

NEUE ZEITEN?

TELEKOM KANN SICH KOOPERATIONEN MIT HANDWERKERN VORSTELLEN

Mehr für Deutschland!

Ausgabe 64 • Januar 2019

Sehr geehrte Damen und Herren,

zugegeben, die Überschrift klingt ziemlich gierig, aber das „Mehr“ bedeutet hier nicht, dass irgendwer dadurch weniger erhalten soll. Das Zitat des Telekom-Kooperationsbeauftragten Dido Blankenburg, mit dem das Interview in dieser Ausgabe betitelt ist, verdeutlicht, wohin die Reise gehen soll. Es soll mehr Breitband für Deutschland geben. Davon profitiert aber zunächst einmal der Tiefbau, genauer gesagt der Kabelleitungstiefbau, denn die vielen Milliarden an Fördergeldern werden in Bagger und Bauleiter investiert – so es sie denn gibt. Aber nicht nur der Fachkräftemangel sorgt für einen kräftigen Preisanstieg im Tiefbaugewerbe, wie eine Studie darlegt, die auch gleich Vorschläge parat hat, wie Deutschland trotzdem zu mehr Glasfaser kommt.

Ein Mehr wird es auch durch den Verkauf des Kabelnetzbetreibers Unitymedia an Vodafone geben. Die Frage ist nur, wovon mehr. Wäre die Prüfung ans Bundeskartellamt gegangen, hätte man mit hoher Wahrscheinlichkeit von einem Mehr an Auflagen ausgehen können. Aber was kommt wohl heraus, wenn sich die EU-Kommission den geplanten Deal näher anschaut?

Ein Mehr an Zeit haben indes hunderte Kabelnetzbetreiber in Sachsen erhalten, die dank einer gesetzlichen Ausnahmeregelung nun doch über 2018 hinaus UKW-Radio in ihre Netze einspeisen können. Dagegen ist die Zeit des Medienforums NRW und der CeBIT endgültig abgelaufen. Es wäre schön, wenn es der eine oder andere überflüssige Medienkongress den beiden gleichtäte.

Zum Abschluss dieser Ausgabe widmen wir uns dem dualen Rundfunksystem, dem wir ohne jeden Zweifel ein Mehr an TV-Sendungen verdanken. Ob dadurch auch das Niveau im Fernsehen gestiegen ist... na ja. Auf jeden Fall beanspruchen die werbefinanzierten Free-TV-Sender einen Public Value für sich, mit dem sie eine privilegierte Auffindbarkeit verbinden. Deshalb wird jetzt gestritten, ob das Privatfernsehen wirklich einen gesellschaftlichen Mehrwert bietet. Der Diskussion fehlt es jedoch an Substanz.

Neuigkeiten vom Fachverband Rundfunk- und Breitband Kommunikation und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen allen Leserinnen und Lesern ein frohes Weihnachtsfest, einen guten Rutsch ins neue Jahr und wie immer eine angenehme Lektüre.

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

Inhalt

[„Mehr FTTH für Deutschland“ – Telekom-Kooperationsbeauftragter Blankenburg kann sich auch Partnerschaften mit Handwerksbetrieben vorstellen](#)

[EU-Kommission prüft Vodafone/Liberty-Global-Deal genauer](#)

[Vorwärts in die Vergangenheit... oder wie die EU das Monopol zu duopolisieren droht](#)

[Handwerk Kabelleitungstiefbau hat goldenen Boden! Vor Unternehmen und Haushalten profitiert speziell der Tiefbau vom Breitbandausbau](#)

[Sachsen ändert Mediengesetz: UKW-Radio bleibt im Kabel](#)

[Titel, Thesen, Topmodel – die Diskussion um den Public Value von Programminhalten hat keine Substanz](#)

[Kommt das reinigende Gewitter im Kongressbetrieb?](#)

[Neues vom FRK](#)

[Kurzmeldungen](#)

„Mehr FTTH für Deutschland“ – Telekom-Kooperationsbeauftragter Blankenburg kann sich auch Partnerschaften mit Handwerksbetrieben vorstellen

Marc Hankmann

Seit dem 1. November 2018 ist Dido Blankenburg als Vorstandsbeauftragter für Breitbandkooperationen bei der Deutschen Telekom dafür verantwortlich, Partner für den Breitbandausbau zu finden. Wie und mit wem er solche Kooperationen eingehen will, hat er im Interview mit MediaLABcom erklärt.

[Lesen Sie mehr](#)

EU-Kommission prüft Vodafone/Liberty-Global-Deal genauer

Dr. Jörn Krieger

Die EU-Kommission hat Bedenken bei der geplanten Übernahme der Tochtergesellschaften von Liberty Global in Deutschland, Tschechien, Ungarn und Rumänien durch Vodafone und leitet daher ein erweitertes Prüfverfahren ein. Die Brüsseler Wettbewerbsbehörde befürchtet, dass der im Mai 2018 angekündigte Zukauf den Wettbewerb in Deutschland und Tschechien einschränken könnte.

[Lesen Sie mehr](#)

Vorwärts in die Vergangenheit... oder wie die EU das Monopol zu duopolisieren droht

Heinz-Peter Labonte

Also sprach die Bundesregierung Helmut Kohls in den achtziger Jahren des letzten Jahrhunderts: Wir wollen den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten den Linksdrall durch privaten Wettbewerb unter Führung von Leo Kirch doch mal Beine machen. Und weil Deregulierung euphemistischer klingt als Privatisierung, wurde unter Führung Schwarz-Schillings auch die Bundespost „dereguliert“. Zunächst nur organisatorisch. In die Gelbe, die Post AG, die Blaue, die Postbank AG und die Graue, die Deutsche Telekom AG (DTAG). Aus gegebenem Anlass interessiert in diesem Beitrag nur die DTAG. Kam doch in den neunziger Jahren des vorigen Jahrhunderts die Europäische Union in ihrer Exekutiven, der EU-Kommission, auf die Idee, neben dem medialen auch den telekommunikativen Wettbewerb zu initiieren.

[Lesen Sie mehr](#)

Handwerk Kabelleitungstiefbau hat goldenen Boden! Vor Unternehmen und Haushalten profitiert speziell der Tiefbau vom Breitbandausbau

Marc Hankmann

Wenn ich mal groß bin, will ich Kabelleitungstiefbauer werden! Das klingt wenig romantisch, aber im Gegensatz zum Lokomotivführer (autonomes Fahren) oder Cowboy (Viehtrieb wenig ausgebildet in Deutschland) hat das Verlegen von Kabeln im Erdreich eine Zukunft, denn darauf basiert schließlich die Digitalisierung unserer Welt, die weder bis 2025 noch in den darauffolgenden Jahren komplett abgeschlossen sein wird. Und Geld gibt es dafür von der Regierung zuhauf, die bislang nichts von Engpässen oder Preiserhöhungen im Tiefbau gehört haben will. Eine Studie hält ihr nun das Gegenteil vor die Nase.

[Lesen Sie mehr](#)

Sachsen ändert Mediengesetz: UKW-Radio bleibt im Kabel

Dr. Jörn Krieger

Kabelnetzbetreiber in Sachsen können bis Ende 2025 weiterhin Radioprogramme in analoger Form einspeisen. Der sächsische Landtag beschloss am 11. Dezember 2018 eine entsprechende Änderung des Privatrundfunkgesetzes. Mit dem "Sechsten Gesetz zur Änderung des Sächsischen Privatrundfunkgesetzes", das am 1. Januar 2019 in Kraft tritt, wird eine Ausnahmeregelung für kleine und mittelgroße Kabelnetzbetreiber und Antennengemeinschaften geschaffen, die weniger als 1.000 Anschlussstellen versorgen.

[Lesen Sie mehr](#)

Titel, Thesen, Topmodel – die Diskussion um den Public Value von Programminhalten hat keine Substanz

Marc Hankmann

Was birgt mehr gesellschaftlichen Wert in sich: die Übertragung der Wahl des Bundespräsidenten oder die des Endspiels der Fußball-WM ohne deutsche Beteiligung? Was mehr Zuschauer vor die Fernseher lockt, ist klar. Aber darum geht es doch eigentlich gar nicht, wenn die Rede vom Public Value eines Programminhalts ist. Oder etwa doch? Was ist eigentlich mit Public Value gemeint: nur „Titel, Thesen, Temperamente“ oder auch „Germany's next Topmodel“?

[Lesen Sie mehr](#)

Kommt das reinigende Gewitter im Kongressbetrieb?

Dr. Jörn Krieger

Nach dem Ende des Medienforums NRW, einst der ganze Stolz der nordrhein-westfälischen Medien- und Politiklandschaft, kommt auch für die CeBIT das Aus. Die ehemals weltgrößte Computermesse wird nach 32 Jahren eingestellt: Die Veranstaltung im Jahr 2018 war die letzte. Die CeBIT hatte zuletzt mit rückläufigen Aussteller- und Besucherzahlen zu kämpfen.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

Vodafone/Unitymedia-Übernahme: FRK begrüßt ausführliche Prüfung durch EU-Kommission

Die angekündigte ausführliche Prüfung der beabsichtigten Übernahme von Unitymedia durch Vodafone seitens der Generaldirektion Wettbewerb der EU-Kommission wird ausdrücklich vom Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) begrüßt. „Die angestrebte Fusion verhindert den potenziellen Wettbewerb zwischen den beiden Unternehmen. Denn um zu wachsen, wären beide darauf angewiesen, in die Gebiete des jeweils anderen vorzudringen. Schon diese Verhinderung allein ist wettbewerbsfeindlich. Zudem gibt es aus unserer Sicht noch eine ganze Reihe weiterer negativer Auswirkungen, wie etwa auf den Gestattungsmarkt in der Wohnungswirtschaft, den Infrastrukturwettbewerb beim Glasfaserausbau sowie den Wettbewerb bei TV-Rechten, die strenge Auflagen oder sogar eine Untersagung des Vorhabens rechtfertigen“, betont der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

tkt teleconsult und Vivax schließen sich zusammen

Die beiden Beratungsgesellschaften tkt teleconsult Kommunikationstechnik und Vivax fusionieren. Die daraus entstehende Firma tktVivax mit künftigem Sitz in Berlin unterstützt Stadtwerke und Kommunen in allen Fragen der Digitalisierung - von der Analyse und Fördermittelberatung über die Strategiefindung und Gestaltung von Prozessen und Organisationen bis zur Planungs- und Umsetzungsbegleitung.

[Lesen Sie mehr](#)

„Mehr FTTH für Deutschland“ – Telekom-Kooperationsbeauftragter Blankenburg kann sich auch Partnerschaften mit Handwerksbetrieben vorstellen

Marc Hankmann

Seit dem 1. November 2018 ist Dido Blankenburg als Vorstandsbeauftragter für Breitbandkooperationen bei der Deutschen Telekom dafür verantwortlich, Partner für den Breitbandausbau zu finden. Wie und mit wem er solche Kooperationen eingehen will, hat er im Interview mit MediaLABcom erklärt.

MediaLABcom: Herr Blankenburg, wie verliefen die ersten Wochen als neuer Vorstandsbeauftragter der Deutschen Telekom für Breitbandkooperationen? Welches Thema beschäftigte Sie am meisten?

Dido Blankenburg: Kooperationen werden auch in Zukunft eine wichtige Rolle bei der Telekom spielen. Um in Deutschland eine gute Versorgung mit FTTH zu erreichen, werden wir Kooperationen brauchen. Umgekehrt sagen uns viele im Markt, dass sie auch bereit sind, mit uns gemeinsam zu investieren. Das gilt es jetzt konkret zu vereinbaren, die Rahmenbedingungen zu schaffen und erfolgreich zu vermarkten. In den ersten Wochen bin ich viel mit Johannes Pruchnow unterwegs gewesen, wir haben etliche mögliche Kooperationspartner gesprochen. Wir hatten ja das Privileg, einige Monate gemeinsam für Kooperationen zu werben.

MediaLABcom: Ihr Vorgänger war bei der Telekom zwei Jahre lang für Breitbandkooperationen zuständig. Wie ist das Feld bestellt, das er Ihnen hinterlässt? Er sprach ja zum Beispiel offen über technische Probleme bei den IT-Systemen der Telekom und den Wholebuy-Unternehmen.

