Kabelnetzbetreiber wollen Radio weiterhin analog einspeisen

Marc Hankmann

Der UKW-Hörfunk erfreut sich nach wie vor großer Beliebtheit - zum Leidwesen derer, die über DAB+ das digitale Radio in Deutschland zum Erfolg führen wollen. Trotz aller Vorteile - bessere Tonqualität, größere Programmauswahl - halten die Bürger an UKW fest.

Hohe Akzeptanz beim Verbraucher

Einer ähnlichen Treue zum Analogen zollten auch die Kabelnetzbetreiber lange ihren Tribut, die jetzt aber damit beginnen, die analog genutzten Kapazitäten sukzessive abzuschmelzen. Voraussichtlich wird das letzte analoge TV-Signal 2017 oder 2018 im Kabel abgeschaltet. Das heißt auch, dass spätestens dann die Verbreitung von UKW-Radio über die Kabelnetze endet. Die Landesmedienanstalten wollen diesen Prozess moderieren, so dass die analoge Kabelabschaltung bundesweit abgestimmt vonstatten geht.

Dem Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) ist das ein Dorn im Auge. "Die Akzeptanz von UKW-Radio ist im Endkundenmarkt noch sehr hoch", erklärt FRK-Geschäftsstellenleiter Ralf Berger. Der Verband ist dabei kein Feind der Digitalisierung. Für den TV-Bereich wünscht er sich sogar eine Abschaltung vor 2018. Aber beim Kabelradio plädiert Berger dafür, die analoge Verbreitung länger aufrecht zu halten.

Anforderungen an die Heimvernetzung

Bislang liegt das analoge Radiosignal an der Kabeldose in der Wand an, so dass viele Haushalte, die die FRK-Kabelnetzbetreiber versorgen, ihre Stereo-Anlage einfach an die Kabeldose angeschlossen haben. Dieser Anschluss fiele weg, wenn die Kabelnetzbetreiber das analoge Hörfunksignal abschalten. Eine Alternative: Der Fernseher wird zum Radiohören eingeschaltet, denn der integrierte DVB-C-Tuner empfängt digitales Fernsehen und Radio. "Angesichts der Tatsache, dass in der großen Mehrheit der deutschen Haushalte Flachbildfernseher mit einer der Bauart geschuldeten qualitativ minderwertigen Tonausgabe stehen, ist das keine Option", erklärt Berger, zumal einerseits der Stromverbrauch höher wäre und andererseits permanent ein Bildschirmschoner oder Hintergrundbild auf dem Fernseher lief. Auch die Möglichkeit, den Flachbildfernseher oder den Digitalreceiver mit der Stereo-Anlage zu verbinden, hält der FRK-Geschäftsstellenleiter für wenig praktikabel. "Die Abschaltung des analogen Radiosignals im Kabel ist für unsere Kunden mit hohen Anforderungen an die Heimvernetzung verbunden", erklärt Berger.

FRK will marktgerechte Lösung

Das Problem für den FRK sind die Must-Carry-Vorschriften, nach denen die Kabelnetzbetreiber verpflichtet sind, bestimmte TV-Programme analog einzuspeisen. Diese Regelungen beziehen sich jedoch nicht allein auf den Fernsehbereich, auch wenn in den Landesmediengesetzen lediglich TV-Programme für eine bevorzugte analoge Kabelverbreitung genannt werden. Sie gelten für den Rundfunk, also auch für den Hörfunk. Wollen die FRK-Mitglieder also am analogen Radio in ihren Kabelnetzen festhalten, sind sie gesetzlich automatisch dazu verpflichtet, weiterhin die Must-Carry-TV-Programme analog zu verbreiten. Sie könnten also die Analogabschaltung gar nicht vornehmen.

"Bei der Ausgestaltung der Must-Carry-Regelungen hat man seinerzeit sicherlich nicht das analoge Radio im Fokus gehabt", meint FRK-Geschäftsstellenleiter Berger. Er plädiert angesichts der noch hohen Verbreitung von UKW-Radio für eine marktgerechte Lösung und hofft im Rahmen der analogen Kabelabschaltung auf eine Trennung zwischen dem Fernseh- und dem Hörfunkbereich. Ob die Landesmedienanstalten dabei aber mitspielen, ist fraglich. "Die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien hat uns mehrfach erklärt, dass Radio zum Rundfunk dazugehört", sagt Berger.

Terrestrische UKW-Verbreitung immer noch aktiv

Dem FRK geht es dabei gar nicht mal um etwaige Kosten, die den Kabelnetzbetreibern durch die Umstellung auf eine rein digitale Kabelverbreitung entstehen könnten. "Die meisten Netzbetreiber re-analogisieren das Radiosignal ohnehin schon, da sie es ja digital über Satellit oder das Internet beziehen", erklärt Berger. Er verweist hingegen auf die Terrestrik. Obwohl das analoge terrestrische Fernsehen längst durch DVB-T ersetzt wurde, wird Radio weiterhin analog gesendet - und das noch über die nächsten Jahre, wie anhand der Vergabe für UKW-Frequenzen über 2018 hinaus ersichtlich wird. Berger stellt sich die Frage, warum das im Kabel nicht auch möglich ist. "Wir bieten unseren Kunden im Vergleich zum ortsüblichen UKW-Empfang über Antenne eine deutlich größere Radioauswahl", so Berger.

Verband befürchtet Mehraufwand bei Kunden

Doch durch die Abschaltung des analogen Kabelradios hätten die Kunden nur einen Mehraufwand. Während in den deutschen Haushalten die Empfangsgeräte für digitales Fernsehen weit verbreitet sind, bleibt die Akzeptanz für DAB+-Empfänger noch hinter den Erwartungen zurück. "Wenn wir es schaffen würden, die Penetration von DAB+-Geräten zu steigern, hätten wir kein Problem damit, UKW-Radio im Kabel abzuschalten", sagt Berger. Die Initiative hierzu könne seiner Meinung nach aber nicht von den Kabelnetzbetreibern ausgehen.

Die Forderungen des FRK scheinen rückwärtsgewandt daherzukommen. Die Frage, warum an der terrestrischen UKW-Verbreitung festgehalten wird, während sie im Kabel abgeschaltet werden soll, ist

jedoch berechtigt. Die hohe Akzeptanz des UKW-Radios fällt den digitalisierungswilligen Politikern, Programmveranstaltern und Endgeräteherstellern ein weiteres Mal vor die Füße. Wer jetzt einfach auf Gesetze pocht, wird sicherlich keine Anhänger für digitales Radio gewinnen.

IT-Sicherheitsgesetz - Neue Pflichten für die IT-Sicherheit in Unternehmen

RA Ramón Glaß

Im Juni 2015 hat die Bundesregierung das IT-Sicherheitsgesetz (IT-SiG) verabschiedet, durch das die IT-Sicherheit von Unternehmen sowie der Schutz der Bürger im Internet erhöht werden sollen. Durch das IT-SiG wurde jedoch kein neues Gesetz geschaffen, sondern verschiedene, bereits bestehende Gesetze ergänzt. Seit dem ersten Entwurf im August 2014, über den wir bereits seinerzeit [berichtet](#) hatten, hat das Gesetz noch einige Änderungen erfahren. Im Folgenden wird ein kurzer Überblick gegeben, wer durch das Gesetz verpflichtet wird, was zu tun ist und was kritisch gesehen wird.

Wen trifft das IT-Sicherheitsgesetz?

Das Gesetz und die hieraus resultierenden Pflichten gelten nur für "Betreiber kritischer Infrastrukturen". Kritische Infrastrukturen sollen insbesondere solche sein, die den Sektoren Energie, Informationstechnik und Telekommunikation, Transport und Verkehr, Gesundheit, Wasser, Ernährung sowie Finanz- und Versicherungswesen angehören und die von hoher Bedeutung für das Funktionieren des Gemeinwesens sind.

Kleinstunternehmen jedoch sind ausgenommen von den Verpflichtungen des IT-SiG. Angesichts der steigenden Bedeutung von Breitbanddiensten sowohl im privaten als auch gewerblichen Bereich dürften Kabelnetzbetreiber und Telekommunikationsanbieter damit mit großer Wahrscheinlichkeit als Betreiber kritischer Infrastrukturen anzusehen sein.