Dido Blankenburg: Johannes hat viel Vorarbeit geleistet. Kooperationen haben einen Paradigmenwechsel bei der Telekom dargestellt. Die Bereitschaft im Markt für Kooperationen hat sich in dieser Zeit stark verbessert. In verschiedenen Foren und in Gesprächen mit Partnern nehmen wir den starken Willen wahr, mit der Telekom zu kooperieren. Jetzt gilt es, konkrete Vereinbarungen zu schließen und die internen Voraussetzungen weiter zu verbessern. Ich bin sehr froh, dass ich in den vergangenen Monaten einen reibungslosen Übergang mit Johannes durchführen konnte. Es ist ganz wichtig, dass wir unseren jetzigen und möglichen Partnern Kontinuität bieten.

MediaLABcom: Die Telekom hat bereits eine Kooperation mit EWE vereinbart. Bis 2027 soll ein Gemeinschaftsunternehmen über eine Million Privathaushalte in vorwiegend ländlichen Regionen mit Glasfaser versorgen. Der Start war für Mitte 2018 geplant. Was ist bisher geschehen?

Dido Blankenburg: Vereinbart war zunächst nur ein Letter of Intent mit EWE. Zwischen damals und heute ist viel passiert. Gemeinsam mit EWE haben wir das Geschäftsmodell für das Gemeinschaftsunternehmen entwickelt. Dafür war die Einigung zu vielen Detailthemen notwendig. Diese Vereinbarungen müssen dann vertraglich festgehalten werden. Wir befinden uns auf der Zielgeraden. Anschließend wollen wir das Joint Venture beim Kartellamt anmelden. Erst wenn das Bundeskartellamt seine Freigabe erteilt, kann das Gemeinschaftsunternehmen seine operative Tätigkeit aufnehmen. Es ist ein langwieriger Prozess, aber wir lernen dadurch für weitere Kooperationen.

MediaLABcom: Gibt es inzwischen vergleichbare Kooperationen mit kleineren und mittelständischen Netzbetreibern? Stellen Sie in solchen Fällen auch eigene Infrastrukturen wie zum Beispiel Leerrohrkapazitäten zur Verfügung?

Dido Blankenburg: Wir können uns grundsätzlich Kooperationen mit allen vorstellen, die Infrastruktur haben – Carrier, Stadtwerke, Gemeinden, Verbände und Breitbandinitiativen. Es muss eine sinnvolle Ergänzung zu unserer eigenen Netz-Infrastruktur sein. Zusätzlich zu den aktuell diskutierten Kooperationen kooperieren wir bereits mit Carriern im Bereich der Backbone-Netze oder beim Site Sharing im Mobilfunk. Vor kurzem haben wir eine Vertiefung des bestehenden Deals zur Anbindung von Mobilfunkstandorten von Telefonica geschlossen. Unsere Kooperationen beziehen sich nicht allein aufs Festnetz, wir kooperieren auch im Mobilfunkbereich. Hier haben wir sogar schon fünfzehn Jahre Kooperationserfahrung. Die Hürden waren in diesem Bereich nicht so hoch, weil es keine Regulierung gab.

MediaLABcom: Wie viele Kooperationen unterhält die Telekom derzeit im Rahmen des Breitbandausbaus?

Dido Blankenburg: Wir führen hunderte von Gesprächen. Die Zahl ändert sich ständig. Die wichtigsten Kooperationen sind Vereinbarungen zum Einkauf von Bitstream-Access auf Basis von FTTC etwa mit NetCologne, innogy TelNet, Thüringer Netkom sowie der EWE TEL. Darüber hinaus gibt es kleinere Kooperationen. So haben wir beispielsweise in Alzenau und Röthenbach Netze übernommen.

MediaLABcom: Streben Sie weitere Joint Ventures wie mit EWE an oder sind auch andere Kooperationsmodelle denkbar? Wenn ja, welche schweben Ihnen vor?

Dido Blankenburg: Die Telekom ist bestrebt, passende Kooperationsformen für verschiedene Partnertypen und Netzgrößen zu entwickeln und einzugehen. Aus heutiger Sicht sehe ich drei typische Formen für FTTH: erstens ein gemeinsamer Ausbau und Verkauf eines aktiven Open-Access-Produkts, zweitens Betreibermodelle, also die Anmietung passiver Infrastrukturen, die wir dann betreiben und im Retail sowie Wholesale vermarkten und drittens ein regionales Modell, dass wir gerade in Stuttgart entwickeln. Wir wurden in einem Bieterwettbewerb ausgewählt, einen partnerschaftlichen Flächenausbau in der Region Stuttgart vorzunehmen. In einem Zusammenspiel von Telekom, öffentlicher Hand und kommunalen Unternehmen wird die Region in einem Mix aus eigenwirtschaftlichem und geförderter Ausbau mit Glasfaser erschlossen. Im Rahmen der Kooperation werden auch bestehende Netze kommunaler Unternehmen und Leerrohre von Kommunen für den Ausbau genutzt.

MediaLABcom: In den 1980er- und 1990er-Jahren gab es erfolgreiche Kooperationsmodelle zwischen der Telekom und mittelständischen Handwerksbetrieben. Könnten solche Partnerschaften wieder aufgelegt werden?

Dido Blankenburg: Das kann ich mir sehr gut vorstellen. Beispielsweise können mittelständische Unternehmen nach standardisierten Vorgaben Inhouse-Verkabelungen durchführen, um nur ein Beispiel zu nennen.

MediaLABcom: Welche Voraussetzungen müssen gegeben sein, damit eine Kooperation aus Sicht der Telekom sinnvoll ist?

Dido Blankenburg: Die Kooperation muss eine sinnvolle Ergänzung zum Netz der Telekom darstellen. Dabei betrachten wir grundsätzlich jedes Gebiet individuell, um eine für beide Partner gute Lösung zu erarbeiten. Typische Ziele einer Kooperation sind etwa: a) Abdeckung mit Glasfaser-basierten Anschlüssen voranzutreiben, b) redundanten Ausbau zu vermeiden, c) Auslastung bestehender und zukünftiger Netze zu verbessern, d) das Joint-Venture darf durch unsere Regulierung nicht „angesteckt“ werden und e) das Projekt muss eine gewisse Größe haben.

MediaLABcom: Gibt es für Kooperationen eine rote Linie, bei der Sie sagen, das machen auf jeden Fall wir und nicht unser Partner?

Dido Blankenburg: Grundsätzlich führen wir die ersten Gespräche ergebnisoffen und auf Augenhöhe. Für beide Seiten gibt es typischerweise rote Linien, zum Beispiel werden wir immer unsere Marke verwenden und die Endkundenverträge schließen wollen. Auch unsere Produkte werden wir immer anbieten wollen.

MediaLABcom: Die neuen Regelungen für die Breitbandförderung sowie die Vorgaben der Regierung für den Breitbandausbau zielen klar auf Glasfaser ab. Inwiefern ändert sich dadurch die Kooperationsstrategie der Telekom?

Dido Blankenburg: Unsere Kooperationsstrategie ändert sich dadurch nicht. Eine reine Glasfaser-Infrastruktur ist unser Zielnetz. Niemand verbaut mehr Glasfaser in Deutschland als die Telekom. Um das Ziel zu erreichen, brauchen wir Eigenausbau, geförderten Ausbau, Kooperation und das Engagement von Dritten. Die Telekom kann den Ausbau in Deutschland nicht allein stemmen. Das ist eine Aufgabe, an der sich auch andere beteiligen müssen.

MediaLABcom: In Schleswig-Holstein haben sich über 60 Unternehmen in einem Breitbandbündnis zusammengefunden, die sich für Kooperationen und Open Access sowie schlankere Genehmigungsverfahren stark machen wollen. Warum ist die Telekom nicht mit dabei?

Dido Blankenburg: Wir haben an den Gesprächen teilgenommen. Wir sind dem Bündnis nicht beigetreten, weil es aus unserer Sicht zwei wichtige Bedingungen nicht erfüllt. Zum einen sind wir der Auffassung, es bedarf eines veränderten Regulierungsrahmens, um nachhaltig in Glasfaser investieren

zu können. Das sieht beispielsweise der Koalitionsvertrag des Bundes vor. Im Rahmen des Bündnisses konnten wir uns auf diese Linie bedauerlicherweise nicht einigen. Zum anderen halten wir eine Beschränkung des Infrastrukturwettbewerbs für rechtlich schwierig, wie er in der Endfassung des Memorandums festgelegt wurde. Wir sind deshalb – wie auch andere – dem Bündnis nicht beigetreten. Wir sind aber weiterhin für Kooperationsgespräche offen. Ende Oktober 2018 habe ich dazu Gespräche in Schleswig-Holstein geführt.

MediaLABcom: Welche Auswirkungen erwarten Sie von Breitbandkooperationen zwischen Ihnen und Ihren Wettbewerbern für den Breitbandausbau in Deutschland?

Dido Blankenburg: Einen beschleunigten Ausbau. Eine Standardisierung von Schnittstellen. Vereinfachte Genehmigungsverfahren. Zulassung von modernen Verlegemethoden. Mehr FTTH in Deutschland.

MediaLABcom: Seitdem Golem.de [berichtet](#) hat, dass die Telekom „in weit über 100 Fällen“ durch plötzlichen Ausbau verhindert habe, dass Gemeinden gefördert FTTB/H ausbauen, kann man nicht mehr von Einzelfällen des Überbaus sprechen. Wie kann der Überbau in Zukunft verhindert werden?

Dido Blankenburg: Wir haben diesen Artikel mit Interesse gelesen. Tatsächlich geistert diese Zahl durch die Medienberichterstattung. Wir haben allerdings bis heute nicht einen einzigen dieser 100 Fälle nachvollziehen können. Auch auf Nachfrage bei Golem.de nicht. Auch der Bundesnetzagentur oder dem Verkehrsministerium sind konkrete aktuelle Fälle oder Beschwerden nicht bekannt.

MediaLABcom: Werden Sie sich dafür einsetzen, dass es in Zukunft nicht mehr vorkommt, dass die Telekom entgegen ihren Aussagen in Markterkundungsverfahren doch plötzlich einen eigenen Netzausbau beginnt?

Dido Blankenburg: Wir sind das einzige Unternehmen, das eine solche Verpflichtung eingegangen ist und die halten wir ein. Es gibt aktuell keine Beschwerdefälle.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

EU-Kommission prüft Vodafone/Liberty-Global-Deal genauer

Dr. Jörn Krieger

Die EU-Kommission hat Bedenken bei der geplanten Übernahme der Tochtergesellschaften von Liberty Global in Deutschland, Tschechien, Ungarn und Rumänien durch Vodafone und leitet daher ein erweitertes Prüfverfahren ein. Die Brüsseler Wettbewerbsbehörde befürchtet, dass der im Mai 2018 [angekündigte Zukauf](#) den Wettbewerb in Deutschland und Tschechien einschränken könnte.

"Es ist wichtig, dass alle Verbraucherinnen und Verbraucher in der EU Zugang zu günstigen und qualitativ guten Telefon- und TV-Diensten erhalten. Mit unserem eingehenden Prüfverfahren soll sichergestellt werden, dass die Übernahme der Telekommunikationssparten von Liberty Global in Tschechien, Deutschland, Ungarn und Rumänien durch Vodafone nicht zu höheren Preisen, weniger Auswahl und einer eingeschränkten Innovation bei Telekommunikations- und TV-Diensten führt", sagt die für Wettbewerbspolitik zuständige EU-Kommissarin Margrethe Vestager.

In Deutschland betreiben Vodafone und Liberty Global Koaxialkabelnetze, die sich nicht überlappen, sondern verschiedene Gebiete und Regionen abdecken. In Tschechien, Ungarn und Rumänien ist Vodafone hauptsächlich als Mobilnetzbetreiber tätig, während Liberty Global vor allem Festnetzverbindungen anbietet.

Die Befürchtungen der EU-Kommission

Die Kommission hat Bedenken, dass die Übernahme in Deutschland den Wettbewerb zwischen den sich verschmelzenden Unternehmen im Festnetz- und TV-Markt ausschaltet, die Zahl der Marktteilnehmer schrumpfen lässt und dem neuen Unternehmen der Anreiz fehlen wird, mit den verbleibenden Betreibern in Wettbewerb zu treten, und zwar sowohl in den von der deutschen Liberty-Global-Tochter Unitymedia bereits bedienten Bereichen als auch in Deutschland insgesamt.

Die geplante Übernahme könnte zudem Wettbewerb zwischen den sich verschmelzenden Gesellschaften in Bezug auf Investitionen in die nächste Netzgeneration ausschalten und die Verhandlungsposition des neuen Unternehmens gegenüber Fernsehsendern erheblich stärken.

In Tschechien befürchtet die EU-Kommission, dass die Übernahme Wettbewerber vom Telekommunikationsmarkt ausschließen könnte. In Ungarn und Rumänien hingegen hat die Behörde derzeit keine spezifischen Wettbewerbsbedenken.

Kartellamt erwartet Verbleib in Brüssel

In dem tiefergehenden Prüfverfahren will die Kommission ermitteln, ob ihre anfänglichen wettbewerbsrechtlichen Bedenken gerechtfertigt sind. Die Kommission muss nun innerhalb von 90 Arbeitstagen, das heißt bis zum 2. Mai 2019, einen Beschluss erlassen.

Die Übernahme wurde am 19. Oktober 2018 bei der Kommission angemeldet. Das Bundeskartellamt hat daraufhin am 7. November 2018 [beantragt](#), die Prüfung der den deutschen Markt betreffenden Teile der Übernahme der deutschen Wettbewerbsbehörde zu übergeben. Dieser Antrag wird derzeit geprüft.

Das Bundeskartellamt erwartet jedoch, dass die Federführung des Wettbewerbsfalls in Brüssel bleiben

wird, obwohl die EU-Kommission nach eigenen Angaben noch den Antrag der deutschen Behörde prüft, ihr den Fall zuzuweisen. "Aufgrund der Einleitung der zweiten Phase gehen wir davon aus, dass die Kommission das Kontrollverfahren nicht nach Deutschland verweisen wird", sagte Kartellamtspräsident Andreas Mundt der Nachrichtenagentur dpa. "Wir werden unsere fachliche Expertise sowie unsere Einschätzung der Wettbewerbsverhältnisse der deutschen Kabel- und Mobilfunkmärkte in das Verfahren einbringen."

Heftiger Gegenwind

Die Übernahmepläne stießen auf [harten Gegenwind](#) in der deutschen Telekommunikationsbranche. Die Deutsche Telekom, Telefónica Deutschland und Tele Columbus sprachen sich wegen wettbewerbsrechtlicher Bedenken gegen die [Genehmigung](#) aus. Der Kabelverband FRK forderte [harte Auflagen](#), darunter die Freigabe der Kabelnetze zur Nutzung durch Dritte (Open Access).

Liberty Global erklärte, dass man die Einleitung des erweiterten Prüfverfahrens aufgrund des Umfangs der Transaktion erwartet habe und man weiterhin die Genehmigung der EU-Kommission zur Jahresmitte 2019 erwarte.

Die Deutsche Telekom begrüßt in einer ersten Reaktion die Einleitung des vertieften Prüfverfahrens. "Die Entscheidung, eine tiefere Untersuchung einzuleiten, ist angesichts der massiven Auswirkungen des Zusammenschlusses auf die betroffenen Infrastruktur- und Fernsehmärkte in Deutschland nicht überraschend. Wir erwarten, dass die EU-Kommission nun die Auswirkungen des Vorhabens auf den Wettbewerb und die Verbraucher in Deutschland sorgfältig untersucht und analysiert", erklärt ein Telekom-Sprecher gegenüber MediaLABcom.

Telefónica will scharfe Prüfung

Auch Telefónica Deutschland ruft die EU-Kommission zu einer scharfen Prüfung des Falls auf und setzt darauf, dass Vodafone im weiteren Verlauf zu Zugeständnissen bereit ist. "Die wettbewerblichen Auswirkungen der Transaktion auf die Verbraucher und den Breitbandausbau in Deutschland wären schwerwiegend und bedürfen daher einer eingehenden Untersuchung", erklärt ein Sprecher von Telefónica Deutschland gegenüber MediaLABcom. "Telefónica Deutschland begrüßt die Entscheidung der Europäischen Kommission und fordert die Kommission auf, die Effekte auf den Telekommunikationsmarkt sorgfältig zu analysieren." Von Vodafone erwarte man "alle Anstrengungen, um diese negativen Auswirkungen im weiteren Verlauf des Verfahrens abzuwenden".

Vorwärts in die Vergangenheit... oder wie die EU das Monopol zu duopolisieren droht

Heinz-Peter Labonte

Also sprach die Bundesregierung Helmut Kohls in den achtziger Jahren des letzten Jahrhunderts: Wir wollen den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten den Linksdrall durch privaten Wettbewerb unter Führung von Leo Kirch doch mal Beine machen. Und weil Deregulierung euphemistischer klingt als Privatisierung, wurde unter Führung Schwarz-Schillings auch die Bundespost „dereguliert“. Zunächst nur organisatorisch. In die Gelbe, die Post AG, die Blaue, die Postbank AG und die Graue, die Deutsche Telekom AG (DTAG). Aus gegebenem Anlass interessiert in diesem Beitrag nur die DTAG. Kam doch in den neunziger Jahren des vorigen Jahrhunderts die Europäische Union in ihrer Exekutiven, der EU-Kommission, auf die Idee, neben dem medialen auch den telekommunikativen Wettbewerb zu initiieren.

Geldbeschaffungsprogramm des Bundes

Geschehen durch die Börsengänge der DTAG ab 1996. Dem Bundeshaushalt brachten diese über 40 Milliarden Euro. Gepaart mit Finanzminister Eichels 100 Milliarden-Euro-Versteigerung der Mobilfunkfrequenzen ist das mehr als ein Drittel eines heutigen Bundeshaushaltes. Dieses Geldbeschaffungsprogramm schwarz-gelber und rot-grüner Bundesregierungen sollte insbesondere bei der Kabelinfrastruktur Wettbewerb schaffen. Deshalb verlangte die EU-Kommission den Verkauf der Telekom-Kabelnetze.

Regionalgesellschaften statt Kommunale Selbstverwaltung

Der Vorschlag von Mittelstand und Handwerk, die Kabelnetze auf Landkreis- oder Regierungsbezirksebene zu organisieren, wurde von der Telekom und den Verkaufsbeauftragten als „nicht durchführbar“ immer wieder abgelehnt. Auch die ach so mittelstands- und kommunalfreundlichen Bonner und dann später Berliner „Ordnungspolitiker“ wollten lieber die, später von den gleichen Verantwortlichen als „Heuschrecken“ verteufelten, angelsächsischen Finanzinvestoren ins Land locken, um die Telekom- und Bundeskassen aufzufüllen.

Schließlich führt die DTAG inzwischen immerhin jährlich Dividenden in Höhe von rund einer Milliarde Euro an den Bundeshaushalt ab. Die Kommunen dagegen „liegen den Ländern und dem Bund“ mit den von den föderalen Oberinstanzen auf sie - häufig ungefragt - übertragenen Aufgaben „mit ihrer Daseinsvorsorgeverpflichtung doch immer nur auf der Tasche“. Wäre ja auch zu viel verlangt, v o r - zudenken. Politik auf dem Oberdeck denkt lieber n a c h, wenn die Ursprungsfehler zu beseitigen sind. In diesem Fall hat es 20 Jahre gedauert. Ergebnis offen.

Duopol konterkariert Breitbandförderung

Die Breitbandförderpolitik der Bundes- und Landespolitik laboriert heute an den Folgen dieses breitbandigen Ur-Rohrkrepierers des „medienpolitischen Urknalls“. Zunächst wurden die kommunalen Wirtschaftsförderer zu „Breitbandbeauftragten“ promoviert. Unabhängig davon, ob sie ein Spaghetto im Rohzustand von einem Kupferkoaxial- bzw. Glasfaserkabel unterscheiden konnten. Dann reaktivierten

sich u.a. viele pensionierte „Opfer“ der DTAG-Privatisierung als „Selbstständige Berater der Kommunen“. Sie wurden aus Bundesmitteln mit 50.000 Euro pro Kommune subventioniert, um die Arbeit der Breitbandbeauftragten zu erledigen. Ein Schelm, wer Böses dabei denkt, dass durch solche reaktivierten Beraterpensionäre die DTAG in manchen Bundesländern 80 Prozent und mehr der Förderprojekte gewinnt.

Potenzieller Wettbewerb spielt keine Rolle in der EU-Wettbewerbspolitik

Und die EU-Kommission? Der einst erstrebte potenzielle Wettbewerb zwischen dem Staatsmonopolisten DTAG und seinen nunmehr privatisierten breitbandigen Infrastrukturen scheint keine Rolle mehr zu spielen. Das mit der Übernahme von Unitymedia durch Vodafone betraute EU-Wettbewerbskommissariat scheint nicht mehr an den Prinzipien von einst interessiert.

Bei Befragungen Beteiligten wird die wettbewerbliche Fehlentwicklung der Konsolidierung der neun untereinander nicht im Wettbewerb stehenden Regionalgesellschaften als irrelevant eingestuft. Dass bei einem Verzicht auf die Fusion der beiden deren größte Wachstumsperspektive lediglich in der Ausbreitung ins angrenzende Kabelmonopolgebiet der anderen läge, wird schulterzuckend zur Kenntnis genommen. Denn die Fusion ändere ja nichts an den Gegebenheiten.

Föderale Strukturen fördern, nicht schwächen

Wenn das EU-Wettbewerbskommissariat aber nicht mehr die Schaffung neuen Wettbewerbs als seine Aufgabe ansieht, sondern die Bewahrung eines faktischen Duopols aus DTAG einerseits und der beiden regionalen Kabelmonopole aus Unitymedia (drei Bundesländer) und Vodafone/Kabel Deutschland (13 Bundesländer) andererseits, dann ergibt die Abgabe der Wettbewerbsaufsicht von der nationalen auf die europäische Ebene keinen Sinn.

Konsequenterweise müsste dann das mit den nationalen, den föderalen und historischen Gegebenheiten vertrautere Bundeskartellamt die verantwortliche Zuständigkeit erhalten. Selbst wenn die historischen Zusammenhänge ordnungspolitischer Entscheidungsfindungen auch dort nicht mehr präsent sein mögen. Aber hier darf man wenigstens noch unterstellen, ein offenes Ohr für die historische Entwicklung und für die Checks and Balances einer föderalen Verfassung mit dem hohen Gut der kommunalen Selbstverwaltung zu finden.

Kommunale Gebietskörperschaften einbinden

Zwanzig Jahre nach der falschen Weichenstellung wegen der Geldgier des Bundes besteht wohl vorerst letztmalig die Chance, die damaligen Fehler zu korrigieren und den potenziellen Wettbewerb zwischen den beiden Großgruppen DTAG einerseits und Vodafone/Kabel Deutschland andererseits durch Untersagung der Fusion doch noch zu ermöglichen.

Gleichzeitig würde die Förderpolitik des Bundes und der Länder die Breitbandaktivitäten der kommunalen Gebietskörperschaften und ihren lokalen Versorgern mit ihren Investitionen in Glasfaserausbau bis in die un(ter)versorgten Gebiete nicht unterlaufen. Fehlallokation von Steuergeldern und öffentlichen Investitionen würden mit dieser Ablehnung ebenfalls vermieden. Allerdings setzt das jenes Vertrauen in die Bürgernähe der kommunalpolitisch Verantwortlichen voraus, von denen in Berlin und den Landeshauptstädten in Sonntagsreden so gerne gesprochen wird.

Fazit

Es ist weiß Gott nicht zu viel verlangt, sich auf Seiten des EU-Wettbewerbskommissariats daran zu erinnern, weshalb die EU-Kommission in den 1990er-Jahren den Verkauf der Telekom-Kabelnetze verlangte. Zudem wäre es ja auch nicht zu viel verlangt, in Deutschland endlich vor-zudenken. Und nicht erneut erst in zwanzig Jahren auf dem Oberdeck der Politik in Berlin und den Landeshauptstädten lieber nach-zudenken, was man damals, 2018/2019 falsch gemacht hat.