Wesentliche Pflichten

Betreiber kritischer Infrastrukturen werden durch das neue Gesetz verpflichtet, angemessene organisatorische und technische Vorkehrungen zu treffen, um Störungen der Verfügbarkeit, Integrität, Authentizität und Vertraulichkeit ihrer IT-Systeme zu vermeiden. Sie sind insbesondere verpflichtet, aufgestellte Mindestanforderungen an die IT-Sicherheit einzuhalten, Sicherheitsaudits nachzuweisen, Verfahren für die Meldepflichten von erheblichen IT-Sicherheitsvorfällen einzurichten sowie eine Kontaktstelle zu betreiben.

Telekommunikationsanbieter trifft zudem die Pflicht, die Nutzer über Störfälle (zum Beispiel Missbrauch einer Webseite, Datenverluste, Angriff auf einen Computer usw.) zu benachrichtigen. Für die Angriffserkennung dürfen sie nunmehr auch Verkehrsdaten erheben und sechs Monate speichern, was von Datenschützern als eine unberechtigte Art der Vorratsdatenspeicherung gesehen und entsprechend kritisiert wird.

Meldung an das BSI vorgeschrieben

Des Weiteren sind betroffene Unternehmen verpflichtet, Störungen an das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) zu melden. Solche Vorfälle sind grundsätzlich durch eine eigens vom Unternehmen zu benennende Kontaktstelle - und damit wohl anonym - zu übermitteln. Nur wenn die Störung tatsächlich zu einem Ausfall oder einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der kritischen Infrastruktur geführt hat, ist eine Nennung des konkreten Betreibers durch die Kontaktstelle erforderlich.

Zur Aufklärung oder Warnung der Öffentlichkeit sowie bei Auskunftsverlangen Dritter kann das BSI unter bestimmten Voraussetzungen die gemeldeten Informationen weitergeben und veröffentlichen. Auf Grund der Sensibilität solcher Informationen besteht für die betroffenen Unternehmen jedoch insbesondere im Fall von etwaigen Veröffentlichungen die Gefahr einer erheblichen Imageschädigung. Zudem ist fraglich, ob die schutzwürdigen Interessen der betroffenen Betreiber hinreichend durch das IT-SiG geschützt werden. Eine genaue Veröffentlichungspraxis wird sich noch entwickeln müssen.

Schließlich sind die IT-Sicherheitsmaßnahmen innerhalb von zwei Jahren zu implementieren. Andernfalls kann eine Geldbuße von 50.000 Euro bis zu 100.000 Euro verhängt werden.

Schwammige Begriffe, unklare Maßnahmen

Durch das neue IT-Sicherheitsgesetz wird erheblich in die Organisation der IT-Systeme der betroffenen Unternehmen eingegriffen, ohne dass eine ausreichende Klarheit darüber geschaffen wird, wen die Pflichten des Gesetzes genau treffen. Die zahlreichen unbestimmten Begriffe des IT-SiG wie "kritische Infrastrukturen" oder "Stand der Technik" machen es schwer abzusehen, ob und in welchem Umfang Maßnahmen von welchem Unternehmen ergriffen werden müssen.

Dies stellt Unternehmen vor erhebliche Herausforderungen, um die Anforderungen des IT-SiG entsprechend umzusetzen. Da das neue Gesetz zudem nicht klar bestimmt, welche Maßnahmen konkret erforderlich sind, wird für die Praxis bedeutsam sein, branchenspezifische Sicherheitsstandards festzulegen.

Klarheit durch separate Rechtsverordnung

Ein wenig Klarheit soll eine separate Rechtsverordnung zum IT-SiG schaffen, in der unter anderem definiert werden soll, wer konkret als "Betreiber kritischer Infrastrukturen" im Sinne des Gesetzes verpflichtet ist. Wann diese Rechtsverordnung erlassen wird, ist derzeit jedoch noch nicht absehbar.

Wir empfehlen daher ausdrücklich, bestehende IT-Prozesse sowie die Infrastruktur sämtlicher Geschäftsbereiche und insbesondere deren Verfügbarkeit, Vertraulichkeit und Integrität zu überprüfen, um zu ermitteln, welche Maßnahmen nach dem neuen Gesetz getroffen werden müssen.

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

Mitarbeit: Anne Baranowski, LL.M.

Neues vom FRK

FRK für frühere Analogabschaltung im Kabelfernsehen - Kein Schnellschuss bei UKW-Kabelverbreitung

Der Vorstand des Fachverbands Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK) setzt sich im Fernsehbereich für einen beschleunigten koordinierten und einheitlichen Abschaltprozess ein, den die Landesmedienanstalten erst für 2018 anstreben. Gleichzeitig müssten bei der möglichst schnellen Analogabschaltung im TV-Bereich die berechtigten Belange der UKW-Verbreitung im Kabel berücksichtigt werden.

Wie der Vorsitzende des FRK, Heinz-Peter Labonte, am Rande einer Vorstandssitzung mitteilte, begrüßt der Verband das Bestreben für einen einheitlichen Abschaltprozess und dessen Moderation durch die Landesmedienanstalten. Gleichzeitig dringe aber der FRK auf eine Beschleunigung dieses Prozesses unter Beachtung der Verbraucherinteressen bei der UKW-Verbreitung von Radioprogrammen im Kabel.

"Es ist völlig unangebracht, bis Ende 2018 bei der Analogabschaltung des TV-Signals in den Kabelnetzen zu warten. Gleichzeitig wird bislang kein Wort geredet über die Notwendigkeit, die UKW-Verbreitung im Kabel länger zuzulassen", erklärte Labonte in Lauchhammer. Angesichts der weiten Verbreitung von UKW-Endgeräten könne das Kabel nicht für einen beschleunigten Absatz von Digitalendgeräten im UKW-Hörfunk missbraucht werden. Dabei würden insbesondere die ländlichen Regionen entscheidend benachteiligt, erklärte der FRK-Vorsitzende abschließend.

Veranstaltungshinweise

Dr. Jörn Krieger

FRK-Breitbandkongress in Leipzig

Der FRK-Breitbandkongress findet am 5. und 6. Oktober 2015 im Congress Center Leipzig statt. Die Konferenz und die begleitende Messe befassen sich mit vier Themenbereichen:

Infrastruktur: Königsweg Glasfaser sofort oder doch Übergangsphase mit Technologiemix?

Endgeräte: Bleibt der Wohnzimmer-Fernseher der Mittelpunkt oder gewinnt Mobil-TV via Smartphone/Tablet?

Finanzen und Recht: Private Finanzierungskonzepte für Banken und Versicherungen in Zeiten niedriger Sparzinsen - Alternative für Altersvorsorge oder blockieren Gestattungsverträge und Urheberrecht den Breitbandausbau?

Inhalte: Überlebt journalistische Qualität oder wird diese durch Amateure nivelliert? Bleibt der lineare TV-Konsum trotz interaktiver HbbTV-/Smart TV-/IPTV-Angebote? Welche Rolle spielt Multiscreen-TV im Verbreitungsmix?

Die vier Schwerpunkte werden in Foren, Workshops, auf der Messe und in Sonderveranstaltungen der Aussteller thematisiert.

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

Digitalisierung: Strategien für Stadtwerke

Für Stadtwerke birgt die Digitalisierung viele Chancen, aber auch Risiken. Interne Prozesse müssen automatisiert und entlang der Wertschöpfungskette angepasst werden, um Kosteneinsparungen zu erzielen. Daten müssen nutzbar gemacht und zu neuen datengetriebenen Geschäftsmodellen entwickelt werden. Kooperationen und Partnerschaften können helfen, die Zukunft gemeinsam zu meistern. Neue Wettbewerber stehen in den Startlöchern, um den Energiemarkt und die Kundenschnittstelle mit innovativen Produkten zu erobern. Stadtwerke sollten daher ihr größtes Gut, das Vertrauen des Kunden, nutzen und Marketing- und Vertriebsstrategien den neuen Kundenanforderungen anpassen. Wie die Stadtwerke mit neuen Geschäftsmodellen wachsen und gleichzeitig ihre Kosten reduzieren können, beleuchtet der Euroforum-Innovationstag "Digitale Transformation: Strategien für Stadtwerke" am 29. September 2015 in Stuttgart und am 3. November 2015 in Düsseldorf.

Infos & Anmeldung: <http://www.euroforum.de/digitalisierung>

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Tele Columbus plant Kapitalerhöhung zur Finanzierung weiterer Zukäufe

Tele Columbus, der drittgrößte deutsche Kabelnetzbetreiber, verfolgt auch nach dem mittlerweile vollzogenen Erwerb von Primacom die Absicht, weitere Zukäufe zu tätigen. Dazu plant die Gesellschaft die Durchführung einer Barkapitalerhöhung. Über diese soll eine außerordentliche Hauptversammlung am 14. September 2015 beschließen. Angestrebt wird ein Bruttoemissionserlös von 240 Millionen Euro.