Die Chance besteht, den Ursprungsfehler der mangelnden Breitbandversorgung zu beseitigen, indem die Ideen und Initiativen von regionaler Wirtschaft und kommunalen Gebietskörperschaften bürokratisch entfesselt werden. Dann werden nicht nur autonomes Fahren oder künstliche Intelligenz ermöglicht, digitale Bildungseinrichtungen umgesetzt und Deutschland auch im digitalen Zeitalter wettbewerbsfähig bleiben. Dann werden föderale Checks and Balances Bürgervertrauen wiederherstellen, Umsetzung politischen Willens sicherstellen und das zunehmend von BER oder Stuttgart 21 geprägte Deutschlandbild in der Welt korrigiert werden.

Handwerk Kabelleitungstiefbau hat goldenen Boden! Vor Unternehmen und Haushalten profitiert speziell der Tiefbau vom Breitbandausbau *Marc Hankmann*

Wenn ich mal groß bin, will ich Kabelleitungstiefbauer werden! Das klingt wenig romantisch, aber im Gegensatz zum Lokomotivführer (autonomes Fahren) oder Cowboy (Viehtrieb wenig ausgebildet in Deutschland) hat das Verlegen von Kabeln im Erdreich eine Zukunft, denn darauf basiert schließlich die Digitalisierung unserer Welt, die weder bis 2025 noch in den darauffolgenden Jahren komplett abgeschlossen sein wird. Und Geld gibt es dafür von der Regierung zuhauf, die bislang nichts von Engpässen oder Preiserhöhungen im Tiefbau gehört haben will. Eine Studie hält ihr nun das Gegenteil vor die Nase.

Lieber Leverkusener Brücke als Kleinkleckersdorf

„Bisher liegen der Bundesregierung keine eigenen Erkenntnisse über Marktpreissteigerungen im

Tiefbaubereich vor“, heißt es in der Antwort auf eine Kleine Anfrage der FDP. Man gehe davon aus, dass der Markt die Preise regelt. Außerdem habe der Baugipfel Mitte Juni 2018 ergeben, dass es keine Engpässe bei Tiefbaukapazitäten gebe. Das hängt davon ab, wen man fragt, denn die Branchengrößen wie Hoch+Tief oder Strabag halten sich vom regionalen Projektgeschäft, in dem sich der Breitbandausbau abspielt, fern. Es ist für sie lohnender, die Leverkusener Brücke instanzzusetzen als in Kleinkleckersdorf die Erde umzugraben.

„Wir erleben gerade, dass unsere Unternehmen eigene Tiefbaukapazitäten aufbauen“, verdeutlicht Stephan Albers, Geschäftsführer des Bundesverbands Breitbandkommunikation (Breko), die Situation. Teilweise würden Tiefbauer eingestellt, eigene Bagger gekauft oder sogar Garten- und Landschaftsgärtner angefragt. „Der Tiefbau ist der Flaschenhals im Breitbandausbau“, sagt Albers, dessen Verband die Studie „Tiefbaukapazitäten als Engpass für den FTTB/H-Ausbau?“ beim Wissenschaftlichen Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) in Auftrag gegeben hat.

Beleg: Preissteigerung um durchschnittlich 30 Prozent

Die Studie kommt zu dem Schluss, dass die Tiefbaupreise in den vergangenen zwei Jahren um durchschnittlich 30 Prozent gestiegen sind. Für eine derartige Preissteigerung benötigte die Branche vorher sieben Jahre. Iris Henseler-Unger sieht einen Zusammenhang mit der Breitbandförderung. „Es gibt eine Korrelation zwischen dem Fördergeldzufluss und den Preissteigerungen“, sagte die WIK-Geschäftsführerin bei der Präsentation der Studie im Vorfeld der diesjährigen Breko-Jahrestagung in Berlin.

Aufgrund der bereits bestehenden Kapazitätsengpässe könne die Bauleistung nicht beliebig erhöht werden. In der Folge stiegen die Preise. „Dieser Zusammenhang wurde uns auch in den Experteninterviews bestätigt, wo berichtet wurde, dass auf regionaler Ebene insbesondere dort Preissteigerungen zu verzeichnen sind, wo in großem Umfang gefördert ausgebaut wird“, ist der Studie zu entnehmen. Wie war das noch auf dem Baugipfel?

Kein Personal bei Tiefbau und Kommune

Die Aussage der Regierung, der Markt regelt schon die Preise, ist natürlich insofern richtig, als dass die hohe Nachfrage in Kombination mit knappen Ressourcen den Tiefbau, speziell den Kabelleitungstiefbau, verteuert. Dieser Effekt ist allerdings auch eine Folge des Fachkräftemangels. Der Tiefbau hat ein Nachwuchsproblem. Über drei Jahrgänge kommt er nur auf 900 Auszubildende. Außerdem existieren laut WIK-Studie nur wenige Aus- und Weiterbildungsangebote oder Schulungskonzepte, die Abhilfe schaffen könnten.

Personalengpässe sind im Rahmen des Breitbandausbaus aber nicht allein auf den Tiefbausektor beschränkt. Auch den Kommunen fehlt es an qualifiziertem Personal, weswegen Genehmigungsverfahren viel Zeit in Anspruch nehmen. Zudem sind an vielen Genehmigungen nachgelagerte Behörden beteiligt, die intern nicht zentral gesteuert werden. Oder die Kommune nutzt „diskretionäre Spielräume“ aus, wie es in der WIK-Studie heißt: Sie entscheidet im Einzelfall bzw. nach persönlichem Ermessen – platt gesagt: nach Gutsherrenart. Das verhindert jedoch eine Standardisierung im Netzausbau, was wiederum Effizienzvorteile der ausbauenden Unternehmen reduziert und unnötige Kosten erzeugt.

Letztendlich sind es aber die Preissteigerungen im Tiefbau, dessen Kosten nach Angaben des WIK zwischen 80 und 90 Prozent der Investitionen in ein Ausbauprojekt ausmachen. „Wenn Tiefbaupreise steigen, bekommen Netzbetreiber Probleme mit ihrem Business Case“, erklärt Breko-Geschäftsführer Albers. Henseler-Unger weist jedoch darauf hin, dass der schleppende Glasfaserausbau viele Ursachen habe. Gleichzeitig macht sie jedoch deutlich: „Mit einem ‚Weiter so‘ besteht die Gefahr, dass maximal die Hälfte aller deutschen Haushalte bis 2025 mit direkten Glasfaseranschlüssen versorgt werden können.“

Offen für Alternativen

Deshalb fordern WIK und Breko Kommunen auf, offener für alternative Verlegetechniken zu sein, da sie kostensparender sind. Während die Studie einen durchschnittlichen Preis von etwas unter 100 Euro pro Meter für den konventionellen Tiefbau angibt, liegt der Meterpreis für Fräsverfahren bei rund 60 Euro. Doch gerade dem Mini- und Micro-Trenching stehen die Kommunen skeptisch gegenüber. Sie fürchten Haftungsrisiken und Folgekosten, wenn die zehn bis 20 Zentimeter unter dem Bürgersteig verlegte Glasfaser durch Bodenfrost oder Regenwasser Schaden nimmt. Deshalb ist ihnen die Glasfaser in 60 Zentimeter Tiefe lieber.

Natürlich wissen auch WIK und Breko, dass der Personalmangel in den Kommunen nicht von heute auf morgen behoben werden kann. Der Einsatz elektronischer Tools könnte jedoch so manches Genehmigungsverfahren beschleunigen. Gemeint sind damit zum Beispiel GIS-Systeme und Datenbanken, aber auch bisweilen ganz banal klingende Dinge wie der Einsatz von Videokonferenzen oder digitale Fotos, um den einen oder anderen Außentermin zu ersetzen.

Fördermittel anders verwenden

Auch die Vergabe von Fördermitteln könnte angepasst werden. Die Studie schlägt unter anderem vor, Fördergelder, oder zumindest einen Teil dieser Mittel, erst dann auszuzahlen, wenn Genehmigungsverfahren durchlaufen wurden. WIK-Chefin Henseler-Unger schlägt zudem vor, einen Teil der Fördermittel für den Aufbau entsprechender Ressourcen in den Kommunen zu nutzen. So könnte auch die Stelle des Case Managers geschaffen werden, der zum Beispiel bei Ausbauprojekten in Dänemark auf Seiten der Kommune sämtliche Vorgänge rund um den Netzausbau koordiniert. Wenn natürlich kein Personal vorhanden ist, nützt auch die größte Fördersumme nichts.

den ausbauenden Unternehmen empfiehlt der Breko, langfristige Verträge mit Tiefbauunternehmen zu schließen. Das böte Sicherheit auf beiden Seiten und dürfte auch Branchengrößen für den Glasfaserausbau interessieren, indem sie entsprechende Geschäftsbereiche spezialisieren. Fest steht allerdings auch, dass man ohne ausländische Anbieter nicht weiterkommen werde, wie Henseler-Unger auf der Breko-Jahrestagung erwähnte. Dazu kommt immer wieder das Gegenargument auf, ausländische Tiefbauer kämen mit der Bürokratie deutscher Behörden nicht zurecht, was sicherlich nicht nur ein Problem für Ausländer ist. Wer sich jedoch heute auf Baustellen umhört, erhält schnell den Eindruck, dass die meisten Unternehmen der Empfehlung, nach Kapazitäten im Ausland zu suchen, bereits nachgekommen sind.

Breko plant Tiefbaubörse

Neben den in der Studie veröffentlichten Empfehlungen schreitet der Breko auch zur Tat. Mit dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag entwickelt der Verband bereits Weiter- und Ausbildungsprogramme, um dem Personalengpass im Kabelleitungstiefbau entgegenzuwirken. Außerdem plant der Breko über seine verbandseigene Handelsplattform, Kapazitäten zu bündeln. Dazu soll bei den Fiberdays im März 2019 eine Tiefbaubörse an den Start gehen, um Netzbetreiber und Tiefbauunternehmen zusammenzubringen.

Um die Intention der Studie nicht falsch zu verstehen, weisen die Autoren darauf hin, dass sämtliche in ihr genannten Maßnahmen „alleine nicht genügen werden, um die ambitionierten Ziele aus dem Koalitionsvertrag zu erfüllen“. Angesichts von 20 vorgeschlagenen Maßnahmen klingt das sehr ernüchternd. Was soll man sonst noch machen, um das 2025er-Ziel zu erreichen? Das Kreativste, was man von der Politik in einem solchen Fall erwarten kann, ist die Verschiebung des Ausbauziels in die Zukunft – nicht zum ersten Mal...

Sachsen ändert Mediengesetz: UKW-Radio bleibt im Kabel

Dr. Jörn Krieger

Kabelnetzbetreiber in Sachsen können bis Ende 2025 weiterhin Radioprogramme in analoger Form einspeisen. Der sächsische Landtag beschloss am 11. Dezember 2018 eine entsprechende Änderung des Privatrundfunkgesetzes. Mit dem "Sechsten Gesetz zur Änderung des Sächsischen Privatrundfunkgesetzes", das am 1. Januar 2019 in Kraft tritt, wird eine Ausnahmeregelung für kleine und mittelgroße Kabelnetzbetreiber und Antennengemeinschaften geschaffen, die weniger als 1.000 Anschlussstellen versorgen.

Die rund 620 Netzbetreiber, die in diese Kategorie fallen, können bei der sächsischen Medienanstalt SLM eine Ausnahmegenehmigung von der eigentlich zum Jahresende 2018 vorgeschriebenen Analogabschaltung in den Kabelnetzen beantragen. Voraussetzung: Sie begründen, weshalb sie weiterhin analoges UKW-Kabelradio anbieten wollen, und legen ein Digitalisierungskonzept vor.

Benachteiligung kleiner Netzbetreiber

Die Änderung des Privatrundfunkgesetzes geht auf einen [Gesetzesvorschlag](#) der sächsischen CDU/SPD-Regierungskoalition zurück. Der Kabelverband FRK und der Privatradioverband APR hatten zuvor kritisiert, es sei nicht nachvollziehbar, dass analoges Radio im Kabelnetz abgeschaltet werden müsse, während terrestrisch auf UKW weitergesendet werde. Dies [benachteilige](#) wegen der technischen Umrüstkosten vor allem kleinere Netzbetreiber und die Hörer.

Sachsen, Bayern und Bremen sind die einzigen drei Bundesländer, die in ihren Mediengesetzen eine Analogabschaltung in den Kabelnetzen zum 31. Dezember 2018 vorschreiben. In den anderen 13 Bundesländern steht es den Kabelnetzbetreibern frei, ob und wann sie die analogen TV- und Radioprogramme abschalten.

Unterschiedliche Vorgehensweise

Während sich die Kabelnetzbetreiber in allen Bundesländern darauf verständigt haben, das analoge Kabelfernsehen bis Sommer 2019 abzuschalten, gehen sie beim Kabelradio unterschiedliche Wege. Einige schalten auch das analoge UKW-Kabelradio ab und bieten nur noch digitales DVB-C-Radioprogramme, etwa Vodafone und PÿUR (Tele Columbus), andere Netzbetreiber wie Unitymedia oder NetCologne bieten UKW-Kabelradio weiterhin an - und es laufen Versuche, das terrestrische Digitalradiosystem DAB+ auch im Kabelnetz [einzuführen](#).

Titel, Thesen, Topmodel – die Diskussion um den Public Value von Programminhalten hat keine Substanz

Marc Hankmann

Was birgt mehr gesellschaftlichen Wert in sich: die Übertragung der Wahl des Bundespräsidenten oder die des Endspiels der Fußball-WM ohne deutsche Beteiligung? Was mehr Zuschauer vor die Fernseher lockt, ist klar. Aber darum geht es doch eigentlich gar nicht, wenn die Rede vom Public Value eines Programminhalts ist. Oder etwa doch? Was ist eigentlich mit Public Value gemeint: nur „Titel, Thesen, Temperamente“ oder auch „Germany's next Topmodel“?

Kein Konsens

Die Medienanstalten schlagen vor, Programminhalte mit einem besonderen gesellschaftlichen Wert, dem sogenannten Public Value, mit einer priorisierten Auffindbarkeit auf Benutzeroberflächen zu belohnen. Aus Sicht der Regulierer sei das ein Anreiz, um TV-Inhalte mit Public Value zu produzieren. Konkreter werden die Medienwächter allerdings nicht. Was auch schwierig ist, denn einerseits ist unklar, was unter Public Value zu verstehen ist. Andererseits kann auch niemand sagen, wie diese privilegierte

Auffindbarkeit konkret aussehen soll, denn schließlich weiß niemand, wie zukünftig die Benutzeroberflächen von Smart-TVs, Online-Portalen oder Set-Top-Boxen aussehen. Jedwede Gesetzgebung dürfte entsprechend schwammig daherkommen und genügend weiteren Diskussionsstoff für die Regulierung mit sich bringen – ein sich selbsterhaltendes System.

Auf den Medientagen München 2018 stellten die Regulierer in Form eines Diskussionsforums den werbefinanzierten Privatsendern die Frage, was ihre Programme in Sachen Public Value leisten. Die Diskussion sackte schnell auf ein Pro und Contra zu einzelnen Formaten ab. Das Hin und Her, ob „Bauer sucht Frau“ einen gesellschaftlichen Wert hat, offenbart den fehlenden Konsens, was ganz konkret unter Public Value zu verstehen ist.

Relevanz statt Public Value

Ohnehin lehnen die Privatsender den Begriff ab. Auf der Diskussionsrunde sprach Frank Hoffmann, Geschäftsführer Programm von RTL Television, lieber von Relevanz, denn der Begriff Public Value hat für ihn eine elitäre Konnotation. Anders gesagt: In Sachen Public Value ziehen die Privaten im Vergleich mit den Öffentlich-Rechtlichen unweigerlich den Kürzeren. Also spricht man lieber von Relevanz. Dieser Begriff verwässert aber nicht nur, was man im Fernsehen alles als gesellschaftlich wertvoll betrachten kann, er löst auch nicht das Kernproblem des Public Value. So lange es keinen Konsens gibt, was darunter Public Value von TV-Inhalten zu verstehen ist, bleibt die Diskussion substanzlos.

Hoffmann verweist etwa auf die 700 Journalisten, die für RTL arbeiten, und auf „Guten Zeiten, schlechte Zeiten“, wo Mobbing thematisiert wird. Selbst bei „Deutschland sucht den Superstar“ sieht er eine gesellschaftliche Relevanz, vor allem, weil RTL die jüngeren Zuschauer erreicht. Hier wird Relevanz mit Reichweite gleichgesetzt. Der Wert eines für die Gesellschaft wichtigen Themas beschränkt sich aber nicht allein auf dessen Massentauglichkeit. Setzt das Privatfernsehen also wirklich gesellschaftlich relevante Themen oder greift es nur Diskussionen auf, die gerade im Trend liegen und ins Programm passen, ohne einen nennenswerten Beitrag zum Thema zu leisten? Haben Formate wie „Deutschland sucht den Superstar“ oder „Germany’s next Topmodel“ noch andere gesellschaftliche Debatten ausgelöst als die über das Bloßstellen unbedarfter Personen im Massenmedium Fernsehen? Gibt es im werbefinanzierten Privatfernsehen überhaupt eine Doku, die ohne den Zusatz „Soap“ auskommt?

Es jammern die Falschen

Die Privatsender jedenfalls sind überzeugt, dass ihr Public Value ausreicht, um ihnen in der wachsenden Masse an Bewegtbildinhalten eine privilegierte Auffindbarkeit zuzusprechen. „So manche Plattform hat schon ihre eigene Taste auf der Fernbedienung“, weist Hoffmann auf die Netflix-Taste der Fernbedienungen aus dem Hause Panasonic hin. Es jammern allerdings die Falschen, denn sowohl die Mediengruppe RTL Deutschland als auch ProSiebenSat.1 haben ebenfalls beim Zuschauer ihre festen Tasten auf der Fernbedienung, nur stehen dort nicht ihre Namen, sondern Ziffern.

Kein Plattformbetreiber oder Smart-TV-Hersteller wird reichweitenstarke Sender wie RTL, ProSieben oder Sat.1 ins digitale Nichts verbannen und sich damit den Unmut des Kunden bzw. Käufers zuziehen. Es sind eher die kleinen, die werbefinanzierten Regional- und Lokalsender, die eine privilegierte Auffindbarkeit benötigen, denn ihnen droht das Vergessenwerden auf den hinteren Programmplätzen viel eher als den großen TV-Konzernen auf den Programmtasten 4 bis 9. Und ihr Public Value sollte in Zeiten der Ausdünnung lokaler Medien – Stichwort Zeitungssterben - eigentlich an Bedeutung gewinnen.

Das werbefinanzierte arte

Sicherlich ist nicht von der Hand zu weisen, dass es auch im Privatfernsehen Sendungen gibt, die einen gesellschaftlichen Wert haben und zum Nachdenken anregen. Schließlich gibt es hier auch Regionalfenster. Ein Format wie „Galileo“ (ProSieben) behandelt durchaus das aktuelle Tagesgeschehen. Gleichzeitig werden aber auch Wasserrutschen „getestet“. Reicht das aus, um einen kompletten TV-Sender zu privilegieren? Wenn den großen TV-Konzernen an Public Value gelegen ist, warum gibt es dann keinen Spartensender à la „RTL Value“, der ausschließlich Formate mit gesellschaftlichem Wert zeigt? Quasi ein werbefinanziertes arte. Einen solchen Sender könnte man privilegieren, ohne gleichzeitig die Werbereichweite für die großen TV-Konzerne regulatorisch abzusichern.

Auf der Diskussionsrunde bei den Medientagen München klang es fast so, als brüteten die Redaktionen der RTL- und ProSiebenSat.1-Sender ausschließlich über der Frage, wie ihre Inhalte das Prädikat „Public Value“ bekommen können. „Wir haben viel Spaß bei der Entwicklung von Inhalten mit Public Value“, sagte etwa Daniel Rosemann, Senderchef von ProSieben und ProSieben MAXX. Als würde die werbewirksame Präsentation von Produkten und Marken bei der Formatentwicklung überhaupt keine Rolle spielen.

Vielleicht muss man sich tatsächlich die Mühe machen, den Public-Value-Anteil aus dem Programm eines werbefinanzierten Privatsenders herauszurechnen. Überwiegt er dann im Vergleich zum restlichen Inhalt, darf der Sender mit einer privilegierten Auffindbarkeit rechnen. Allerdings gibt es noch zu viele Unbekannte: Was ist Public Value, was ist privilegierte Auffindbarkeit? Solange es hier nicht konkreter wird, lässt sich vortrefflich weiterdiskutieren.

Die Deutsche Messe AG will industrielle Digitalthemen künftig in der Hannover Messe weiterführen, für die übrigen Themenfelder der CeBIT sollen inhaltlich spitze Fachveranstaltungen entwickelt werden, die sich an Entscheidungsträger ausgewählter Branchen richten. Der Messeveranstalter reagiert damit darauf, dass die Digitalisierung inzwischen alle Branchen erfasst hat und damit auch auf praktisch allen Messen und Kongressen eine zentrale Rolle spielt, was die CeBIT zunehmend in Frage stellte.

FRK zeigt, wie's geht

Das Aus der beiden Dickschiffe verdeutlicht den Trend zu kleinen, thematisch klar fokussierten Veranstaltungen, die eine enge und engagierte Zielgruppe ansprechen. Wie das geht, zeigte der Fachverband für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) bei seinem diesjährigen Breitbandkongress in Leipzig, der unter dem Motto "Klein, aber fein - zurück zu den Wurzeln" genau diesen Weg [einschlug](#) und damit gezielt die Aufmerksamkeit der Branche auf [seine Themen](#) lenken konnte.

Weniger ist mehr

Die Inflation der Medienkongresse wurde in MediaLABcom mehrfach kritisiert, zuletzt in der vergangenen Ausgabe mit [unserem Beitrag](#) zum "Gipfel-Hopping". Schon 2014 wies MediaLABcom unter der Überschrift "[Medienkongresse: Heiße Luft für teures Geld](#)" auf die bei Politik, Medienanstalten und Verbänden ausgebrochene "Kongresseritis" hin. Wer soll all die so überaus wichtigen Veranstaltungen besuchen? Muss man nicht auch irgendwann mal arbeiten? Mit dem Medienforum NRW und der CeBIT ist der Anfang gemacht. Gut so, denn auch bei Messen und Kongressen gilt: weniger ist mehr.

Neues von FRK

Vodafone/Unitymedia-Übernahme: FRK begrüßt ausführliche Prüfung durch EU-Kommission

Die angekündigte ausführliche Prüfung der beabsichtigten Übernahme von Unitymedia durch Vodafone seitens der Generaldirektion Wettbewerb der EU-Kommission wird ausdrücklich vom Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) begrüßt. „Die angestrebte Fusion verhindert den potenziellen Wettbewerb zwischen den beiden Unternehmen. Denn um zu wachsen, wären beide darauf angewiesen, in die Gebiete des jeweils anderen vorzudringen. Schon diese Verhinderung allein ist wettbewerbsfeindlich. Zudem gibt es aus unserer Sicht noch eine ganze Reihe weiterer negativer Auswirkungen, wie etwa auf den Gestattungsmarkt in der Wohnungswirtschaft, den Infrastrukturwettbewerb beim Glasfaserausbau sowie den Wettbewerb bei TV-Rechten, die strenge Auflagen oder sogar eine Untersagung des Vorhabens rechtfertigen“, betont der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte.

„Wir halten es zudem im Sinne des Wettbewerbs für nur sehr schwer vermittelbar, wenn die EU-Kommission nun das alte von ihr vor zwei Jahrzehnten zerschlagene Kabelmonopol in Deutschland erneut als Wettbewerb verhinderndes Duopol aufleben ließe. Natürlich hätten wir es begrüßt, wenn das Verfahren bei den deutschen Kartellbehörden gelandet wäre. Denn diese sind deutlich näher mit dem Vorgang, dem deutschen Markt sowie den erheblichen negativen Auswirkungen einer Genehmigung vertraut. Andererseits zeigt die nun eingeleitete intensive Untersuchung des Vorhabens in Brüssel, dass auch seitens der Wettbewerbshüter der EU-Kommission erhebliche Bedenken bestehen“, erklärt Labonte abschließend.

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

tkt teleconsult und Vivax schließen sich zusammen

Die beiden Beratungsgesellschaften tkt teleconsult Kommunikationstechnik und Vivax fusionieren. Die daraus entstehende Firma tktVivax mit künftigem Sitz in Berlin unterstützt Stadtwerke und Kommunen in allen Fragen der Digitalisierung - von der Analyse und Fördermittelberatung über die Strategiefindung und Gestaltung von Prozessen und Organisationen bis zur Planungs- und Umsetzungsbegleitung.