"Die Kapitalerhöhung schafft für die Gesellschaft die Möglichkeiten, ihr qualitatives Wachstum in Europas attraktivstem Kabelmarkt weiter erfolgreich fortzusetzen und ihre Position als Nummer 3 im deutschen Kabelmarkt noch weiter auszubauen", sagte Ronny Verhelst, Vorstandsvorsitzender von Tele Columbus, in Berlin. "Wir sind zuversichtlich, diese zusätzlichen Möglichkeiten wertsteigernd für das Unternehmen und seine Aktionäre nutzen zu können."

Eine Finanzierung weiterer maßgeblicher Zukäufe wäre ohne die vorgeschlagene Kapitalerhöhung auf Basis der aktuellen Finanzierungsstruktur der Gesellschaft derzeit nicht möglich. Der Gesellschaft steht zwar ein genehmigtes Kapital zur Verfügung; dieses soll jedoch primär zur Rückführung einer Brückenfinanzierung verwendet werden, die Teil der Akquisitionsfinanzierung für Primacom ist und am 15. Dezember 2015 zur Rückzahlung fällig wird. Das genehmigte Kapital würde daher allenfalls teilweise für die Finanzierung weiterer Akquisitionen oder zur Reduzierung der Verschuldung zur Verfügung stehen.

Sofern sich die Möglichkeit zu weiteren Zukäufen zeitnah ergibt, können die Einnahmen aus der Kapitalerhöhung unmittelbar zur Zahlung des Kaufpreises verwendet werden. Ansonsten können die Mittel vorgehalten oder dazu verwendet werden, bestehende Darlehen zurückzuführen, um so den Verschuldungsgrad der Gesellschaft zu reduzieren und dadurch die Aufnahme von neuem Fremdkapital zur Finanzierung von Akquisitionen zu einem späteren Zeitpunkt zu ermöglichen.

Branchenkenner tippen darauf, dass Tele Columbus mit der Kapitalerhöhung die Übernahme der kleineren Kabelgesellschaft Pepcom vorbereitet. Das Unternehmen, das sich seit 2010 im Besitz des britischen Finanzinvestors Star Capital befindet, versorgt bundesweit rund 850.000 Haushalte.

Tele Columbus bleibt auf Wachstumskurs

Der drittgrößte deutsche Kabelnetzbetreiber Tele Columbus gewann im zweiten Quartal dieses Jahres 27.000 neue Telefonkunden. Die Gesamtzahl der Telefonkunden stieg damit im Vorjahresvergleich um 26 Prozent auf 202.000. Die Zahl der Internetkunden legte um 12,3 Prozent auf 213.000 zu.

Der durchschnittliche Umsatz der Kunden wuchs um 3,3 Prozent auf 14,30 Euro. Die Gesamtzahl der Kunden kletterte durch die Übernahme von mehreren kleinen Kabelnetzbetreibern und Netzen um 9.000 auf 1,68 Millionen.

Tele Columbus investierte im zweiten Quartal 23,4 Millionen Euro in seine Infrastruktur und Netze, verglichen mit 12,5 Millionen im zweiten Quartal 2014 (+86,4 Prozent). Der Umsatz nahm um 2,3 Prozent auf 54,3 Millionen Euro zu, das operative Ergebnis (EBITDA) stieg um 9,2 Prozent auf 27,7 Millionen Euro. Der Nettogewinn betrug fünf Millionen Euro.

Tele Columbus hatte kürzlich die Kabelgesellschaft Primacom übernommen und plant im Zuge einer Kapitalerhöhung weitere Zukäufe.

WISI übernimmt Mehrheit an Inca Networks

Die Wilhelm Sihm Jr. GmbH & Co. KG (WISI) hat die Mehrheit an der kanadischen Technologiefirma Inca Networks übernommen. Das Unternehmen gilt als industrieführender Anbieter intelligenter Systemlösungen und von Hardware-Produkten für die Zuführung, Steuerung, Kontrolle und Verteilung linearer und non-linearer TV- und Videoinhalte über Breitbandnetze an Fernsehgeräte und mobile Endgeräte wie Tablets, Smartphones und Laptops (OTT und Multiscreen).

Zu den Kunden von Inca Networks gehören große Anbieter von IPTV- und Pay-TV-Angeboten sowie Betreiber von Kabel- und IP-Netzen. Mit der Mehrheitsübernahme, deren finanzielle Details nicht genannt wurden, will WISI seine weltweite Position bei digitalen TV-Empfangs- und Verteillösungen sowie Systemkomponenten für Next Generation Networks und TV weiter ausbauen. Zudem erhält WISI über das Vertriebsnetz von Inca Networks direkten Zugang zum nordamerikanischen Markt.

"Inca Networks ist ein Gewinn für WISI. Der Empfang und die Wiedergabe linearer und non-linearer TV- und Videoinhalte auf festen und mobilen Bildschirmgeräten gelten weltweit als einer der wichtigsten Trends für Next Generation TV", sagte Axel Sihm, geschäftsführender Gesellschafter von WISI. "Durch die Kombination unserer marktführenden Kopfstellen- und Netzwerklösungen mit der leistungsstarken VidiOS-Software sowie der Multiscreen-Hardware von Inca Networks erhalten Netzbetreiber umfassende Systeme, um sich im Zukunftsmarkt Personalisiertes Fernsehen mit seinen hohen Wachstumsraten effizient aufzustellen und auf die Nachfrage ihrer technologieaffinen TV- und Videokunden optimal reagieren zu können."

Jeff Campbell, CEO von Inca Networks, erklärte: "Mit WISI haben wir den richtigen strategischen Partner für den weiteren Ausbau unserer internationalen Kundenbasis und die Entwicklung neuer Systemlösungen gefunden. Das Unternehmen besitzt eine lange Tradition, ist weltweit aufgestellt und bestens positioniert, um unseren Weg zum echten Global Player im Bereich Intelligent Video Delivery zu unterstützen."

Springer und ProSiebenSat.1 fusionieren nicht

Die Mediengruppe Axel Springer und der TV-Veranstalter ProSiebenSat.1 wollen sich nun doch nicht zusammenschließen, sondern starten stattdessen gemeinsam ein Projekt zur Förderung neuer digitaler Unternehmen.

Ziel der Initiative sei, innovative digitale Geschäftsideen und Startups zu unterstützen, um den Digitalstandort Deutschland auch international besser zu positionieren, heißt es in einer gemeinsamen Mitteilung. Dazu sind gemeinsame Investitionen in Unternehmen und Fonds, eine Vernetzung der Inkubations- und Accelerator-Programme sowie Media-for-Equity-Investitionen vorgesehen.

Weitergehende gesellschaftsrechtliche Verbindungen zwischen Springer und ProSiebenSat.1 seien nicht geplant, erklärten Sprecher beider Seiten. Anfang Juli 2015 wurde in Branchenkreisen über Fusionsgespräche spekuliert.

Telekom will Breitbandausbau beschleunigen

Die Deutsche Telekom will ihre Bandbreiten bei den DSL-Anschlüssen stärker beschleunigen als bisher bekannt. "Wir wollen für knapp 80 Prozent der Bevölkerung Geschwindigkeiten von bis zu 100 Mbit/s im Jahr 2018 anbieten", sagte Deutschland-Chef Niek Jan van Damme dem Nachrichtenmagazin "Focus".

Vier Millionen Haushalte könnten schon heute mittels der Überbrückungstechnologie Vectoring bis zu 100 Mbit/s nutzen. Doch auf dieses höhere Surf-Tempo, das etwa die Kabelnetzbetreiber Kabel Deutschland und Unitymedia schon heute bieten, will sich van Damme nicht beschränken: "Mit Super-Vectoring werden wir noch einen Zahn zulegen und die Festnetzgeschwindigkeiten auf bis zu 250 Mbit/s steigern." Einen Zeitplan nannte er dafür nicht und stellte das Angebot zum Turbo-Tempo unter den Vorbehalt der Zustimmung durch die Bundesnetzagentur.

Die etwa 20 Prozent der mit DSL schwach ausgerüsteten Gebiete auf dem Land will die Telekom nach eigenen Angaben ebenfalls mit besserem Netz ausstatten. "Wo sich der Festnetzausbau absolut nicht rechnet, versorgen wir Gebiete mobil mit LTE. Hier hilft eine technische Kombination aus Festnetz und Mobilfunk", sagte van Damme und verwies auf einen speziellen Router, der sich jeweils das stärkste Netzsignal herausucht.

Medienaufsicht will Netzneutralität sicherstellen

Werner Schwaderlapp, Vorsitzender der Medienkommission der nordrhein-westfälischen Landesanstalt für Medien (LfM), hat sich gegen die Bevorzugung von kommerziellen Diensten und so genannten Spezialdiensten im Internet ausgesprochen und eine weitgehende Gleichbehandlung aller Nutzer angemahnt.

Netzneutralität bedeute aus seiner Sicht vor allem kommunikative Chancengleichheit, sagte

Schwaderlapp dem Medienmagazin "[promedia](#)": "Finanzstarke Anbieter dürfen sich keine Überholspuren im Netz einkaufen können, die zulasten kleinerer Anbieter gehen."

Auch beim so genannten Zero Rating positionierte er sich deutlich: "Für mich ist es eine Verletzung der Netzneutralität, wenn ein Internet Service Provider den Datenverbrauch des Inhalts A auf den Volumentarif der Konsumenten anrechnet, den Datenverbrauch des Inhalts B dagegen nicht." Gleichzeitig zeigte er sich aber erfreut über "das Bewusstsein und die Offenheit" vieler Telekommunikationsanbieter für die Problematik.

Skeptisch äußerte sich Schwaderlapp jedoch hinsichtlich der Spezialdienste, also solchen Angeboten, die grundsätzlich von den Netzbetreibern bevorzugt behandelt werden sollen, wie etwa Telemedizin: "Bisher hat mich noch keine Ausführung zu den Spezialdiensten restlos überzeugt. Ich kann mir Ausnahmen für Notdienste vorstellen, aber nicht für Luxusangebote."

Kabel Deutschland wächst mit Breitbandinternet

Der Internetzugang erwies sich auch im vergangenen Quartal (1. April bis 30. Juni 2015) als Wachstumstreiber der Kabelgesellschaft Kabel Deutschland, die 102.000 neue Breitbandverträge verzeichnete. Darin sind etwa 22.000 Vodafone-DSL-Kunden enthalten, die zu Kabelinternet gewechselt sind. Im gesamten Kabelnetz der Vodafone-Tochter ist eine Download-Datenrate von 100 Mbit/s verfügbar. Rund vier Millionen Haushalte können bereits einen 200-Mbit/s-Zugang nutzen.

Für den Telefonanschluss wurden 99.000 neue Verträge abgeschlossen. Insgesamt haben sich inzwischen 2,8 Millionen der 8,3 Millionen Kabel-Deutschland-Kunden für einen Internet- und Telefonanschluss via Kabelnetz entschieden (Vorjahr: 2,3 Millionen Kunden).

Der Umsatz stieg im Vorjahresvergleich um 7,1 Prozent auf 526 Millionen Euro, der Nettogewinn kletterte von 47 Millionen auf 66 Millionen Euro. Der durchschnittliche Monatsumsatz pro Kunde legte um 7,8 Prozent auf 19,25 Euro zu.

Kabel Deutschland holt Tele-5-Mediathek

Kabel Deutschland hat die Mediathek von Tele 5 in seinen Video-on-Demand-Dienst Select Video aufgenommen. Die Kabelkunden können damit ausgewählte Programme des Free-TV-Senders rund um die Uhr in voller Länge abrufen.

Zum Angebot zählen Spielfilme wie der US-Thriller "Experiment Killing Room", die kanadische Zombie-Komödie "Fido - Gute Tote sind schwer zu finden" oder das US-Fantasy-Abenteuer "Midnight Chronicles" sowie Shows, darunter "SchleFaZ: Die schlechtesten Filme aller Zeiten" mit Oliver Kalkofe und Peter Rütten. Im Herbst kommen neue Folgen der Mediensatire "Kalkofes Mattscheibe Rekalked" dazu.

Alle Inhalte stehen unmittelbar nach TV-Ausstrahlung in HD-Qualität zur Verfügung und lassen sich mindestens sieben Tage lang beliebig oft und ohne Zusatzkosten ansehen. [Select Video](#) bietet insgesamt Inhalte von mehr als 60 Sendern und kann von über 6,4 Millionen Haushalten genutzt werden.

Unitymedia legt mit Internet und Telefonie zu

Unitymedia hat im zweiten Quartal dieses Jahres 56.000 Internet- und 44.000 Telefoniekunden gewonnen. Für die Multimedia-Box Horizon entschieden sich 34.000 Kunden. Damit befindet sich das Gerät erstmals in mehr als 350.000 Haushalten. Insgesamt beziehen von den 6,5 Millionen Unitymedia-Kunden drei Millionen einen Internetzugang und 2,8 Millionen einen Telefonanschluss übers Kabelnetz.

Den Umsatz steigerte Unitymedia im zweiten Quartal auf 538 Millionen Euro - ein Zuwachs von sieben Prozent im Vergleich mit dem Vorjahreszeitraum. Der Monatsumsatz pro Kunde legte um sieben Prozent auf 22,94 Euro zu. Das operative Ergebnis (EBITDA) kletterte um ebenfalls sieben Prozent auf 337 Millionen Euro. Der Verlust verringerte sich von 29,9 Millionen auf 1,1 Millionen Euro.

Unitymedia baut TV-Angebot aus

Unitymedia speist ab sofort den Unterhaltungskanal Sony Entertainment TV in sein Kabelnetz in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg ein. Der Pay-TV-Sender, der vor allem Dramaserien und TV-Mehrteiler zeigt, ist Bestandteil des Abo-Pakets "Digital TV Allstars".

Neu im Unitymedia-Kabelnetz in Baden-Württemberg ist der europäische Kulturkanal ARTE HD, der unverschlüsselt verbreitet wird. In Nordrhein-Westfalen und Hessen ist das Programm bereits zu empfangen. In Kürze will Unitymedia weitere HD-Sender in sein Kabelnetz aufnehmen.

Entertain erreicht 2,6 Millionen Kunden

Die Deutsche Telekom hat im zweiten Quartal dieses Jahres 62.000 neue Kunden für ihre IPTV-Plattform Entertain gewonnen, die damit insgesamt 2,58 Millionen Kunden erreicht. Der Zuwachs lag auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums (63.000 neue Kunden). Die Zahl der Breitbandanschlüsse legte um 81.000 auf 12,52 Millionen zu - der größte Anstieg seit über drei Jahren. Davon haben 2,37 Millionen

Kunden einen Glasfaseranschluss. Für das Gesamtjahr 2015 erwartet die Telekom rund 250.000 neue Breitbandkunden.

Simon Robson wird Sky-Finanzvorstand

Simon Robson wird als Nachfolger von Steven Tomsic neuer Chief Financial Officer bei Sky Deutschland. Der 41-jährige ist bislang Deputy Chief Financial Officer bei dem Pay-TV-Veranstalter. Er war zuvor 18 Jahre in den Bereichen Finance sowie Strategy bei Sky in Großbritannien tätig. Seine neue Aufgabe wird Robson Ende September 2015 antreten.

Tomsic wird nach vielen Jahren der Tätigkeit für Sky Deutschland - zunächst als Mitglied des Aufsichtsrats, anschließend fast fünf Jahre lang als Chief Financial Officer - im Herbst Deutschland verlassen.

Roman Steuer wird Sky-Sportchef

Roman Steuer, bisher verantwortlich für den Sportnachrichtensender Sky Sport News HD, wird zum 1. September 2015 als Executive Vice President die Leitung des Gesamtbereichs Sport bei Sky übernehmen.

In dieser Funktion folgt er auf Carsten Schmidt, der seine bisherigen Aufgabenbereiche seit der Übernahme des Vorstandsvorsitzes vor zwei Monaten schrittweise abgibt. Einen Nachfolger für Steuer als Senderchef von Sky Sport News HD will der Pay-TV-Veranstalter in Kürze bekannt geben.

Sky steigert Abo-Zahlen

Sky hat im Geschäftsjahr 2014/15 die Zahl seiner Abonnenten um 467.000 gesteigert - fast ein Drittel mehr als im Vorjahr (360.000). Insgesamt verfügt der Pay-TV-Anbieter damit über 4,28 Millionen Kunden (2013/14: 3,81 Millionen). 54 Prozent empfangen das Premium-Sky-HD-Angebot, vor einem Jahr lag der Anteil bei 50 Prozent.