"Mit dem Zusammenschluss haben wir ein etwas anderes Beratungshaus geschaffen. Denn wir machen da weiter, wo andere aufhören", beschreibt Thomas Berkel, neben Dirk Fieml und Philipp Bode einer der Geschäftsführer von tktVivax, den Ansatz. So übernimmt das Unternehmen neben der Konzeption und Planung auch die Verantwortung für die Umsetzung von Digitalisierungsprojekten. Zudem unterstützt tktVivax Stadtwerke und Kommunen bei konkreten technischen Fragestellungen, etwa bei der Netzplanung oder beim Engineering. Zu den Hauptgesellschaftern des neuen Unternehmens gehören die drei Geschäftsführer sowie die ZEAG Energie AG, Heilbronn.

Das Themenspektrum, das tktVivax mit rund 50 Mitarbeitern abdeckt, reicht von Fragen der Prozessoptimierung und Organisationsberatung über Consulting in Bereichen wie IT, Netz und Technik bis zur konkreten Unterstützung bei der Planung und Umsetzung von Glasfaser- und 5G-Infrastrukturen. "Gemeinsam decken wir dabei nicht nur alle horizontalen Fragestellungen etwa zu Technologien oder Methoden ab, sondern kennen uns auch in den speziellen Anforderungen vertikaler Märkte wie der Energieversorgung oder der Öffentlichen Verwaltung aus", sagt Fieml. „Damit sind wir so breit aufgestellt, wie nur ganz wenige andere Beratungshäuser. So können wir für unsere Kunden Lösungen umsetzen, die tatsächlich alle organisatorischen und technologischen Aspekte der Digitalisierung berücksichtigen“, ergänzt Bode.

tkt und Vivax haben in den vergangenen Jahren eine Vielzahl von Projekten umgesetzt, zum Beispiel bei der Stadtwerke Bochum Netz GmbH, der Bad Honnef AG, den Stadtwerken Ludwigsburg-Kornwestheim oder bei den Stadtwerken Merseburg. Daneben wurden zahlreiche Städte, Gemeinden, Landkreise und interkommunale Verbände beim Aufbau einer zeitgemäßen und leistungsstarken Internetversorgung unterstützt. Bei den Unternehmen der Versorgungswirtschaft standen Optimierungsprojekte mit

Organisations-, Prozess- und IT-Beratung in Kunden- und Vordergrund. Zu den Kunden zählen darüber hinaus nationale und internationale Telekommunikationsunternehmen sowie regionale Betreiber privater und öffentlicher Netze.

M7 gewinnt acht neue Netzbetreiber als Kunden

M7 Deutschland hat in den vergangenen sechs Monaten insgesamt acht Netzbetreiber aus dem Bereich der Stadtwerke und Energieversorger als neue Kunden gewonnen. Dazu gehören die Thüga SmartService, BiTel, K-NET Telekommunikation, Stadtwerke Erkrath, OstTelCom, EmslandTel.Net und bn:t Blatzheim Networks Telecom. Die Unternehmen setzen künftig die technischen und lizenzrechtlichen Vorleistungsprodukte von M7 ein. Hierzu gehören neben dem TV-Angebot aus den M7-Portfolios Pay-TV, Basis HD und International TV zunehmend auch technische Dienste für IPTV sowie der 360°-Rund-um-Service von M7 mit vertriebsunterstützenden Maßnahmen zur Kundenbindung und Forcierung des Neugeschäfts. Außerdem wurden zahlreiche bestehende Verträge mit Marktpartnern verlängert.

„Wir sind bei Lizenzen für Premium-Sender, schlüsselfertigen TV-Vorleistungsprodukten und innovativen IPTV-Diensten der marktführende Anbieter für TV-Entertainment für Kabel- und IP-Netzbetreiber in Deutschland und Österreich. Mit den acht neuen Kunden konnten wir diese Marktposition weiter festigen“, sagt Martijn van Hout, Vice-President und Country Manager Germany and Austria der M7 Group. "Für diese Netzbetreiber ist ein vollumfängliches innovatives TV-Angebot für Privatkunden und die Wohnungswirtschaft in ihren Versorgungsgebieten eine sehr wichtige Voraussetzung, um im Markt wettbewerbsfähige Produkte anbieten und gegen die harte Konkurrenz bestehen zu können. Die neuen Partnerschaften bestätigen zudem, dass wir mit unseren speziell auf IPTV-Provider und Stadtwerke ausgerichtete Produkte den Nerv im Markt getroffen haben."

Zu den neuen M7-Diensten gehört insbesondere die schlüsselfertige White-Label-Lösung DVB-IP. Dabei gelangen die gewünschten Programmpakete via Satellit über den Teleport Usingen im Taunus über die Direct-to-Cable Plattform von M7 als DVB-S2-Signale an die Kopfstellen der Netzpartner. Dort werden die bereits von M7 in Conax verschlüsselten Programme im IP-Format aufbereitet und in den Glasfasernetzen zu deren Endkunden transportiert.

M7 bietet gebündelten Lizenzen für 140 Free-TV- und Pay-TV-Sender sowie internationale Programmpakete in neun Sprachen. Netzbetreiber können von M7 zudem ein Multiscreen-IP-Produkt beziehen. Mit der White-Label-TV-App können die Kunden innerhalb ihres WLAN-Heimnetzes rund 70 öffentlich-rechtliche HD-Sender und private SD-Sender sowie bei entsprechender Buchung auch die rund 30 Sender des Pay-TV-Pakets Family HD auf mobilen Endgeräten wie Tablets, Smartphones und Laptops nutzen.

Lokal-TV aus Brandenburg baut Satellitenverbreitung aus

Auf dem neuen Satellitenkanal [BB-MV-LokalTV](#) sind ab sofort rund um die Uhr lokale Fernsehprogramme aus Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern via Astra (19,2° Ost) zu empfangen. Gesendet wird auf der Frequenz 11,552 GHz H (SR 22.000, FEC 2/3). Der bisherige Kanal, auf dem Brandenburger Lokalfernsehen bislang nur zwischen 17.30 und 20.30 Uhr ausgestrahlt wurde, wird zum 1. Januar 2019 abgeschaltet. Die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) fördert mit den vom Landtag Brandenburg zur Verfügung gestellten Mitteln den Weiterbetrieb des Satellitenkanals. Einer der Gründe für das Engagement der MABB sind Zahlen aus dem Digitalisierungsbericht 2018 der Medienanstalten: Demnach ist der Satelliten-Direkt Empfang in Brandenburg nach wie vor der wichtigste Empfangsweg und wird von 52,9 Prozent der TV-Haushalte genutzt.

Knapp 42 Prozent der Satellitenhaushalte in Brandenburg verfügen über einen mit dem Internet verbundenen Smart-TV-Fernseher. Mit einem solchen HbbTV-fähigen Gerät können die Programmangebote der Brandenburger und anderer Lokalsender aus ganz Deutschland über den roten Knopf der Fernbedienung auf Abruf auf dem [Lokal-TV-Portal](#) gesehen werden. Das von der Bayerischen Medien Technik (bmt) entwickelte Portal wird ebenfalls über den neuen Satellitenkanal signalisiert und bietet den Zuschauern jederzeit bundesweiten Zugang zu Lokal-TV-Angeboten. Mittlerweile sind 14 Lokal-TV-Sender aus Berlin und Brandenburg über das Portal verfügbar.

Sport1 startet eSports-Kanal / Aus für Sport1 US

Der Sportsender Sport1 startet am 24. Januar 2019 den ersten eSports-Kanal in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Das 24-Stunden-Programm wird als Pay-TV-Angebot über die Plattformen von Vodafone Deutschland, Deutsche Telekom, Unitymedia, 1&1, T-Mobile Austria, A1 Telekom, UPC Schweiz und Zattoo verbreitet. Zudem werden die Inhalte von eSports1 auch auf einer eigenen eSports-App verfügbar sein. Der Sender soll im nächsten Jahr mindestens 1.200 Stunden live von nationalen und internationalen eSports-Veranstaltungen berichten sowie Höhepunkte und eigenproduzierte Magazine ausstrahlen.

eSports1 wird auf dem Programmplatz des Sportkanals Sport1 US zu empfangen sein, der im Gegenzug eingestellt wird. "eSports1 wird ab dem 24. Januar den Platz von Sport1 US übernehmen und neben Sport1+ die zweite Säule im Pay-Angebot von Sport1 bilden", sagte ein Sport1-Sprecher gegenüber MedialABcom. "US-Sport wird aber weiterhin ein wichtiger Programmbestandteil unseres Pay-TV-Angebots bleiben: Mit der NBA und der NHL werden die zwei bisherigen Programm-Highlights von Sport1 US ab Ende Januar auf Sport1+ live übertragen."

Brexit: Turner Broadcasting beantragt deutsche TV-Lizenzen

Turner Broadcasting System Deutschland hat bei der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) sechs Lizenzen für internationale TV-Sender beantragt. Ein Sprecher der in München angesiedelten deutschen Niederlassung von Turner Broadcasting System bestätigte gegenüber MedialABcom die Lizenzanträge, die wegen der derzeit laufenden Verhandlungen über den Austritt Großbritanniens aus der Europäischen Union (EU) gestellt worden seien: "Wir wollen für jeden Ausgang vorbereitet sein." Der Sprecher betonte jedoch, dass London in jeden Fall die Europa-Zentrale von Turner Broadcasting System bleiben werde, unabhängig vom Ausgang der Brexit-Verhandlungen.

Nach Angaben der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) betreffen die Lizenzanträge die Sender TCM (Irland/Malta), TCM (Griechenland), TCM (Frankreich), WBTV (Frankreich), TNT (Polen) und TNT (Rumänien). Sie wurden am 8. November 2018 bei der BLM eingereicht und am 21. November der KEK vorgelegt. Über 500 europäische Sender nutzen derzeit Lizenzen der britischen Medienbehörde Ofcom, die ungültig werden könnten, falls es zu einem "harten Brexit", einem Rückzug aus der EU ohne Partnerschaftsvertrag, kommt. Es wird in der Branche erwartet, dass weitere TV-Veranstalter mit Ofcom-Lizenz Zulassungen in andere EU-Staaten beantragen (MediaLABcom [berichtete](#)).

Brexit: NBC Universal beantragt deutsche TV-Lizenzen

Nach Turner Broadcasting System hat auch NBC Universal International Networks bei der BLM sechs Lizenzen für internationale TV-Sender beantragt. Die Lizenzanträge, die Syfy, E! Entertainment (2x), 13Ulica, SCIFI und DIVA betreffen, wurden von der deutschen Niederlassung NBC Universal Global Networks Deutschland eingereicht, die in München ansässig ist. Eine Sprecherin von NBC Universal International Networks bestätigte den Schritt gegenüber MediaLABcom und erklärte, dass man - wie andere von der britischen Medienbehörde Ofcom regulierte internationale Rundfunkveranstalter - dadurch auf jeden möglichen Ausgang der Verhandlungen zum Austritt Großbritanniens aus der Europäischen Union (Brexit) vorbereitet sein wolle.

Frequenzumstellung bei Sky: Senderlisten-Update für Smart-TVs und Receiver

Der Pay-TV-Veranstalter Sky Deutschland vollzog am 29. November 2018 eine umfangreiche [Frequenzumstellung](#) auf Astra (19,2° Ost), von der alle Sky- Satellitenhaushalte betroffen sind. Zahlreiche SD-Sender wurden abgeschaltet und nur noch in HD-Auflösung ausgestrahlt, viele Sender wechselten die Frequenz. Über 100 Änderungen waren es insgesamt. Während Sky-Receiver die Änderungen automatisch mitmachen, gibt es nur wenige Drittgeräte, die sich selbst aktualisieren. Haushalte, die die Sky-Sender per CI+-Modul über einen Smart-TV oder Receiver empfangen, müssen nach einem neuen Suchlauf die Senderliste mühevoll per Hand in die gewünschte Reihenfolge bringen oder einen Fachbetrieb damit beauftragen.