Der Digitalrekorder Sky+ hat 491.000 neue Kunden dazugewonnen, so dass die Anzahl aller Haushalte mit Sky+ auf 2,17 Millionen stieg (Vorjahr: 1,68 Millionen). 490.000 Kunden (Vorjahr: 451.000) beziehen eine Sky-Zweitkarte.

Der Umsatz stieg von 1,65 Milliarden auf 1,8 Milliarden Euro, das operative Ergebnis (EBITDA) legte von 28,8 Millionen auf 86,2 Millionen Euro zu. Der Verlust verringerte sich von 150,5 Millionen auf 77,4 Millionen Euro.

Sky testet Ultra-HD-Übertragung

Sky weitet seine Vorbereitungen für die neue Generation des hochauflösenden Fernsehens aus. Der DFL-Supercup zwischen dem Deutschen Meister Bayern München und DFB-Pokalsieger VFL Wolfsburg am 1. August 2015 wurde im neuen Bildformat Ultra HD live übertragen. Zum ersten Mal wurde dabei High Dynamic Range (HDR) über die gesamte Produktionskette eingesetzt - von der Kamera im Stadion über den Satelliten bis zum Fernseher.

HDR ist eine Technologie zur Vergrößerung des Kontrastumfangs, die eine genauere Darstellung der dunklen Bildbereiche bei gleichzeitiger Erhöhung der Helligkeit ermöglicht. Damit sieht der Zuschauer vor dem Fernseher noch mehr Details zum Beispiel bei Fußballspielen mit starken Licht- und Schatten-Kontrasten.

"High Dynamic Range ist eine wichtige Erweiterung für Ultra HD und ermöglicht einen deutlich besseren Kontrastumfang, wodurch wir einen noch signifikanteren Unterschied zu HD erzeugen können", sagte Stefan Kunz, Vice President Business & Distribution Services bei Sky. "Die Ergebnisse vom DFL-Supercup sind bereits sehr gut, in weiteren Tests werden wir weitere Parameter testen und uns an den Feinschliff machen."

Die Ultra-HD-Testübertragung wurde in Zusammenarbeit mit der Deutschen Fußball-Liga (DFL) und Sony durchgeführt, die die Produktion mit professionellem Produktionsequipment unterstützt haben. So wurden HDR-Bilder von einer Sony HDC-4300 Kamera mit angeschlossenem BVM-X300 HDR-Videomonitor in verschiedenen HDR-Formaten ausgegeben und auf unterschiedlichen Sony-Ultra-HD-Fernsehern für interne Testzwecke gezeigt und ausgewertet.

Sky startet James-Bond-Kanal

Der Pay-TV-Veranstalter Sky startet 53 Jahre nach dem Erscheinen des ersten offiziellen James-Bond-Films "James Bond jagt Dr. No" und einen Monat vor der Kinopremiere des neuesten Bond-Abenteuers "Spectre" einen eigenen James-Bond-Sender. Auf Sky 007 HD sind erstmals in der Geschichte des deutschsprachigen Fernsehens alle 23 Bond-Filme zu sehen: ohne Werbeunterbrechung, in HD-Qualität und auf Wunsch in der englischsprachigen Originalversion.

[Sky 007 HD](#) startet am 5. Oktober und wird bis 6. Dezember 2015 den Sender Sky Hits ersetzen. Das

Programm ist für alle Abonnenten des Sky-Filmpakets zugänglich. Die Filme sind zudem über Sky Go und Sky Anytime abrufbar. Der neue Bond-Film "Spectre" wird 2016 bei Sky Cinema, Sky Go und Sky Anytime zu sehen sein.

Sky Go erhält Download-Funktion

Sky verpasst seinem Zusatzdienst Sky Go eine Download-Funktion. Mit Sky Go Extra können die Abonnenten ab sofort Spielfilme, Serien, Dokumentationen und Kindersendungen auch ohne Internetverbindung ansehen, etwa im Flugzeug, Auto, Hotel oder am Strand, auch im Ausland. Im Gegensatz zu Sky Go ist [Sky Go Extra](#) allerdings nicht im Pay-TV-Abo-Preis enthalten, sondern kostet 4,99 Euro Aufpreis pro Monat. Der Bezug ist monatlich kündbar.

Vor einem Auslandsaufenthalt müssen die Inhalte in Deutschland oder Österreich auf das Smartphone oder Tablet heruntergeladen werden, denn die Downloads sind nur im Inland möglich - via WLAN oder Mobilfunknetz. Es können bis zu 25 Titel (maximal fünf Spielfilme) gleichzeitig heruntergeladen werden - jeder Titel nur zweimal pro Jahr. Die heruntergeladenen Inhalte bleiben jeweils 30 Tage lang verfügbar. Nach Beginn der Wiedergabe stehen sie 48 Stunden lang zur Verfügung.

Sky Online startet bei Chromecast

Sky macht seine Web-TV-Plattform Sky Online über den Multimedia-Stick Chromecast zugänglich. Die Zuschauer können damit die Sky-Programme über ihr Smartphone oder Tablet auf den Fernseher übertragen.

[Sky Online](#) ermöglicht die Nutzung des Spielfilm-, Serien- und Sportangebots von Sky ohne klassisches langfristiges Abonnement. Der Zugang ist ab 9,99 Euro pro Monat möglich und monatlich kündbar. Da die Programme via Internet auf den Bildschirm gelangen, ist kein Satelliten-, Kabel- oder IPTV-Anschluss notwendig.

Neben Chromecast ist Sky Online im Web, auf dem iPhone, iPad, der Xbox One, Smart-TV-Fernsehern von LG und Samsung, ausgewählten Android-Smartphones und -Tablets sowie auf der Sky Online TV Box verfügbar.

Sky schickt Sportnachrichten aufs Smartphone

Sportfans können Sportnachrichten jetzt direkt von Sky als Kurzmeldungen erhalten. Sky Sport News HD sendet seit kurzem auf Wunsch Neuigkeiten aus der Welt des Sports über den Messenger-Dienst WhatsApp auf die mobilen Endgeräte. Interessierte müssen sich dazu lediglich einmalig mit ihrer Mobilfunknummer registrieren und WhatsApp auf ihrem Smartphone installiert haben.

Der [Service](#) ist kostenlos für Kunden und Nichtkunden von Sky und kann jederzeit wieder gekündigt werden. In der ersten Woche haben sich bereits rund 20.000 Nutzer für den Update-Dienst registriert. Technischer Partner bei der Umsetzung ist der Dienstleister WhatsBroadcast.

Sky Online startet auf LG Smart TV

Sky Online, die Web-TV-Plattform von Sky, steht ab sofort allen Besitzern eines Smart-TV-Fernsehers von LG (alle WebOS-Modelle) in Deutschland und Österreich zur Verfügung. Die Zuschauer können damit ohne klassisches Abonnement das Spielfilm-, Serien- und Live-Sportangebot - darunter die Fußball-Bundesliga - empfangen. Satellitenschüssel, Kabelanschluss oder IPTV-Zugang sind dafür nicht erforderlich, denn die Programme gelangen via Internet auf den TV-Bildschirm.

Als Teil der Partnerschaft mit LG erhält jeder Käufer eines neuen LG-Smart-TV-Geräts zwischen 1. August und 30. September 2015 drei "Sky Starter"-Monatstickets und drei "Sky Supersport"-Tagestickets für Sky Online kostenfrei.

[Sky Online](#) startete im Oktober 2014 und ist via Web, iPad, iPhone, Android-Smartphones und -Tablets, Xbox One, Samsung-Smart-TV-Fernseher und Sky Online TV Box zugänglich. Das Angebot, das ab 9,99 Euro pro Monat erhältlich ist, kann monatlich gekündigt werden.

Startschuss für DVB-T2-Testlauf in Köln/Bonn

Der WDR und der Sendernetzbetreiber Media Broadcast haben am 18. August 2015 ihren Testlauf für die neue Generation des terrestrischen Digitalfernsehens in Nordrhein-Westfalen begonnen: Mit dem TV-Standard DVB-T2 und dem Kompressionsverfahren HEVC werden erstmals in Deutschland hochauflösende Programme (HD) via Antenne angeboten.

Der WDR strahlt für den Testlauf einen Multiplex auf Kanal 40 mit frei empfangbaren öffentlich-rechtlichen Programmen in der neuen Technik aus. Media Broadcast bietet auf einem zweiten Kanal (43) einen Multiplex mit Privatsendern an. Die Ausstrahlung erfolgt vom Sender Venusberg in Bonn (WDR) und vom Senderstandort Colonius in Köln (Media Broadcast) im so genannten Gleichwellennetzbetrieb mit einer Strahlungsleistung von jeweils 20 Kilowatt.

Die Testausstrahlung dient der technischen Erprobung der gesamten Signalkette vom Sender bis zum Empfangsgerät. Der Versuch soll Herstellern von System- und Gerätetechnik für die Senderseite sowie Herstellern und Importeuren von Empfangsgeräten die Entwicklung und den Praxiseinsatz entsprechender Geräte ermöglichen.

Erprobt werden alle üblichen Nutzungsformen - von der stationären Nutzung bis zum portablen und mobilen Empfang. Dabei kommen auch hybride Empfangsgeräte für DVB-T2 und Internet zum Einsatz. Kompatible Empfänger sind am Logo "[DVB-T2 HD](#)" erkennbar; bisherige DVB-T-Receiver sind nicht geeignet. Auch in München und Berlin laufen derzeit DVB-T2/HEVC-Pilotprojekte.

Die ersten regulären Programme im neuen terrestrischen TV-Standard sollen ab Juni 2016 in Ballungsräumen ausgestrahlt werden - rechtzeitig zum Beginn der Fußball-EM.

ProSieben Maxx startet via DVB-T

Der Free-TV-Sender ProSieben Maxx ist ab sofort via DVB-T in Nordrhein-Westfalen zu empfangen. Der Sendernetzbetreiber Media Broadcast verbreitet das 24-Stunden-Programm an den Standorten Köln und Bonn auf Kanal 53 sowie in Essen, Dortmund, Langenberg, Wesel und Düsseldorf auf Kanal 55 innerhalb des Bouquets von ProSiebenSat.1.

Die Kapazität wurde durch eine technische Optimierung im Multiplex frei. Um den Neuzugang auf den Bildschirm zu holen, wird den Zuschauern ein Sendersuchlauf am DVB-T-Empfangsgerät empfohlen.

ProSieben Maxx richtet sich mit Spielfilmen, Serien, Dokumentationen und Magazinen an eine männliche Zielgruppe zwischen 14 und 39 Jahren.

RTL Nitro HD zeigt drei Fußballspiele unverschlüsselt

Der Free-TV-Sender RTL Nitro hebt die Verschlüsselung seines HD-Signals bei drei Qualifikationsspielen für die Fußball-EM 2016 auf. Das Programm, für das normalerweise ein Entgelt anfällt, ist in dieser Zeit für alle Zuschauer via Kabel, Satellit und IPTV frei empfangbar. Die Gratisphase betrifft die Partien Niederlande gegen Island am 3. September 2015 um 20.15 Uhr, Spanien gegen die Slowakei am 5. September 2015 um 20.15 Uhr und die Niederlande gegen die Türkei am 6. September 2015 um 17.30 Uhr.

Präsentiert werden die Fußballabende vom ehemaligen MTV-Moderator Markus Kavka und Ex-Nationalspieler Steffen Freund (unter anderem Borussia Dortmund, Tottenham Hotspur).

RTL Nitro hatte im Mai vom europäischen Fußballverband UEFA ein umfangreiches Rechtepakett erworben, das insgesamt mindestens 20 Live-Spiele der Qualifikation für die Fußball-EM 2016 in Frankreich und für das WM-Turnier 2018 in Russland umfasst.

Max Schautzer hält an telebono fest

Der ehemalige TV-Moderator Max Schautzer ("Pleiten, Pech und Pannen") hält an seinem seit Jahren geplanten Projekt eines Fernsehsenders für Zuschauer in der zweiten Lebenshälfte fest. Allerdings stellten sich herkömmliche Verbreitungswege als nicht finanzierbar heraus, sagte der 75-Jährige der Nachrichtenagentur dpa. "Deswegen haben wir uns entschlossen, eine Nummer kleiner anzufangen und via Internet zu starten, dazu zeichnet sich jetzt ganz konkret eine Kooperation ab."

In Ländern wie den USA, Kanada, den Niederlanden oder Dänemark funktionierten solche TV-Programme, betonte Schautzer. Als Themen seien Gesundheit, Reise, Rente, Finanzen oder Pflege geplant. "Man muss für ältere Zuschauer auch anders produzieren, langsame Kamerafahrten, nicht so ein Schnitt-Hickhack."

Der werbefinanzierte Free-TV-Kanal sollte ursprünglich 2009 auf Sendung gehen; der Start wurde aber mehrfach verschoben.

Discovery übernimmt Eurosport komplett

Der Sportkanal Eurosport befindet sich jetzt komplett in amerikanischer Hand. Der US-Fernsehveranstalter Discovery Communications übernahm vom französischen Privatsender TF1 für 491 Millionen Euro die restlichen 49 Prozent der Anteile und hält damit 100 Prozent.

Discovery will Eurosport mit dem Erwerb weiterer Sportrechte attraktiver für Zuschauer, Werbekunden und Verbreitungspartner machen. Zuletzt kaufte das Unternehmen für 1,3 Milliarden Euro die exklusiven Ausstrahlungsrechte der Olympischen Spiele von 2018 bis 2024 in Europa. 2012 war Discovery mit 20 Prozent bei Eurosport eingestiegen und stockte die Beteiligung vor über einem Jahr auf 51 Prozent auf.

DFL plant Bundesliga-App

Die Deutsche Fußball Liga (DFL) will im Laufe der neuen Bundesliga-Spielzeit eine eigene App für Smartphones und Tablets einführen. "Die Digitalisierung bringt der Bundesliga zusätzliche Chancen, um

mit den Fans in Deutschland und rund um den Globus noch besser zu kommunizieren", sagte DFL-Geschäftsführer Christian Seifert der Nachrichtenagentur dpa. Geplant sind eine deutsche und eine internationale Version mit Nachrichten rund um die Bundesliga.

In der neuen Saison will die DFL zudem ein Video-Angebot starten. "Bundesliga Forever" soll die Fans mit Archivmaterial versorgen, darunter Bundesligapartien, Saisonhöhepunkte, Spielerporträts und Hintergrundbeiträge.

Jeder Vierte nutzt Online-Videotheken

Mehr als ein Viertel (28 Prozent) der Internetnutzer in Deutschland nutzt zeitweise oder regelmäßig kostenpflichtige Online-Videotheken wie Netflix, maxdome, Amazon Prime, Watchever oder Sky Snap. Das ergab eine repräsentative Emnid-Umfrage unter 1.049 Internetnutzern im Auftrag von HÖRZU Online.

Bei den 25- bis 34-Jährigen nutzen fast die Hälfte (47 Prozent) kostenpflichtige Streaming-Dienste, bei den 16- bis 24-Jährigen liegt der Anteil bei 42 Prozent. Über zwei Drittel der Befragten (69 Prozent) nutzen keine kostenpflichtigen Video-Angebote.

Mehr als die Hälfte der Befragten (56 Prozent) nutzen kostenfreie Streaming-Dienste wie YouTube oder MyVideo. Das gilt vor allem für junge Menschen zwischen 16 und 24 Jahren (84 Prozent Nutzung) und zwischen 25 und 34 Jahren (70 Prozent Nutzung).

Mit hohen Zuwachszahlen können kostenpflichtige Streaming-Anbieter jedoch nicht rechnen: Drei Viertel (74 Prozent) der Befragten, die bisher noch kein Geld für Streaming ausgeben, haben dies auch in Zukunft nicht vor.

Bei den Jüngeren ist die Bereitschaft zu zahlen etwas ausgeprägter: Etwa ein Viertel (27 Prozent) der 16- bis 24-jährigen beziehungsweise etwa ein Fünftel (21 Prozent) der 25- bis 34-jährigen, die derzeit kein Geld für Streaming ausgeben, wären bereit, bis zu zehn Euro pro Monat zu zahlen. Mehr als zehn Euro im Monat würde so gut wie keiner der Befragten ausgeben - unabhängig von der Altersgruppe.

Netzkino startet bei Entertain

Die kostenfreie Online-Videothek Netzkino ist ab sofort mit einer App auf der IPTV-Plattform Entertain der Deutschen Telekom vertreten. Das werbefinanzierte Angebot, das im Menüpunkt TV-Apps zu finden ist, ermöglicht allen Entertain-Kunden, Spielfilme in voller Länge gratis anzusehen.

Die Titel stammen aus dem 1.500 Filme umfassenden Netzkino-Bestand und sind in die Bereiche "Alle Filme", "Neuheiten" und "Meistgesehen" unterteilt. Mit dabei sind Thriller, Action-, Drama-, Kinderfilme und Klassiker, darunter "Shooting Dog" mit John Hurt, "Mein Kampf" mit Tom Schilling und Götz George sowie "Der Loulou" mit Gérard Depardieu. Neue Produktionen kommen regelmäßig dazu.