Eine Möglichkeit, die Senderliste bequem und kostenlos auf den aktuellen Stand zu bringen, bietet der Senderlisten-Update-Service www.programmlisten-update.de. Der Dienst liefert zeitgleich mit der Sky-Frequenzumstellung neue Senderlisten, die bereits alle Änderungen enthalten. Zu den Geräten, die unterstützt werden, zählen zum Beispiel Fernseher von Samsung und Panasonic sowie Satellitenreceiver, die mit dem Betriebssystem Enigma2 arbeiten. Neu hinzugekommen ist die 2018er-Samsung-Serie "NU". Die neuen Senderlisten lassen sich unter www.programmlisten-update.de kostenlos herunterladen und per USB-Stick in Fernseher und Receiver übertragen. In wenigen Minuten ist die Senderliste damit wieder auf dem aktuellen Stand.

Sky behält Wimbledon-Rechte

Das Tennisturnier von Wimbledon ist auch in Zukunft bei Sky Deutschland zu sehen: Der Pay-TV-Veranstalter und der Veranstalter, der All England Lawn Tennis Club, haben sich auf eine langfristige Verlängerung der Partnerschaft bis einschließlich 2022 geeinigt. Damit wird Sky in Deutschland, Österreich und der Schweiz auch in den kommenden vier Jahren live von dem Grand-Slam-Turnier berichten – in Deutschland und Österreich exklusiv.

Zusätzlich zu den Live-Übertragungsrechten über Satellit und Kabel umfasst die neue Vereinbarung, die mit dem Rechthändler IMG Media geschlossen wurde, auch die Verbreitung via IPTV, Web und Mobile TV. Tennisfans können das Turnier neben dem klassischen Fernsehen auch über die Streaming-Dienste Sky Go und Sky Ticket live verfolgen.

Pluto TV startet in Deutschland und Österreich

Der US-Streaming-Anbieter Pluto TV ist in Deutschland und Österreich gestartet. [Pluto TV](#) bietet lineare Streaming-Kanäle, die sich ohne Abonnement kostenfrei abrufen lassen. Das werbefinanzierte OTT-Angebot ist zunächst über den [TV-Stick von Sky](#) zugänglich, weitere Plattformen sollen folgen

Im Gegensatz zu Online-Videotheken wie Netflix oder maxdome, bei denen die Nutzer die gewünschten Inhalte selbst suchen müssen, bietet Pluto TV Kanäle mit fortlaufendem Programm, die auf bestimmte Themengebiete und Zielgruppen zugeschnitten sind.

Zum Auftakt gibt es in Deutschland und Österreich rund 15 Kanäle: sowohl von Pluto TV selbst erstellte Angebote mit deutsch- und englischsprachigen Inhalten als auch Kanäle von anderen Medienmarken. Mit dabei sind unter anderen Pluto TV History mit Reportagen und Berichten zu Geschichtsthemen, der Wissenskanal Pluto TV Inside, Pluto TV Animals für Tierfreunde, der Reisekanal Pluto TV Explore, die Sportkanäle Pluto TV Sports, Pluto TV Action Sports und Pluto TV Fight und der Kinderkanal Pluto TV Kids.

Zu den Drittkanälen zählen die Gaming-Programme World Poker Tour und MinecraftTV sowie IGN mit Gaming- und Tech-News. Pluto TV, zu dessen Gesellschaftern Sky, ProSiebenSat.1, die Discovery-Tochter Scripps Networks und Samsung zählen, ist in den USA mit über zehn Millionen regelmäßigen Nutzern der führende werbefinanzierte Anbieter von kostenlosen linearen OTT-Angeboten. Im Oktober 2018 erfolgte der Markteintritt in Großbritannien.

Die europäische Expansion von Pluto TV wird von der Europa-Zentrale in Berlin gesteuert. Die Leitung obliegt Olivier Jollet, Managing Director Europe, der zuvor unter anderem bei den Streaming-Diensten Quazer (ProSiebenSat.1) und Watchever (Vivendi) arbeitete. "Der Start von Pluto TV in Europa, vor allem im deutschsprachigen Markt, ist zum jetzigen Zeitpunkt perfekt, um das große Potenzial für die Verbreitung von linearen Videoangeboten über das Internet zu nutzen", sagt Jollet. "Um nichts zu verpassen, braucht ein einzelner Haushalt drei oder mehr Abo-Verträge, daran verlieren die Nutzer zunehmend das Interesse." Pluto TV bietet für die Zuschauer eine kostenlose Alternative und für

Werbetreibende ein hochwertiges Umfeld für die zielgerichtete Einbindung von Werbemitteln ins laufende Programm.

Gerhard Mack neuer Technik-Chef von Vodafone

Der Aufsichtsrat von Vodafone Deutschland hat Gerhard Mack zum neuen Chief Technology Officer (CTO) des Unternehmens ernannt. Der neue Technik-Chef wird Nachfolger von Eric Kuisch, der Vodafone verlässt, um sich neuen beruflichen Herausforderungen zu stellen. Mack leitet seit 1. April 2016 als Geschäftsführer den Bereich Commercial Operations bei Vodafone Deutschland.

"Gerhard Mack ist ein Treiber der Digitalisierung in unserer Branche", sagt CEO Hannes Ametsreiter. "Er kennt das Unternehmen und ist ein ausgewiesener Technikexperte – damit bringt er die optimalen Voraussetzungen für seine neue Rolle mit. Ich freue mich darauf, mit ihm gemeinsam die Zukunft der Gigabit Company zu gestalten." Mack erklärte: "Der Technikbereich ist das Herz unseres Unternehmens. Ich freue mich sehr auf meine neue Aufgabe. Und danke dem Aufsichtsrat für sein Vertrauen."

Der 50-jährige Ingenieur der Nachrichtentechnik ist bereits seit 2006 für Kabel Deutschland und Vodafone tätig. Dort hat er das Ressort Technical Operations aufgebaut und wurde 2014 als COO in den Vorstand berufen. Nach der Übernahme durch Vodafone verantwortete er als Deputy Technology Director die Integration der Technikbereiche von Vodafone und Kabel Deutschland.

In den nächsten Monaten will Vodafone unter Macks Regie seinen Gigabit-Ausbau im Kabelnetz weiter vorantreiben, zahlreiche neue LTE-Standorte ans Netz nehmen und verbliebene Funklöcher schließen. Zudem steht der Aufbau der 5G-Infrastruktur bevor. Für eine Übergangszeit wird Mack weiterhin die Funktion des Geschäftsführers Commercial Operations wahrnehmen. Hier soll er vor allem die Digitalisierung im Servicebereich weiter vorantreiben.

RTL holt Pay-TV zu TV Now

Die Mediengruppe RTL Deutschland hat ihre OTT-Plattform TV Now erweitert. Neben den Free-TV-Sendern sind nun auch die Pay-TV-Kanäle des Kölner TV-Veranstalters an Bord, ebenso wie mehr exklusive Inhalte und Programme, die vor ihrer TV-Ausstrahlung zur Verfügung stehen.

Das Livestream-Angebot umfasst folgende Sender: RTL, VOX, RTL II, n-tv, Nitro, RTL plus, NOW US, Super RTL, Toggo plus, RTL Crime, RTL Passion, RTL Living und GEO Television. Der Monatspreis der am 1. März 2016 gestarteten Plattform, die Live-TV und Abruf-TV vereint, steigt gleichzeitig von 2,99 auf 4,99 Euro. Das Angebot kann weiterhin 30 Tage lang gratis getestet werden. Der 7-Tage-Catch-up-TV-Service bleibt kostenfrei und werbefinanziert.

TV Now ist direkt via Internet unter www.tvnow.de sowie über Smartphones, Tablets, die Apple-Streaming-Box, die Apple-TV-App, Amazon Fire TV und Android TV zugänglich. Weitere Plattformen sollen 2019 folgen.

TV.de baut TV-Streaming-Dienst aus

Der Streaming-Anbieter Couchfunk erweitert seine Live-TV-Plattform TV.de um ein Pay-TV-Paket und vergrößert das kostenfreie Basispaket. Das Angebot, das am 1. Dezember 2015 in Deutschland startete, ist zudem jetzt auch in Österreich verfügbar. Unter dem Namen "[Fernsehen mit Herz](#)" bietet TV.de ab sofort erstmals ein klassisches Pay-TV-Paket an. An Bord sind die von Mainstream Media betriebenen Sender Heimatkanal, Romance TV und GoldStar TV. Wie bei Zattoo, wo das Bouquet am 1. Februar 2018 startete, kostet das Abonnement 4,99 Euro pro Monat.

"Wir sind stolz, mit TV.de ab sofort einen weiteren OTT-Partner für die Verbreitung von 'Fernsehen mit Herz' an Bord zu haben und damit dem Wunsch zahlreicher Abonnenten nach neuen Empfangsmöglichkeiten gerecht zu werden", sagt Tim Werner, Vorstandsmitglied von Mainstream Media. "Besonders freut uns, dass wir unser Senderpaket 'Fernsehen mit Herz' jetzt auch in Österreich anbieten können."

Neu im kostenfreien Basispaket von TV.de ist der Kinder- und Familienkanal [RiC TV](#) von Your Family Entertainment. Insgesamt bietet TV.de mehr als 50 TV-Sender als Livestreams, von denen 30 kostenlos und ohne Anmeldung verfügbar sind, sowie Abrufinhalte von über 140 Sendern. Der Zugang ist übers offene Internet via www.tv.de sowie über [Apps](#) für die Betriebssysteme iOS, Android und Windows möglich, etwa auf Smartphones und Tablets.

Zattoo bietet RTL-Sender in HD-Qualität

Der Internet-TV-Anbieter Zattoo verbreitet die Free-TV-Sender der Mediengruppe RTL Deutschland jetzt auch in HD-Qualität. Das Angebot umfasst RTL, VOX, RTL II, Super RTL, Toggo Plus, Nitro, RTL Plus und n-tv. Die Verbreitung erfolgt im "Premium"-Paket, das 9,99 Euro pro Monat beziehungsweise 99,99 Euro im Jahresbezug kostet. Ein Tageszugang ist für 1,59 Euro erhältlich. Bisher wurden die Livestreams nur in SD-Auflösung übertragen. Die Free-TV-Sender von ProSiebenSat.1 sind bereits seit März 2018 in HD-Qualität bei Zattoo verfügbar.

Zattoo führt "Recordings Plus" ein

Mit "Recordings Plus" können Zattoo-Nutzer mehr TV-Sendungen online aufnehmen. Die neue Funktion kann für 1,99 Euro pro Monat zu einem bestehenden „Premium“- oder "Ultimate"-Abo dazu gebucht werden. Das Angebot umfasst die Aufnahme von 50 zusätzlichen TV-Shows, Filmen oder Serien. Bei "Premium" sind bereits 30 Aufnahmen und bei "Ultimate" 100 Aufnahmen inbegriffen. Die aufgezeichneten Sendungen lassen sich auf jedem Endgerät anschauen, unabhängig davon, auf welchem Gerät die Aufnahme programmiert wurde.

Motorvision TV startet bei Zattoo

Der Auto- und Motorsportkanal Motorvision TV ist ab sofort bei Zattoo in Deutschland und der Schweiz verfügbar. Eine entsprechende Verbreitungsvereinbarung hat die Motorvision Group mit Zattoo Europa

geschlossen. Der Pay-TV-Sender ist in HD-Qualität im Rahmen des Abo-Pakets "Zattoo Plus" zu empfangen. Das Bouquet umfasst in Deutschland 16 Sender zum Monatspreis von 9,99 Euro. In der Schweiz sind 14 Sender an Bord (12,90 Franken/Monat). Insgesamt ist Motorvision TV damit auf 14 Plattformen im deutschsprachigen Raum vertreten.

MTV+ neu bei Amazon Prime Video Channels

Der TV-Veranstalter Viacom International Media Networks (VIMN) hat MTV+ bei Amazon Prime Video Channels in Deutschland und Österreich gestartet. Amazon-Prime-Mitglieder können das Angebot zum Monatspreis von 2,99 Euro beziehen. 14 Tage lang kann MTV+ gratis getestet werden.

Der neue Amazon-Prime-Kanal, der im Web unter www.amazon.de/channels/mtvplus erreichbar ist, umfasst den linearen Fernsehsender MTV Brand New als Livestream sowie Abrufinhalte von MTV.