Eine Anmeldung oder Registrierung ist nicht notwendig. Vor jedem Filmstart laufen bis zu drei kurze Werbeeinblendungen.

Netzkino startet bei Vodafone Mobile TV

Die kostenlose Online-Videothek Netzkino ist ab sofort mit einer App bei Vodafone Mobile TV vertreten. Zum Start sind 20 Spielfilme in voller Länge abrufbar, darunter das oscar-nominierte Kriegsdrama "Beaufort", der Historienfilm "Die Mätresse des Teufels" mit Michael Fassbender und das Völkermorddrama "Shooting Dogs" mit John Hurt.

Das Angebot deckt alle Filmgenres ab, wobei der Schwerpunkt vorerst auf Titel mit einer Altersfreigabe bis FSK 12 liegt. Eine spätere Öffnung für FSK-16-Titel ist angedacht. In regelmäßigen Abständen kommen neue Filme hinzu.

Die Gratis-App ist für alle iOS- und Android-Smartphones und -Tablets verfügbar. Die Finanzierung erfolgt über Werbespots, die vor den Filmen sowie nach zehn, 30 und 60 Minuten laufen.

RiC lässt Vorhang fallen

Der Kinder- und Familienkanal RiC strahlt sein Programm ab sofort in voller Bildschirmbreite aus. Der Vorhang, der den Fernseher wie eine Puppenkiste erschienen ließ, erscheint nur noch am Anfang und Schluss der Sendungen.

RiC entschied sich zu dem Schritt, nachdem Zuschauerumfragen ergaben, dass das Programm verstärkt auf mobilen Endgeräten wie Smartphones und Tablets gesehen wird. Die Zuschauer wünschten sich daher ein größeres Bildschirmformat.

Der werbefinanzierte Free-TV-Sender ist unverschlüsselt via Satellit über Astra (19,2° Ost), in Kabelnetzen, für DVB-T-Zuschauer in der multithek, per Mobile TV und Internet TV zu empfangen.

Mobile Internetnutzung wächst weiter

Mobile Endgeräte haben für die Internetnutzung in Deutschland stark an Bedeutung gewonnen: So ist die Verbreitung von Tablets bei den 14- bis 64-Jährigen innerhalb eines Jahres von 17 Prozent auf 29 Prozent gestiegen. 67 Prozent haben ein Smartphone, 2014 waren es noch 59 Prozent, 2013 lediglich 43 Prozent. Die Zahlen stammen aus der neunten Auflage der Forschungsreihe "TNS Convergence Monitor", einer Gemeinschaftsstudie von ARD-Werbung Sales & Services, ZDF, Deutscher Telekom und der RTL-Tochter IP Deutschland.

Ein Drittel (33 Prozent) ihrer Online-Zeit verbringen die 14- bis 64-Jährigen inzwischen mit dem Smartphone, neun Prozent mit dem Tablet. Die steigende Nutzung der mobilen Endgeräte geht zu Lasten von PC und Notebook, deren Anteil von 63 Prozent auf 52 Prozent gesunken ist. Insgesamt verbringen die Befragten täglich 106 Minuten privat im Internet - ein Zuwachs von 13 Minuten gegenüber dem Vorjahr.

Der Smart-TV-Fernseher spielt mit einem Anteil von zwei Prozent an der Internet-Nutzungsdauer noch kaum eine Rolle. Vor allem die 14- bis 29-Jährigen sind überwiegend dem Smartphone im Netz unterwegs: 50 Prozent ihrer Online-Zeit entfällt auf das Smartphone, weitere acht Prozent auf ein Tablet.

ProSiebenSat.1 startet Schweizer TV-Sender

Der Medienkonzern ProSiebenSat.1 gründet erstmals einen TV-Sender ausschließlich für die deutschsprachige Schweiz. "ProSiebenSat.1 hat in den letzten Jahren erfolgreich das Portfolio mit den Sendern sixx, ProSieben Maxx und Sat.1 Gold erweitert. In Österreich sind wir zudem mit dem Sender Puls 4 sehr erfolgreich. Da ist es naheliegend, diese erfolgreiche Wachstumsstrategie auch auf den Schweizer Markt auszuweiten", sagte Andrea Haemmerli, Direktorin der Schweizer Tochterfirma von ProSiebenSat.1, der "[Neuen Zürcher Zeitung](#)".

"Trotz der allgemein steigenden Fragmentierung des Senderangebots können wir so als Gruppe unseren Marktanteil ausbauen. Wir besitzen Lizenzen an tollen internationalen TV-Inhalten, die wir auch in der Schweiz zeigen möchten. Und einen 24-Stunden-Spielfilm-und-Serien-Sender gibt's noch nicht in der Schweiz", erklärte Haemmerli.

Bislang bot ProSiebenSat.1 in der Schweiz keinen eigenständigen Sender, sondern lediglich Programm- und Werbefenster in seinen deutschen Sendern für die Zuschauer in der Alpenrepublik an. Der neue werbefinanzierte Free-TV-Sender soll Anfang Oktober starten und vor allem Zuschauer zwischen 20 und 49 Jahren ansprechen. Angestrebt wird eine Verbreitung in allen großen Schweizer Kabelnetzen und IPTV-Plattformen im Basisangebot.

"Schwerpunkt ist ein breites Spielfilmangebot. Dazu gehören Hollywood-Blockbuster, Arthouse-Filme und Klassiker der Filmgeschichte. Das Spektrum an Genres reicht von Romance, Familienfilmen und Komödien bis hin zu Science Fiction und Thriller. Ergänzt wird das Programm mit internationalen Top-Serien", sagte Haemmerli. Auch TV-Premieren von Kinofilmen und Telenovelas soll es geben, ebenso wie Schweizer Eigenproduktionen.

"Wir gehen anfänglich von Marktanteilen im unteren einstelligen Bereich aus. Wir wünschen uns eine ähnliche Erfolgsstory wie bei sixx in Deutschland, wo wir mit einem stabilen Marktanteil zu den Großen unter den kleinen Sendern gehören", sagte Haemmerli.

Swisscom gewinnt TV-Kunden, Kabel verliert

Der Schweizer Telekommunikationskonzern Swisscom hat im ersten Halbjahr 2015 73.000 neue Kunden für seine IPTV-Plattform Swisscom TV gewonnen, die damit insgesamt 1,24 Millionen Kunden zählt - 13,5 Prozent mehr als vor einem Jahr. Für das erweiterte Angebot Swisscom TV 2.0 hatten sich Ende Juni 564.000 Kunden entschieden. Die Zahl der Internetkunden stieg um 3,6 Prozent auf 1,92 Millionen.

Die Schweizer Kabelnetzbetreiber verloren wegen des starken Wettbewerbs mit der Swisscom hingegen 98.000 TV-Kunden innerhalb der vergangenen zwölf Monate - ein Rückgang um 3,7 Prozent. Mit insgesamt 2,58 Millionen TV-Kunden liegen sie aber weiterhin deutlich vorne. Ungebrochen ist das Wachstum der Kabelgesellschaften bei Internet- und Telefonanschlüssen: Die Zahl der Internetkunden stieg in den vergangenen zwölf Monaten um 90.000 auf 1,2 Millionen, die Zahl der Telefonkunden um 50.200 auf 703.200.

UPC Cablecom schließt Analogabschaltung ab

Der größte Schweizer Kabelnetzbetreiber UPC Cablecom hat den Umstieg aufs Digitalfernsehen abgeschlossen. Am 7. Juli 2015 wurden im Tessin die letzten analogen Sender abgeschaltet. Seitdem verbreitet die Tochter des US-Medienkonzerns Liberty Global ausschließlich digitale Programme im Kabelnetz. Das analoge Angebot war in den vergangenen Monaten schrittweise verkleinert worden.

UPC Cablecom informierte seine 1,4 Millionen Kunden in E-Mails, Postkarten und Briefen über den

Digital-TV-Umstieg. Die eigens eingerichtete Hotline nahm rund 91.000 Anrufe entgegen. Ein mobiler Informationsstand tourte in 68 Tagen durch 24 Städte und beantwortete Fragen. Außerdem gaben die Mitarbeiter in den Shops und Service Points von UPC Cablecom Auskunft. Kunden ohne Digital-TV-Empfangsgerät erhielten kostenlos einen Konverter. Insgesamt wurden rund 100.000 entsprechende Geräte bestellt.

UPC Cablecom wächst mit Mobilfunk

Der größte Schweizer Kabelnetzbetreiber UPC Cablecom verzeichnete im zweiten Quartal 2015 beim Mobilfunk das stärkste Wachstum. Das im April 2014 gestartete Angebot legte um 4.900 Kunden auf 19.500 Kunden zu - ein Zuwachs um 33,6 Prozent.

Die Zahl der Internetkunden stieg um 15.900 auf 755.700, die Zahl der Telefonkunden um 16.900 auf 497.500. Das entspricht einem Wachstum von 2,2 beziehungsweise 3,5 Prozent.

Beim Kabelfernsehen macht sich weiterhin die starke Konkurrenz von IPTV-Anbietern bemerkbar: UPC Cablecom verlor im zweiten Quartal 17.300 TV-Kunden. Mit 1,35 Millionen Kunden bleibt das Kabelfernsehen aber weiterhin das stärkste Segment im Portfolio.

Alejandro Plater übernimmt Telekom-Austria-Vorstandsposten

Der österreichische Telekommunikationskonzern Telekom Austria hat die Zuständigkeiten des Chief Executive Officer an Alejandro Plater übertragen. Der Aufsichtsrat stimmte dem entsprechenden Vorschlag der beiden Hauptaktionäre América Móvil und Österreichische Bundes- und Industriebeteiligungen auf seiner jüngsten Sitzung zu.

Plater, derzeit Chief Operating Officer der Telekom Austria, trat den neuen Posten am 1. August 2015 an. Die Vertragslaufzeit läuft bis März 2018 mit einer Verlängerungsoption für zwei weitere Jahre. Der 47-jährige gebürtige Argentinier übernimmt den Vorstandsposten von Hannes Ametsreiter, der zum 1. Oktober 2015 neuer Chef von Vodafone Deutschland wird.

Christine Scheil neue Sky-Österreich-Chefin

Christine Scheil, derzeit Senior Vice President Investor Relations, Equity Capital Markets & Governance bei Sky Deutschland, wird zum 1. September 2015 Geschäftsführerin von Sky Österreich. Scheil, die seit über 15 Jahren bei dem Pay-TV-Veranstalter arbeitet, tritt die Nachfolge von Kai Mitterlechner an, der zum 1. September 2015 als neuer Vertriebschef von Sky Deutschland nach München wechselt.

Mitterlechner gehörte seit 2009 zur Geschäftsführung von Sky Österreich. Zuvor war er in verschiedenen Funktionen, unter anderem als Vice President für Produkt und Strategie sowie Director für Projekte & Vertriebssteuerung, beim Sky-Vorgänger Premiere tätig.

Startschuss für Sky Sport Austria HD

Der Pay-TV-Veranstalter Sky bietet Sky Sport Austria ab sofort in HD-Qualität an. Der auf Sport aus Österreich ausgerichtete Sender zeigt unter anderem die Spiele der österreichischen Fußball-Bundesliga, die Europacup-Einsätze der österreichischen Vereine sowie ausgewählte Partien der österreichischen Basketball-Bundesliga. Außerdem im Programm ist das Fußballmagazin "Talk & Tore".

Sky Sport Austria HD wird für Kunden, die das Sportpaket und Premium HD gebucht haben, automatisch freigeschaltet. Das Programm ist via Satellit über Astra (19,2° Ost), auf der IPTV-Plattform A1 TV der Telekom Austria, bei UPC Austria und in weiteren Kabelnetzen empfangbar.

Österreich vergibt 700-MHz-Band an Mobilfunk

Österreich will den terrestrischen Frequenzbereich von 694 bis 790 MHz, der derzeit vom Rundfunk genutzt wird, ab 2020 Mobilfunkbetreibern zur Verfügung stellen.

"Durch die Digitalisierung brauchen wir im Rundfunkbereich in den kommenden Jahren - für den gleichen Versorgungsgrad - weniger Bandbreite als heute. Deshalb setzen wir diese Frequenzen zukünftig im Mobilfunkbereich ein und stärken damit die Breitbandversorgung in Österreich", sagte Infrastrukturminister Alois Stöger in Wien.

In Deutschland wurde das so genannte 700-MHz-Band bereits im Mai 2015 im Rahmen einer Versteigerung dem Mobilfunk zugeschlagen.

Telekom Austria startet Internet-TV-Angebot

Der österreichische Telekommunikationskonzern A1 Telekom Austria hat ein Internet-TV-Angebot gestartet, mit dem sich über 40 Fernsehsender via Smartphone, Tablet und Web als Livestreams abrufen lassen. Außerdem bietet A1 Now rund 3.000 Spielfilme und Serienepisoden auf Abruf und einen Cloud Recorder, mit dem die Zuschauer das gesamte TV-Programm bis zu sieben Tage rückwirkend anschauen oder einzelne Sendungen aufzeichnen können.

[A1 Now](#) steht allen Österreichern zu Verfügung - unabhängig vom Netzbetreiber und der Internetzugangart (Mobilfunk, Festnetz-, Kabelinternet oder WLAN). Im Rahmen eines Betatests können 1.000 Interessenten A1 Now testen. Die Ergebnisse fließen in die Gestaltung des regulären Angebots ein.

UPC Austria erwägt Netflix-Konkurrenz

Der größte österreichische Kabelnetzbetreiber UPC Austria will einen Video-on-Demand-Dienst nach dem Vorbild des US-Anbieters Netflix starten, bei dem die Zuschauer Spielfilme, Serien und andere Inhalte zum monatlichen Pauschaltarif abrufen können.

"Im ersten Halbjahr 2016 werden wir voraussichtlich eine neue Unterhaltungsplattform einführen, ähnlich wie wir sie bereits in der Schweiz anbieten", sagte Eric Tveter, Geschäftsführer von UPC Austria, der österreichischen Tageszeitung "[Der Standard](#)".

Die Schweizer Schwestergesellschaft UPC Cablecom hatte Netflix im September 2014 mit MyPrime ein eigenes Videoportal entgegengesetzt. "Wenn wir unsere eigene Plattform starten, dann ist das MyPrime. Aber wir verhandeln derzeit mit anderen Abrufanbietern", sagte Tveter und ergänzte auf Nachfrage: "Wir könnten Netflix auf unsere Plattform nehmen. Virgin Media, unsere britische Schwesterfirma, arbeitet hier zum Beispiel mit Netflix zusammen. Wir stehen gerade - auf weltweiter Ebene - in Verhandlungen mit Netflix. Wenn es ein Ergebnis gibt, werden wir das nicht verschweigen - noch ist es nicht so weit. Aber natürlich arbeiten wir stark in Richtung Video-on-Demand. Das ist eine der zentralen Säulen unseres Geschäfts."

Der Konkurrent Telekom Austria startete mit A1 Now kürzlich ebenfalls ein Videoportal, über das die Zuschauer Filme, Serien und andere Inhalte via Web, Smartphone und Tablet abrufen können.

ORF-Klassikportal startet zum Jahreswechsel

Der ORF will sein Videoportal für Liebhaber klassischer Musik zum Jahreswechsel 2015/16 starten. Das Angebot, das in Zusammenarbeit mit dem Münchner Produzenten und Rechtehändler Jan Mojto betrieben wird, soll einen 24-Stunden-Kanal, eine Plattform für Live-Übertragungen von Konzerten, Opern und Festivals sowie einen Video-on-Demand-Bereich mit Abrufinhalten umfassen.

"Wir werden hier sicher das umfangreichste Klassikarchiv schaffen, das es am Markt gibt", sagte ORF-Finanzdirektor Richard Grasl bei der Präsentation in Wien. Der Zugang, der zum Pauschaltarif von rund 20 Euro pro Monat angeboten werden soll, erfolgt über Smart-TV-Fernseher, PCs und Laptops, Smartphones und Tablets (iOS/Android), Apple TV, Chromecast und Amazon Fire TV. Interessenten können das Angebot 30 Tage lang kostenfrei testen.

Der ORF und Mojto, dessen Firma Unitel bereits den internationalen Klassik-TV-Sender Classica betreibt, wollen das Videoportal zunächst im deutschsprachigen Raum vermarkten, langfristig in aller Welt. Beide Seiten sind mit jeweils 50 Prozent an dem Projekt beteiligt, das für weitere Partner offensteht.

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

Fax: +49 (0) 6136-85708

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

Partner:

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

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

Redaktionsleitung: Marc Hankmann

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)