"Fernsehen mit Herz" startet bei Amazon Prime Video Channels

Der Münchner TV-Veranstalter Mainstream Media verbreitet sein Pay-TV-Paket "Fernsehen mit Herz" jetzt auch bei Amazon Prime Video Channels. Zum Monatspreis von 3,99 Euro erhalten Amazon-Prime-Mitglieder Zugang zu den Sendern GoldStar TV, Heimatkanal und Romance TV. Neben den Livestreams werden auch Abrufinhalte angeboten.

["Fernsehen mit Herz"](#) kann 14 Tage lang kostenlos getestet werden. [GoldStar TV](#) und [Romance TV](#) waren bislang schon als Einzelkanäle bei Amazon Prime Video Channels verfügbar.

Ocilion gewinnt R-KOM, komro, SWU Telenet für IPTV-Angebot

Drei regionale deutsche Netzbetreiber haben sich gemeinsam für die IPTV-Lösung des österreichischen IPTV-Dienstleisters Ocilion entschieden. R-KOM aus Regensburg, komro aus Rosenheim und SWU Telenet aus Ulm werden dabei den IPTV-Vorleistungsdienst für IP- und Hybrid-Angebote (IP/DVB-C) einsetzen. Die drei Unternehmen, die in der Gesellschaft für innovative Telekommunikationsdienste (G-FIT) zusammenarbeiten, trafen ihre Entscheidung im Rahmen einer Marktevaluierung.

Die über 100.000 TV-Endkunden von R-KOM, komro und SWU Telenet erhalten die Möglichkeit, das neue IPTV-Angebot zu nutzen, das unter anderem ein HD-Paket, Pay-TV, Video-on-Demand und interaktive Funktionen wie zeitversetztes Fernsehen, Pause/Play und PVR umfasst. Als Endgeräte erhalten die Kunden Ultra HD/4K-fähige Set-Top-Boxen von Ocilion. Smartphones und Tablets sind über Apps angebunden. Mit der White-Label-Lösung erscheint das gesamte Produkt unter der Marke und im Design des jeweiligen Netzbetreibers, der weiterhin die Endkundenbeziehung hält.

"R-KOM, komro und SWU Telenet haben eine klare Vorstellung, wie ihr zukünftiges TV-Produkt aussehen soll", sagt Hans Kühberger, Geschäftsführer Ocilion IPTV Technologies. "Daher freue ich mich umso mehr, dass die Wahl auf Ocilion gefallen ist und wir damit drei große Netze in Süddeutschland mit unserem schlüsselfertigen IPTV-Vorleistungsdienst versorgen dürfen – individuell angepasst an die jeweiligen Bedürfnisse der Netzbetreiber."

Offene Kanäle in Rheinland-Pfalz in HD im Kabel

Die Offenen Kanäle in Rheinland-Pfalz (OK-TV) werden ab Mai 2019 in HD-Qualität in den Kabelnetzen des Bundeslands verbreitet. Die rheinland-pfälzische Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) hat in einer EU-weiten Ausschreibung HL komm aus Leipzig als Dienstleister zur Übertragung der neun Programmsignale aus den Sendestudios der Offenen Kanäle zum Kabelnetzbetreiber Vodafone Kabel Deutschland ausgewählt.

Der neue Vertrag hat nach LMK-Angaben eine Laufzeit von vier Jahren und umfasst auch die Übergabe der Programmsignale an die Deutsche Telekom zur Verbreitung auf der IPTV-Plattform MagentaTV. In Vorbereitung auf den Wechsel von SD- auf HD-Qualität installieren die LMK-Techniker derzeit die erforderliche neue Sendetechnik in den OK-TV-Sendestudios.

Insight UHD bei Diveo gestartet

Mit Insight UHD hat die Satellitenplattform Diveo auf Astra (19,2° Ost) ihren ersten Ultra-HD-Sender ins Angebot aufgenommen. Das Programm steht allen Kunden unabhängig vom TV-Paket zur Verfügung, das sie abonniert haben. Voraussetzung für den Empfang ist ein Ultra-HD-Fernseher mit Satellitenempfang und Diveo-CI+-Modul. Der Diveo-Satellitenreceiver ist für Ultra HD/4K nicht geeignet.

Die Diveo-Betreibergesellschaft M7 Group hatte vor kurzem ihre Zusammenarbeit mit Insight TV dahingehend erweitert, dass der Sender künftig auch den Diveo-Kunden zugänglich gemacht werden kann. Neben der Ultra-HD-Version ist Insight TV auch in HD-Auflösung bei Diveo zu sehen. Außerdem wurde das Angebot um sechs weitere Pay-TV-Sender vergrößert, darunter VH1 und VH1 Classic sowie mehrere MTV-Kanäle.

Filmtastic startet bei waipu.tv

Das Video-on-Demand-Angebot (VoD) Filmtastic der Tele München Gruppe ist seit dem 1. Dezember 2018 für die Kunden der Internet-TV-Plattform waipu.tv zugänglich. Im "Perfekt"-Paket sind rund 20 Filme aus dem Filmtastic-Bestand werbefrei und in HD-Qualität ohne Zusatzkosten abrufbar.

Zum Portfolio zählen die "Iron Man"-Trilogie, Klassiker wie "Basic Instinct" und die "Rambo"-Reihe ebenso wie Produktionen von Filmemachern wie David Lynch, Lars von Trier und Woody Allen. Die Titel werden wöchentlich ausgewechselt. Das Gesamtangebot von Filmtastic ist als eigener VoD-Kanal bei Amazon Prime Video und Rakuten TV verfügbar.

Netzkino bietet kostenlose Filme bei Vodafone

Der Video-on-Demand-Anbieter (VoD) Netzkino Services stellt den Kunden der Vodafone-Plattformen Vodafone TV und Giga TV ab sofort kostenlos redaktionell ausgewählte Spielfilme zum Abruf zur Verfügung. Der werbefinanzierte VoD-Dienst Netzkino ist auf Vodafone TV im On-Demand-Bereich

"Vodafone Select" zwischen Disney Movies und dem ORF platziert. Auf der aktuellen Giga-TV-Box ist Netzkino unter "TV-Mediatheken" in der Kategorie "Spielfilme" nach Silverline zu finden.

Netzkino startet mit einem kleinen, sich wechselnden Filmangebot. Ziel ist es, weitere Spielfilme einzubinden und das stetig wachsende Filmangebot durch eine Vielzahl hochwertiger Titel zu erhöhen. Im aktuellen Portfolio finden sich Filme wie "Fear Clinic", ein Horrorfilm mit "Freddy Krüger"-Ikone Robert Englund ("A Nightmare on Elm Street"), die Komödie "Big Fat Important Movie" von David Zucker, Regisseur von "Die nackte Kanone", und "Sin Nombre", ein mehrfach ausgezeichnetes Sozialdrama aus Mexiko. In Kürze sollen unter anderem "Heart of Lion" und "Once Were Warriors - Die letzte Kriegerin" dazukommen.

Salt startet Ultra-HD-Angebot mit Zattoo

Die Schweizer Telekommunikationsgesellschaft Salt hat ihre IPTV-Plattform um Ultra HD/4K-Sender erweitert, die allen Kunden zur Verfügung stehen. Zu den ersten Sendern im neuen Bildformat zählen Stingray Ambiance 4K, Now 4K, Festival 4K und Insight TV. Weitere Sender sollen in Kürze folgen. Insgesamt umfasst das im März 2018 gestartete Salt-TV-Angebot 380 Sender, davon 180 in HD-Qualität, und mehr als 10.000 Filme und Serien. Die Besonderheit: Als Empfangsgerät erhalten die Kunden erstmals in Europa von einem Plattformbetreiber die Apple-TV-4K-Box.

Der Schweizer Dienstleister Zattoo deckt als Komplettanbieter mit seiner White-Label-Lösung die gesamte technische Plattform ab und übernimmt die laufende Weiterentwicklung der Plattform und aller Frontend-Applikationen inklusive Apple TV. Das Ultra-HD-Angebot von Salt auf der Zattoo-Plattform war im September 2018 angekündigt worden. Auch andere Zattoo-Kunden, die die White-Label-Lösung des Unternehmens einsetzen, können ihren Kunden ab sofort Ultra-HD-Angebote zugänglich machen.

Quickline verbindet TV und Apps über Ultra-HD-Box

Der Schweizer Kabelnetzbetreiber-Verbund Quickline bietet seinen Kunden ab sofort einen Ultra-HD-Receiver, der klassisches Fernsehen mit Apps verbindet. Das App-Angebot umfasst unter anderem Netflix, YouTube, Google, Sky, Spotify und DAZN - inklusive persönlicher Empfehlungen. Das TV-Portfolio umfasst mehr als 190 TV-Sender, davon über 110 in HD-Qualität, dazu kommen 7-Tage-Replay und Restart. Die integrierte Aufnahmefunktion bietet eine Speicherkapazität für bis zu 1.200 Stunden.

Im Video-on-Demand-Bereich stehen über 2.400 Filme zum Abruf bereit. Mit der Box lassen sich Ultra-HD-Inhalte von Anbietern wie Netflix oder YouTube ansehen. Die Quickline-App bindet Smartphones und Tablets an. In der Quickline-Gruppe sind 23 unabhängige Netzbetreiber zusammengeschlossen, die insgesamt rund 400.000 Haushalte mit TV, Internet, Telefonie und Mobilfunk versorgen. Nach UPC und Swisscom ist Quickline der drittgrößte TV-Anbieter der Schweiz.

DVB-T-Abschaltung in der Schweiz am 3. Juni 2019

Die öffentlich-rechtliche Schweizer Rundfunkanstalt SRG wird am 3. Juni 2019 die digitale terrestrische Verbreitung ihrer Fernsehsender via DVB-T landesweit einstellen. Über die Abschaltung, die im September 2018 angekündigt wurde, werden die DVB-T-Zuschauer ab Januar 2019 per Laufschrift im TV-Programm informiert. Die SRG empfiehlt den Betroffenen, auf den einen alternativen Empfangsweg umzusteigen, etwa Satellit, Kabel, IPTV oder Internet-Streaming.

Im Januar 2019 wird zur DVB-T-Abschaltung unter www.dvbt-switch.ch eine Webseite mit weiteren Informationen eingerichtet, zudem gibt es eine Hotline (Tel. 0848 88 55 33). Ab 3. Juni 2019 wird auf den ehemaligen DVB-T-Programmplätzen ein Standbild zu sehen sein, das die Zuschauer auf die Informationswebseite und die Telefon-Hotline verweist.

Gemäß der neuen, am 1. Januar 2019 in Kraft tretenden SRG-Konzession enden das Recht und die Pflicht der SRG, ihre Fernsehprogramme über DVB-T zu verbreiten spätestens am 31. Dezember 2019 (Art. 42). Die SRG verweist zur Begründung auf die geringe Nutzung des terrestrischen Netzes und Sparmaßnahmen. Nur noch rund 1,9 Prozent der Schweizer Haushalte nutzen demnach DVB-T, in erster Linie für den TV-Empfang auf Zweit- oder Drittgeräten.

Die SRG schätzt, dass rund 64.000 Primärhaushalte von der Abschaltung betroffen sein werden. Einen Umstieg auf das leistungsstärkere DVB-T-Nachfolgesystem DVB-T2 wie in den Nachbarländern Deutschland und Österreich wird es in der Schweiz nicht geben.

Frauenkanal TLC startet Österreich-Fenster

Der Frauenkanal TLC bietet ab 1. Januar 2019 ein Werbefenster für Zuschauer in Österreich. Wie beim Schwestersender DMAX hat sich die Betreibergesellschaft Discovery bei der Vermarktung der Werbezeiten für eine Zusammenarbeit mit dem Wiener Team von Goldbach entschieden.

"Wir freuen uns, unseren Werbekunden mit TLC nun das weibliche Pendant zu DMAX anbieten zu können. Beide Sender haben ein scharfes Profil und bieten somit ein exaktes Umfeld ohne Streuverluste", sagt Goldbach-Österreich-Geschäftsführer Josef Almer. TLC Austria ist ab 1. Januar 2019 über Astra (19,2° Ost) auf Transponder 87 (12,148 GHz H, SR 27.500, FEC 3/4) zu empfangen. Außerdem wird in den österreichischen Kabelnetzen und auf der DVB-T2-Plattform simpliTV gesendet.

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

Partner:

Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation

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

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH

