

BARRIEREFREIHEIT

WARUM TV-SENDER JETZT IN DER PFLICHT STEHEN

Von neuen Themen und alten Bekannten

Ausgabe 99 • Dezember 2021

Sehr geehrte Damen und Herren,

Nachhaltigkeit und Inklusion sind große gesellschaftliche Themen, die auch immer mehr in der Telekommunikation und in der Medienbranche Einzug halten. Wir berichteten im Juli des vergangenen Jahres bereits über den [Energieverbrauch von Breitbandnetzen](#). Jetzt wurde die erste Studie vorgestellt, die den CO₂-Fußabdruck für die TV-Übertragung via Antenne, OTT (Over the top) und IPTV ermittelt hat.

Das Thema barrierefreies Fernsehen führte bisher in der medialen Berichterstattung ein wahres Schattendasein. Doch nun werden die TV-Sender durch den Medienstaatsvertrag zum Handeln gezwungen, um mehr Sendungen mit Untertiteln, Audiodeskription und Gebärdensprache auszustatten sowie Angebote in leichter und einfacher Sprache zu entwickeln. Das ist allerdings alles andere als einfach.

Diese Ausgabe beginnt jedoch mit zwei Themen, die wir durchaus als alte Bekannte bezeichnen können: Im Interview erklärt Jürgen Hansjosten, Geschäftsführer der Infracore Germany GmbH, inwiefern sich seine Strategie von der anderer Investoren unterscheidet und wo seiner Meinung nach die wahren Preistreiber im Breitbandausbau stecken. Und TK-Experte Dietmar Schickel zeigt eine Alternative zum Glasfaserbereitstellungsentgelt auf und warnt vor hohen Kosten, wenn Unternehmen den Kundenservice vernachlässigen.

Eine weitere Folge unseres Podcasts „Medien im Visier“ sowie ein Veranstaltungshinweis und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

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

Inhalt

[Das Prinzip Gießkanne – Infracore-Geschäftsführer Jürgen Hansjosten über das Interesse von Investoren am Glasfaserausbau](#)

[TKG-Novelle und kein Ende! Was auf Netzbetreiber und die Wohnungswirtschaft jetzt zukommt](#)

[Intimbereich bei Dunkelheit - Programmanbieter und Plattformbetreiber müssen mehr Barrierefreiheit sicherstellen](#)

[HD+ löst sich vom Satelliten und startet IP-Angebot](#)

[Wie grün ist die TV-Übertragung? Erste Studie zum Energieverbrauch von Terrestrik, OTT und IPTV](#)

[RFT, wilhelm.tel und willy.tel holen Stingray-Musikangebote ins Kabel](#)

[NetCologne und ZDF beenden Rechtsstreit um Einspeiseentgelte](#)

[BGH zur Betriebskostenumlage: Noch müssen Mieter zahlen](#)

[Medien im Visier – der Podcast von MediaLABcom](#)

[Veranstaltungshinweis](#)

[Kurzmeldungen](#)

Das Prinzip Gießkanne – Infracore-Geschäftsführer Jürgen Hansjosten über das Interesse von Investoren am Glasfaserausbau

Marc Hankmann

Am Geld mangelt es nicht, aber Geld allein baut keine Glasfasernetze, sagt Jürgen Hansjosten. Der Geschäftsführer der Infracore Germany GmbH (IFG) weist auf die unterschiedlichen Ausbaustrategien und ihre besonderen Tücken hin. Im Interview mit MediaLABcom spricht er darüber, warum derzeit im Markt viel Lehrgeld bezahlt wird und wie man das Vertrauen der Kommunen gewinnt. Hansjosten bricht zudem eine Lanze für die Breitbandförderung und nennt die aus seiner Sicht wahren Preistreiber.

[Lesen Sie mehr](#)

TKG-Novelle und kein Ende! Was auf Netzbetreiber und die Wohnungswirtschaft jetzt zukommt

Dietmar Schickel

Am 1. Dezember 2021 ist es soweit: Die Gesetzesnovelle zum bestehenden Telekommunikationsgesetz (TKG) tritt in Kraft. Erste Anpassungen und Änderungen belasten Anbieter und Wohnungswirtschaft.

[Lesen Sie mehr](#)

Intimbereich bei Dunkelheit - Programmanbieter und Plattformbetreiber müssen mehr Barrierefreiheit sicherstellen

Marc Hankmann

Ende Oktober 2021 lud PROdigitalTV, die Interessensgemeinschaft unabhängiger Unternehmen der digitalen Medienwirtschaft, zur Veranstaltung „Barrierefreiheit in den Medien“ ein. Parallel zur Videokonferenz lief eine Audiotranskription mit, die zwischendurch „Intimbereich bei Dunkelheit“ verstand. Alle knapp 60 Teilnehmer können bezeugen, dass es gesittet zugeht und Intimitäten keine Rolle spielen. Die Live-Transkription zeigt jedoch, wie weit die Automatisierung von Gesprochenem in Text gediehen ist.

[Lesen Sie mehr](#)

HD+ löst sich vom Satelliten und startet IP-Angebot

Dr. Jörn Krieger

Der Astra-Satellitenbetreiber SES bietet seine TV-Plattform HD+ künftig nicht mehr nur via Satellit, sondern auch per Internet-Streaming an – allerdings nicht als offene OTT-Lösung, sondern über eine Smart-TV-App. „HD+ IP“ richtet sich an die über 20 Millionen TV-Haushalte in Deutschland ohne Satellitenempfang. Die „HD+ IP“-App startet zunächst auf Panasonic-Fernsehern, weitere Hersteller sollen folgen.

[Lesen Sie mehr](#)

Wie grün ist die TV-Übertragung? Erste Studie zum Energieverbrauch von Terrestrik, OTT und IPTV

Marc Hankmann

In den vergangenen Wochen war im Fernsehen viel von der UN-Klimakonferenz in Glasgow die Rede. Doch wie steht es eigentlich um die Klimaverträglichkeit der TV-Übertragung? Eine erste Antwort auf diese Frage gibt die Studie des LoCaT-Projekts (Low Carbon TV Delivery), die auf der Konferenz EBU Forecast Mitte November 2021 vorgestellt wurde. Und für den Übertragungsweg IP fällt sie nicht sonderlich gut aus.

[Lesen Sie mehr](#)

RFT, wilhelm.tel und willy.tel holen Stingray-Musikangebote ins Kabel

Dr. Jörn Krieger

Die mittelständischen Netzbetreiber RFT Kabel Brandenburg, wilhelm.tel und willy.tel bieten ihren Kunden ab sofort den Fernsehsender Stingray iConcerts HD und das TV-Musikpaket Stingray Music an. Stingray Music umfasst 50 von Musikexperten kuratierte Kanäle mit werbefreier Nonstop-Musik in Genres wie Rock, Pop, Country, R&B, Jazz und Hip-Hop sowie auf die jeweilige Situation angepasste Sender wie einen Relax- oder Naturkanal.

[Lesen Sie mehr](#)

NetCologne und ZDF beenden Rechtsstreit um Einspeiseentgelte

Dr. Jörn Krieger

Der Kabelnetzbetreiber NetCologne und ZDF haben ihren langjährigen Rechtsstreit um die Zahlung von Einspeiseentgelten für die Kabelverbreitung der ZDF-Programme beigelegt. Eine neue, langjährige Kooperationsvereinbarung stellt sicher, dass die mehr als 265.000 NetTV-Kunden von NetCologne und der Tochter NetAachen die ZDF-Programme in sämtlichen Bildauflösungen empfangen können. Auch die mobile Nutzung von ZDF-Angeboten auf Smartphones und die ZDFmediathek sind von dem Abkommen abgedeckt.

[Lesen Sie mehr](#)

BGH zur Betriebskostenumlage: Noch müssen Mieter zahlen

RA Ramón Glaß

Am 18. November 2021 hat der Bundesgerichtshof (Urt. v. 18.11.2021, Az.: I ZR 106/20) entschieden, dass Mieter (noch) für die Kosten aufkommen müssen, die für einen vom Vermieter ausgewählten Breitbandanschluss entstehen und über die Betriebskosten abgerechnet werden. Derartige Vereinbarungen in Mietverträgen würden nicht gegen das Telekommunikationsgesetz in seiner geltenden Form verstoßen.

[Lesen Sie mehr](#)

Medien im Visier – der Podcast von MediaLABcom

Danilo Höpfner

Droht eine neue Funk-Ordnung?

Die nächste Weltfunkkonferenz wird zwar erst 2023 stattfinden, doch die Waffen werden bereits in Stellung gebracht, denn die Tagesordnung der „WRC-23“ steht schon fest. Es geht um nicht weniger als die künftige Nutzung des UHF-Frequenzbands, das in Deutschland und Europa seit Jahrzehnten zur terrestrischen Verbreitung von öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Sendern verwendet wird. Die Sorge macht sich breit, dass sich das ändern könnte.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

ANGA COM vom 10. bis 12. Mai 2022 in Köln

Die Fachmesse ANGA COM findet vom 10. bis 12. Mai 2022 wieder als Präsenzveranstaltung in Köln statt. Schwerpunkte sind Glasfaser/FTTH, DOCSIS 4.0, 10G, WiFi, Fixed Mobile Convergence, Nachhaltigkeit, Künstliche Intelligenz, Cloud Services, OTT, App TV, Video-Streaming, Smart City und Smart Home.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

EWE mit IPTV-Plattform mit Ocilion

Das Oldenburger Energie- und Telekommunikationsunternehmen EWE bietet seinen Kunden mit ZuhauseTV eine IPTV-Plattform an, die gemeinsam mit dem Dienstleister Ocilion entwickelt wurde. An Bord sind die wichtigsten öffentlich-rechtlichen und privaten Sender, viele davon in HD-Qualität, zahlreiche Mediatheken, interaktive Zusatzfunktionen wie Pausieren, Vor- und Zurückspulen des laufenden TV-Programms, Replay-TV und ein cloudbasierter virtueller Videorekorder mit 50 Stunden Aufnahmekapazität. Die Multiscreen-Angebot kann auf bis zu fünf Endgeräten genutzt werden, darunter Smartphone, Tablet, Webbrowser, Apple TV oder Fire TV.

[Lesen Sie mehr](#)

Das Prinzip Gießkanne – Infracore-Geschäftsführer Jürgen Hansjosten über das Interesse von Investoren am Glasfaserausbau

Marc Hankmann

Am Geld mangelt es nicht, aber Geld allein baut keine Glasfasernetze, sagt Jürgen Hansjosten. Der Geschäftsführer der Infracore Germany GmbH (IFG) weist auf die unterschiedlichen Ausbaustrategien und ihre besonderen Tücken hin. Im Interview mit MediaLABcom spricht er darüber, warum derzeit im Markt viel Lehrgeld bezahlt wird und wie man das Vertrauen der Kommunen gewinnt. Hansjosten bricht zudem eine Lanze für die Breitbandförderung und nennt die aus seiner Sicht wahren Preistreiber.

MediaLABcom: Herr Hansjosten, Infracore ist seit 2018 im deutschen Breitbandmarkt unterwegs. Wie sehen Sie die Entwicklung des Glasfaserausbaus in den vergangenen drei Jahren?

Jürgen Hansjosten: Der Glasfaserausbau schreitet voran. So hat sich Zahl der vermarkteten Anschlüsse in diesem Zeitraum von 1,1 Millionen auf 2,5 Millionen erhöht. In diesem Jahr kommt die Glasfaser bei den neu vermarkteten Anschlüssen im Gesamtmarkt bereits auf einen Anteil von rund 50 Prozent. Zudem stehen weitere 5 Millionen nicht aktive Glasfaserzugänge im Markt bereit.

Perspektivisch müssen wir jedoch auch sehen, dass erst zwei Drittel der 41,9 Millionen Haushalte in Deutschland eine Zugangsmöglichkeit zu Gigabitanschlüssen haben und die Aufrüstung der Koax-Netze mit DOCSIS 3.1 weitgehend abgeschlossen ist. Da stehen wir vor allem im ländlichen Raum in den kommenden zehn Jahren bei der Glasfaser noch vor gewaltigen Herausforderungen.

MediaLABcom: Neben Infracore sind zahlreiche weitere Investoren im Markt unterwegs, die ihr Geld in Netzbetreiber stecken. Welche Strategien lassen sich beim Ausbau von Glasfasernetzen erkennen? Wie gehen Ihre Wettbewerber vor und worin unterscheidet sich Ihr Marktauftritt als Investor von Ihren Wettbewerbern?

Jürgen Hansjosten: In der Tat gibt es inzwischen fast im Monatstakt neue Investoren, die in den Markt drängen. Bei manchen hat man den Eindruck, dass hier erst einmal nach dem Prinzip Gießkanne agiert wird, nur um irgendwo im Markt mit dabei zu sein, sich Kommunen zu sichern und um erst einmal auf sich selbst aufmerksam zu machen.

Wir und unsere Töchter verfügen hingegen schon über sehr langjährige Erfahrungen im Glasfasermarkt sowie beim Ausbau und Netzbetrieb. Strategisch haben wir eine sehr starke lokale und regionale Marktorientierung. Dabei konzentrieren wir unsere Ressourcen auf Süddeutschland, insbesondere auf ausgesuchte Regionen in Bayern und Baden-Württemberg. Ziel ist es, zusammenhängende Gebiete zu erschließen. Wir müssen und wollen nicht überall dabei sein. Dafür dann aber richtig.

MediaLABcom: Infracore ist operativ über BBV Deutschland und LEONET AG aktiv. Welche Strategie verfolgen Sie hier, um Glasfasernetze zu errichten und wo unterscheiden Sie sich von anderen ausbauenden Unternehmen?

Jürgen Hansjosten: Unser zentraler Ansatz ist Verdichtung. Wir kommen, um langfristig als Partner in

onsere Ausbauregionen zu bleiben. Daher bauen wir flächendeckend alle Straßen einer Kommune aus. So können wir auch später jederzeit an der Glasfaser interessierte Privat- und Geschäftskunden an unsere Netze anschließen, ohne erneut Straßen aufreißen zu müssen. Dies macht absolut Sinn. Denn die allermeisten Haushalte werden in den kommenden fünf bis acht Jahren sowieso zur Glasfaser wechseln.

Dies ist in der Tat ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal. Denn andere bauen teilweise je nach Ergebnissen der Vorvermarktung nur wenige ausgesuchte Straßen in einer Kommune aus und lassen ganze Straßenseiten und Ortsteile links liegen. Kommunen stellt dies über kurz oder lang vor erhebliche Probleme. Denn bei der späteren Netzerweiterung und Nachverdichtung kommt es zu extrem hohen Kosten. Dann stellt sich die Frage, ob das ausbauende Unternehmen oder dessen Nachfolger überhaupt noch einmal wiederkommt. An diesen so „vergifteten Ausbaugebiete“ sind auch keine anderen interessiert, denn das Investment rechnet sich nicht.

MediaLABcom: Klären Sie uns bitte auf: Wo steht die BBV Deutschland derzeit, wo die LEONET-Gruppe?

Jürgen Hansjosten: Über die 100-prozentigen Töchter LEONET AG und BBV Deutschland ist die IFG mit rund 150.000 anschließbaren Haushalten und weit über 250 Partnerschaften mit Landkreisen, Kommunen, Stadtwerken und Unternehmen bundesweit einer der Pioniere des privatwirtschaftlichen FTTH-Ausbaus. Open Access gehört zum Prinzip.

Die BBV ist dabei seit 2015 überwiegend in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und in Thüringen unterwegs. Sie vermarktet, baut und betreibt dort Glasfasernetze. Zudem ist die BBV das allererste Unternehmen in Deutschland, das mit dem Neckar-Odenwald-Kreis einen gesamten Landkreis nur mit privatwirtschaftlichen Mitteln flächendeckend ausbaut. Weitere Landkreise befinden sich bereits in der Vorvermarktung.

Der Fokus der LEONET liegt auf der Versorgung von ländlichen Regionen in Bayern mit schnellem Internet. In eigene Netzinfrastrukturen flossen bisher mehr als 150 Millionen Euro. Mit einer Gesamtlänge von 3.500 Kilometern gehören diese zu den stärksten optischen Netzen in Bayern. Bayernweit ist man in über 190 bayerischen Kommunen in 20 Landkreisen vertreten. Mit kommunalen Entscheidern werden dabei passende Ausbaukonzepte erstellt sowie Tiefbauarbeiten geplant und realisiert. Die Zahl der Privat- und Geschäftskunden liegt aktuell bei mehr als 25.000. Die Wachstumsrate der FTTB/H-Anschlüsse im eigenen Netz beträgt mehr als 400 Prozent pro Jahr.

MediaLABcom: Wie hoch ist Ihre Investitionssumme und über welchen Zeitraum wollen Sie in beide Unternehmen investieren?

Jürgen Hansjosten: Wir werden in den kommenden vier Jahren mehr als 1 Milliarde Euro in beide Unternehmen investieren.

MediaLABcom: Wie sehen Ihre Zielvorgaben für beide Unternehmen aus? Gibt es eine Vorgabe, wie viele Haushalte der jeweilige Netzbetreiber in den nächsten Jahren anschließen sollte?

Jürgen Hansjosten: Für beide zusammen gehen wir von einer Größenordnung von mehr als 500.000 Homes Passed in den nächsten fünf Jahren aus.

MediaLABcom: Über die Vor- und Nachteile von Trenching wird derzeit viel diskutiert. Welche Verlegemethoden setzen Sie bei LEONET und BBV ein?

Jürgen Hansjosten: Wir und unsere Töchter denken langfristig und setzen auf traditionellen Tiefbau mit 60 cm unter dem Bürgersteig, 80 cm unter der Straße und 1,20 m unter Straßen höherer Ordnung. Dies hat sich in der Praxis bewährt, sorgt für Vertrauen und wird von den meisten Kommunen ausdrücklich gewünscht.

Für uns ist es zudem eine Frage des ehrlichen Umgangs miteinander und der Wunsch nach langfristig festen Partnerschaften. Beim Trenching endet die Gewährleistung in der Regel nach fünf Jahren. Dann gehen Haftung und Risiko bei späteren Bautätigkeiten an der kommunalen Infrastruktur auf die Kommune über, wenn die teils sehr deutlich in Mindertiefen verlegten Glasfaserleitungen beschädigt oder vom Bagger herausgerissen werden. Derzeit lehnen die meisten Kämmerer und Verantwortlichen in den Bauämtern diese Ausbaumethoden daher ab. Wenn eine Kommune es unbedingt möchte, setzen wir aber auch alternative Methoden ein.

MediaLABcom: Sie erwähnten bereits, dass BBV Deutschland der erste Netzbetreiber ist, der privatwirtschaftlich einen ganzen Landkreis ausbaut. Hat dieses Projekt das Interesse weiterer Landkreise geweckt?

Jürgen Hansjosten: Ja, das Projekt Neckar Odenwald hat Pilotcharakter und es werden zurzeit weitere Landkreise in Süddeutschland vermarktet und gebaut. Dies sorgt natürlich für viel Aufmerksamkeit und es gibt in der Tat viele interessante Anfragen, die allerdings von der Größe her nicht immer Landkreise sein müssen, sondern häufig auch Kommunen umfassen, die sich als zusammenhängende Region verstehen und gemeinsame Interessen bei der Glasfaser verfolgen.

MediaLABcom: Haben Sie bzw. Ihre Muttergesellschaft die Absicht, neben dem Wachstum von BBV und LEONET noch weitere Firmen, die bereits Breitbandnetze betreiben, zu kaufen?

Jürgen Hansjosten: Wir schauen uns natürlich im Markt genau um. Sollten sich sinnvolle Investitions- und Beteiligungsmöglichkeiten ergeben, die zu uns passen, sind wir hochinteressiert an einer potenziellen Zusammenarbeit. Aktuell ist die Suche und Analyse sicherlich durch den Markteintritt vieler

neuer Investoren herausfordernd geworden. So beobachten wir teilweise völlig überzogene Preisvorstellungen bei angebotenen Unternehmen, die auch noch von Wettbewerbern bezahlt werden. Ich denke hier wird gerade viel Lehrgeld bezahlt.

MediaLABcom: Bei der Vorstellung der Gigabit-Studie des VATM sagte Professor Dr. Torsten Gerpott, dass genügend Geld im Markt sei, um Deutschland flächendeckend zu verglasen. Woher kommt das Interesse der Investoren am deutschen Breitbandmarkt?

Jürgen Hansjosten: Der immense Nachholbedarf beim Ausbau zentraler Infrastrukturen, wie der Glasfaser, insbesondere in den ländlichen Räumen, ist sehr attraktiv für ausländische Geldgeber. Großflächig kann man im Herbst 2021 sicherlich nicht mehr von Marktversagen sprechen. Es steht immenses Privatkapital für den eigenwirtschaftlichen Glasfaserausbau bereit. Da hat er absolut Recht. Es herrscht eine Art Goldgräberstimmung und niemand möchte zu spät kommen.

Allerdings drängen diese zumeist ausländischen Geldgeber teils mit sehr unterschiedlichen Geschäftsmodellen, Vorstellungen und Know-how massiv in den Markt. Hier erwarten wir, dass sich bald die Spreu vom Weizen trennen wird.

MediaLABcom: Auch wenn genügend Geld im Markt ist, wird man auf die Förderung nicht verzichten können. Teilen Sie die Auffassung vieler ausbauender TK-Unternehmen, dass die Förderung den privatwirtschaftlichen Ausbau behindert? Es kursiert der Vorschlag, die Förderung auf einen jährlichen Betrag zu deckeln. Was halten Sie davon?

Jürgen Hansjosten: Dies sehe ich überhaupt nicht so und diese Ansicht ist auch nicht zielführend. Geld allein baut doch keine Glasfaser. Die wahre Herausforderung ist es, staatliche Investitionen in den Ausbau der digitalen Infrastruktur so zielgerichtet zu steuern, dass diese den eigenwirtschaftlichen Ausbau sinnvoll ergänzen und nicht behindern oder gar verdrängen. Obergrenzen sind dabei kontraproduktiv. Denn es gibt sehr viele weiße und graue Flecken, in denen sich der Ausbau für niemanden rechnet und die ebenfalls rasch ausgebaut werden müssen, um den Menschen dort die Gleichheit der digitalen Lebensverhältnisse zu gewährleisten. Wenn der Staat seine Fördermittel voll darauf konzentriert, ist ein flächendeckender Glasfaserausbau im Sinne aller sehr viel rascher realisierbar.

MediaLABcom: Des Weiteren wird behauptet, die üppige Förderung treibe die Preise nach oben. Sehen Sie das auch so?

Jürgen Hansjosten: Es wird seit Jahren über fehlende Tiefbaukapazitäten und fehlendes Fachpersonal bei Planung, Vertrieb, Bau und Betrieb geklagt. Aber ist dieses Angebot wirklich so knapp, dass es die Preise durch Förderung derart massiv weiter nach oben treibt? Nach unseren Beobachtungen unterscheiden sich Angebot und Nachfrage deutlich von Region zu Region. Wir sehen zudem, dass der deutsche Markt immer mehr erfahrene Tiefbauer auch aus anderen westeuropäischen Ländern anlockt, die im Wettbewerb qualitativ gute Leistungen zu marktgerechten Preisen anbieten.

Sehr oft wird in der Diskussion zudem übersehen, dass gerade besonders herausfordernde topologische und geografische Rahmenbedingungen wie etwa in Bayern und Baden-Württemberg den Ausbau teuer machen. Aber gerade hier ist Förderung absolut sinnvoll.

MediaLABcom: Demnächst geht eine neue Bundesregierung an den Start. Welchen Wunsch haben Sie an die Ampel-Koalition?

Jürgen Hansjosten: Die wichtigste Herausforderung für eine neue Regierung wird es sein, die langwierigen Genehmigungs- und Förderverfahren zu beschleunigen, um das Tempo beim Glasfaserausbau in Deutschland zu erhöhen. Wenn Sie heute Glasfaserpolygone zwischen Kommunen verlegen wollen, haben Sie es teils mit einem Dutzend und mehr Genehmigungsbehörden vom Bauamt bis zum Natur- und Denkmalschutz unterschiedlichster Ordnung zu tun.

Zudem sind viele Behörden chronisch unterbesetzt und es fehlen Fachleute an den wichtigen Schaltstellen. Unser Wunsch ist es, dass die neue Regierung, aber auch die Landesregierungen, hier den Hebel entsprechend rasch ansetzen.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

TKG-Novelle und kein Ende! Was auf Netzbetreiber und die Wohnungswirtschaft jetzt zukommt

Dietmar Schickel

Am 1. Dezember 2021 ist es soweit: Die Gesetzesnovelle zum bestehenden Telekommunikationsgesetz (TKG) tritt in Kraft. Erste Anpassungen und Änderungen belasten Anbieter und Wohnungswirtschaft.

Die technische Entwicklung immer neuer Empfangs- und Übertragungswege für Rundfunk (Radio und Fernsehen), Internet und Telefon bietet neue Möglichkeiten für Informationsbeschaffung und Unterhaltung und fordert die bisherigen Akteure. Wenn jetzt noch zusätzlich Regelungen für das Zusammenwirken von Telekommunikationsanbietern, Wohnungswirtschaft und Endteilnehmern vorgegeben werden, stellt dies eine weitere Herausforderung für das zukünftige Zusammenwirken dieser Marktteilnehmer dar.

Keine Massenflucht aus den Kabelnetzen

Halten wir fest: Der Wegfall der Umlagefähigkeit von Kabel-TV-Entgelten (BetrKV § 2, Nr. 15a und b) hat bisher noch nicht zu einer Massenflucht aus dem Kabel geführt und zudem Wohnungsunternehmen nicht motiviert, die hauseigene Netzebene 4 in Glas auszubauen. Tatsächlich ist es auch noch relativ früh, um

eine solche Bewertung vorzunehmen, da das Gesetz bekanntlich erst im Dezember in Kraft tritt.

Allerdings sorgt der Gesetzgeber dafür, dass zumindest der Gebäudeanschluss für Netze mit hoher Kapazität, zu denen auch eine Glasfaserinfrastruktur gehört (FTTB), als Duldungspflicht im neuen Telekommunikationsmodernisierungsgesetz (§ 134 TKG-E) fest verankert wurde und unterschiedliche Anbieter von Glasfaser dazu bringt, einen Gebäudeanschluss beschleunigt vorzunehmen.

Zweifel am Glasfaserbereitstellungsentgelt

Die Umlagemöglichkeit eines Glasfaserbereitstellungsentgeltes (§ 72 TKG-E) für eine Inhouse-Installation, abzurechnen gemäß dem neu geschaffenen § 2 Nr. 15c BetrKV, ist allerdings mit Vorsicht zu genießen. Die Voraussetzungen für die Geltendmachung dieses Entgeltes setzt Netzbetreiber und Eigentümer gleichermaßen unter Druck.

Einen Nettobetrag von 252 Euro (brutto 300 Euro) für die Errichtung einer passiven Inhouse-Glasfaserinfrastruktur mag gegebenenfalls in einigen Fällen noch darstellbar sein, die umfangreichen Transparenzvorgaben für die Wohnungsunternehmen bei einer höheren Inanspruchnahme dieses Entgeltes (netto 453 Euro bzw. brutto 540 Euro) lassen erst einmal zweifeln, ob damit wirklich der Glasfaserausbau vorangetrieben werden sollte.

Kein Freudentaumel

Eine regelmäßige monatliche Mehrbelastung von 5 Euro für jeden Mieter einer Liegenschaft, ohne dass aktuell ein direkter Mehrwert erkennbar wird, ist schwer zu kommunizieren. Für den normalen Konsumenten zählt erst einmal der Preis und weniger, dass gegebenenfalls eine hohe symmetrische Bandbreite geboten wird, die zudem nicht als „shared medium“ bereitgestellt wird. Der Kunde will schnelles Internet – das Medium ist ihm erst einmal egal.

Bitte nicht falsch verstehen: Glasfaser ist notwendig und sollte in jedem Haus angeboten werden. Aber was ist mit guten koaxialen Infrastrukturen, die erst vor kurzem auf DOCSIS 3.1 aufgerüstet wurden? Was ist mit einer vorgegebenen gesetzlichen Fertigstellungsfrist eines neuen Netzes bis zum 31. Dezember 2027, um das Bereitstellungsentgelt überhaupt geltend machen zu können, auch wenn eine vorhandene Infrastruktur Bandbreiten im Gigabitbereich bietet?

Auch das dahinter liegende Wirtschaftsmodell löst keinen Freudentaumel aus – nimmt ein Betreiber Glasfaserbereitstellungsentgelt, gilt für ihn und das Wohnungsunternehmen, dass es schwierig wird, zukünftig mehr als die reinen Zusatzkosten der Mitnutzung berechnen zu können (§ 149 Abs. 2 TKG-E), wenn ein Wettbewerber Zugang zu dieser Infrastruktur im Rahmen des politisch gewünschten Open Access wünscht.

Eine sinnvolle Alternative

Tatsächlich scheint die sinnvollste Alternative zu sein, dass die Netzbetreiber grundsätzlich eine Inhouse-Verkabelung mit Glasfaser zu eigenen Lasten vornehmen. Neben einem wohl dauerhaften Nutzungsrecht als Errichter der Infrastruktur kann auch das Angebot einer Faseranmietung durch Dritte mit zur Refinanzierung eines Netzes beitragen.

Verabschieden sollte man sich als Betreiber aber vom Gedanken, in Zukunft noch 100 Prozent der Teilnehmer in einer Liegenschaft gewinnen zu können – wenn jemand ein Wettbewerbsangebot wünscht, bitte sehr: Glasfaser macht es möglich und wenn man als Anbieter den Servicegedanken einer zukünftigen Netzadministration den Wohnungsunternehmen zur Koordination unterschiedlicher Netzbetreiber anbietet, dürfte dies ebenfalls auf positive Resonanz stoßen.

Produktinformationsblatt und Vertragszusammenfassung

Insgesamt verdienen Servicethemen und Kundenschutz bei der TKG-Novelle ein besonderes Augenmerk. Fast unbemerkt von vielen anderen Änderungen des Telekommunikationsgesetzes wurden erhebliche Anpassungen der Rechte von Endverbrauchern bei Vertragsabschluss, Vertragsänderungen, Schlechtleistung, Minderleistung und Kündigung von Telekommunikationsdiensten vorgenommen.

Zwischenzeitlich dürfte allgemein bekannt sein, dass zusätzlich zum Produktinformationsblatt zukünftig eine Vertragszusammenfassung Pflicht wird und im Vorgespräch einem möglichen Kunden auf dauerhaftem Datenträger zur Verfügung gestellt werden muss.

Produktinformationsblatt und Vertragszusammenfassung sind inhaltlich sehr ähnlich, aber zwei verschiedene Dokumente. Liegt eine Vertragszusammenfassung egal aus welchen Gründen beim Verbraucher nicht vor (zum Beispiel vergessen) und genehmigt der Verbraucher den bereits abgeschlossenen Vertrag nachträglich nicht, so ist der Vertrag ungültig und dem Anbieter steht kein Wertersatz für bereits in Anspruch genommene Dienste zu.

Verpasste Termine können teuer werden

Hier wäre es empfehlenswert, eine gute Dokumenten- und Prozessorganisation vorzuhalten. Insbesondere Störungen oder verpasste Termine können teuer werden. Können Störungen nicht innerhalb eines Kalendertags behoben werden, muss der Anbieter den Nutzer über die nächsten Schritte und das voraussichtliche Ende der Störung informieren. Sollte die Störung länger als zwei Kalendertage andauern, kann der Kunde eine Entschädigung verlangen.

Auch beim Versäumen vereinbarter Kundendienst- oder Installationstermine kann der Kunde ebenfalls eine Entschädigung verlangen. Die Konditionen sind dabei vom Gesetzgeber vorgegeben. Für den 3./4.

Tag gibt es 5 Euro je Tag oder 10 Prozent des vereinbarten Monatsentgelts, ab dem 5. Tag 10 Euro je Tag oder 20 Prozent des Monatsentgeltes, wobei jeweils der höhere Betrag gilt.

Davon unabhängig kann höherer Schadensersatz verlangt werden, wobei die geleisteten Entschädigungen allerdings angerechnet werden. Bei Versäumen vereinbarter Kundendienst- oder Installationstermine kann der Kunde vom Anbieter eine Entschädigung von 10 Euro oder 20 Prozent des Monatsentgeltes je versäumtem Termin verlangen.

Selbst verschuldete Auflagen

Diese Themen ließen sich noch weiterfortführen. Allerdings ist diese Liste der Grausamkeiten auch teilweise selbst zu verantworten. Nicht alle Anbieter haben Kundenservice und Kundenschutz in der Vergangenheit als Teil einer exzellenten Telekommunikationsdienstleistung verstanden. Jetzt führt kein Weg mehr daran vorbei und man sollte sich tunlichst damit auseinandersetzen. Und eins ist gewiss: Der Verbraucherschutz ist glücklich!

Dietmar Schickel gehört zu den Männern der ersten Stunde im deutschen Kabel-TV-Geschäft. Der gelernte Fachkaufmann für Marketing baute 1986 im Auftrag der Bertelsmann AG eine der ersten regionalen Kabel-Servicegesellschaften in Deutschland auf. 1990 übernahm Schickel für die Tele Columbus Holding die Geschäftsführung Marketing und Vertrieb der gesamten Gruppe und war für sie bis 2013 in wechselnden Funktionen als Geschäftsführer und Vorstandsmitglied aktiv. Anfang 2014 gründete er das Beratungsunternehmen DSC Dietmar Schickel Consulting.

Intimbereich bei Dunkelheit - Programmanbieter und Plattformbetreiber müssen mehr Barrierefreiheit sicherstellen

Marc Hankmann

Ende Oktober 2021 lud PROdigitalTV, die Interessensgemeinschaft unabhängiger Unternehmen der digitalen Medienwirtschaft, zur Veranstaltung „Barrierefreiheit in den Medien“ ein. Parallel zur Videokonferenz lief eine Audiotranskription mit, die zwischendurch „Intimbereich bei Dunkelheit“ verstand. Alle knapp 60 Teilnehmer können bezeugen, dass es gesittet zugeht und Intimitäten keine Rolle spielen. Die Live-Transkription zeigt jedoch, wie weit die Automatisierung von Gesprochenem in Text gediehen ist.

Über 87 Millionen Betroffene in der EU

Diese Automatisierung spielt auch bei der Barrierefreiheit von Fernsehsendungen eine Rolle – ein Thema, das bislang wenig öffentliche Aufmerksamkeit bekommen hat. Dabei leben in der EU mehr Menschen mit Seh- oder Hörschwäche als Deutsche: 87 Millionen. Hinzu kommen kognitiv beeinträchtigte Menschen, die auf leichte Sprache angewiesen sind.

In Deutschland leben zwischen 13 und 14 Millionen Menschen mit einer Hörbeeinträchtigung. 3,2 Prozent der Bevölkerung haben große, 19 Prozent leichte Schwierigkeiten beim Sehen. Bei den über 65-Jährigen sind es 29 Prozent der Männer und 37 Prozent der Frauen, die eine Sehbeeinträchtigung haben oder blind sind. Und 9,5 Prozent der Deutschen sind auf leichte Sprache angewiesen.

Dürftige Forschung zur Zielgruppe

Auch die Forschung zur Zielgruppe der TV-Zuschauer mit körperlichen Einschränkungen ist dürftig. Cornelia Holsten, Direktorin der Bremischen Landesmedienanstalt und unter den Medienwächtern zuständig für barrierefreies Fernsehen, ist nur eine Studie bekannt, in der Menschen mit Hörbeeinträchtigungen befragt wurden. „Und zwar mittels Telefoninterviews“, wies die ehemalige Richterin auf der Veranstaltung von PROdigitalTV auf die Absurdität dieser Studie hin.

Kein Wunder also, dass Holsten den European Accessibility Act (EAA) begrüßt, der als Vorlage für die Vorgabe zur Barrierefreiheit im Medienstaatsvertrag dient. Die gesetzlichen Vorgaben sollen sicherstellen, dass neben Menschen mit eingeschränkter Hör- und Sehfähigkeit, mit Lernschwächen und mit partiellen oder situativen Einschränkungen auch Personen mit geringen Kenntnissen der Landessprache einen gleichberechtigten Zugang zu Medien erhalten.

Nachholbedarf bei der Barrierefreiheit

In § 7 MStV heißt es, dass die Programmanbieter „über ihr bereits bestehendes Engagement hinaus im Rahmen der technischen und ihrer finanziellen Möglichkeiten barrierefreie Angebote aufnehmen und den Umfang solcher Angebote stetig und schrittweise ausweiten“ sollen. Alle drei Jahre muss Bericht erstattet werden.

Über das bestehende Engagement führen die Landesmedienanstalten seit 2013 Buch. In einem jährlichen Monitoring erheben sie die Zahl der barrierefreien Sendungen. Das 8. Monitoring von insgesamt 16 TV-Sendern offenbart: Es gibt Nachholbedarf, auch wenn sich zum Beispiel der Anteil der Sendungen mit Untertiteln laut Holsten bereits deutlich erhöht habe.

Unter die Programmanbieter, die vom Monitoring umfasst werden, fallen neben der Mediengruppe RTL und ProSiebenSat.1 seit 2016 auch kleinere Sender ab einem Zuschauer-Marktanteil von 1 Prozent. Das sind Welt, N24, Disney Channel, DMAX, Nickelodeon, Tele 5, Sport 1 und Comedy Central. Ab diesem Jahr sind erstmals auch die Streaming-Dienste Netflix, Amazon und Sky mit im Boot. Das 9. Monitoring läuft derzeit.

Absichtserklärungen

Der 5-Jahrestrend des 8. Monitorings zeigt, wie sich die Quote der Sendungen mit Untertiteln verbessert

hat. ProSiebenSat.1 kommt auf 27, die RTL-Gruppe auf 17 Prozent. Zum Vergleich: Vor fünf Jahren lagen die Quoten bei 10 bzw. 5 Prozent. „Die Sender bei 1 Prozent Marktanteil haben uns vor allem ihre Absicht erklärt, in Zukunft auch Untertitelungen einzuführen“, erklärte Holsten.

Die Öffentlich-Rechtlichen bewegen sich hingegen in gänzlich anderen Sphären. Im Ersten liegt die Untertitel-Quote bei 97 Prozent. Über alle Landesrundfunkanstalten hinweg beträgt sie 74 Prozent. Ein knappes Fünftel der Sendungen verfügen über Audiodeskription. In der Primetime steigt der Wert auf 52 Prozent.

Audiodeskription und Gebärdensprache

Rund 16.0000 Sendeminuten im Ersten wurden in Gebärdensprache übersetzt, darunter alle Corona-Sondersendungen. Zählt man alle Landesrundfunkanstalten zusammen, kommt man auf 107.000 Sendeminuten. Angebote in leichter und einfacher Sprache im Programm des Ersten stammen vom NDR, MDR, dem SR und dem ARD Text.

Immerhin: Die letzte Staffel der RTL-Serie „Der Lehrer“ wurde ebenfalls mit Audiodeskription ausgestrahlt. RTLzwei verfügt über zwei Formate mit Audiodeskription und ProSiebenSat.1 setzte sie unter anderem bei der vergangenen Staffel von „The Masked Singer“ ein.

Zentrale Anlaufstelle für barrierefreie Angebote

Darüber hinaus haben die Landesmedienanstalten bereits im vergangenen Jahr nach Vorgabe der AVMD-Richtlinie die zentrale Anlaufstelle für barrierefreie Angebote (ZABA) geschaffen, die sowohl für den privaten als auch für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk gilt. Unter www.barrierefreie-medien.info finden Interessierte zum einen das barrierefreie TV- und Radioangebot. Zum anderen können sich Zuschauer hier über die Programmanbieter beschweren.

Kleines Bonmot am Rande: Die Webseite der ZABA ist auch in leichter Sprache verfasst – inklusive der Datenschutzerklärung. Es könnte sich um eine der wenigen Datenschutzerklärungen in Deutschland handeln, die wirklich jeder, der sie lesen auch verstehen kann.

Barrierefreiheit auch bei Benutzeroberflächen

Neben § 7 MStV dürfte auch die Verankerung der Barrierefreiheit bei der Beurteilung im Public-Value-Verfahren die Sender dazu motivieren, den Anteil barrierefreier Sendungen im eigenen Programm zu erhöhen. „Sie ist einer der Kritikpunkte, die ein Programm besonders wertig machen“, sagte Holsten auf der PROdigitalTV-Veranstaltung. „Darüber haben wir uns sehr gefreut, denn ich musste im Gesetzgebungsverfahren feststellen: So ganz selbstverständlich ist das nicht.“

Hinzu kommt, dass sich der erste Medienänderungsstaatsvertrag fast ausschließlich mit dem Thema Barrierefreiheit beschäftigt. Dabei wird der EAA in nationales Recht umgesetzt. Neben den Programmanbietern, die bereits jetzt schon zur Barrierefreiheit verpflichtet sind, kommen dann auch Anbieter hinzu, die lediglich den Zugang zu audiovisuellen Mediendiensten ermöglichen.

Hier tut sich für Juristen ein spannendes Feld auf, denn wer zu diesen Zugangsanbietern gehört und wer nicht, ist umstritten. Laut Holsten ist aber sicher, dass Benutzeroberflächen definitiv zu diesen Anbietern gezählt werden. Neu wird auch sein, dass die Vernachlässigung der Barrierefreiheit, insofern die Einführung entsprechender Angebote zumutbar ist, eine Ordnungswidrigkeit darstellen wird. Es drohen Bußgelder.

Kaum Automatisierung möglich

Auf die betroffenen Anbieter kommt einiges zu, denn die Einführung barrierefreier Angebote ist keineswegs im Vorbeigehen zu bewerkstelligen. So gibt es keine Möglichkeit, Untertitel oder Audiodeskriptionen automatisch zu kreieren. Bei Untertiteln handelt es sich nicht um die 1:1-Wiedergabe des Gesprochenen. „Untertitel beinhalten auch Geräusch-, Musik- oder atmosphärische Beschreibungen“, erklärte Stephan Kalesse, Geschäftsführer von No Limits Media.

Untertitel müssen aufgrund der unterschiedlichen Sprach- und Lesegeschwindigkeit das auf dem Bildschirm Gesagte zusammenfassen. Zum Teil werden sie auch eingefärbt, um zum Beispiel zu unterscheiden, ob gerade der Haupt- oder der Nebendarsteller spricht. Außerdem arbeiten die Studios mit unterschiedlichen Kriterien fürs Untertiteln. In Deutschland wird der „Code of Good Subtitling Practice“ genutzt. In anderen Ländern werden andere Kriterien herangezogen „Es gibt aktuell keine einzige Software weltweit, die diese Kriterien auch nur im Ansatz umsetzen kann“, sagte Kalesse.

Synthetischen Stimmen sind Grenzen gesetzt

Das gilt auch für Audiodeskriptionen. Hier müssen geschulte Autoren zusammen mit geschulten blinden Autoren die Texte erstellen. „Selbst wenn Sie das viele, viele Jahre als sehender Autor machen, können Sie sich nicht wirklich in die Lage eines blinden Menschen hineinversetzen“, sprach Kalesse aus langjähriger Berufserfahrung.

Immerhin kann man bei Audiodeskriptionen mit synthetischen Stimmen arbeiten, was laut Kalesse bis zu 30 Prozent der Kosten einspart, da Sprecher, Aufnahme und Mischung entfallen. Speziell bei kurzen Formaten sind synthetische von echten Stimmen kaum noch zu unterscheiden. Aber auch das hat seine Grenzen. Synthetische Stimmen sind emotionslos. Ab einer Länge von 45 Minuten wirken sie ermüdend und der Kostenvorteil nivelliert sich. „Ab 90 Minuten ist der Kostenunterschied kaum noch spürbar“, sagte Kalesse auf der PROdigitalTV-Veranstaltung.

Nachholbedarf bei Fachkräften

Es braucht also Fachkräfte – studierte Fachkräfte. Untertitelung und Audiodeskription kann man in Leipzig und Hildesheim studieren. Von den rund 20 Absolventen pro Jahr widmet sich aber nur etwa die Hälfte im Beruf diesen Themen. Ähnlich sieht es in der Gebärdensprache aus. Sie ist eine eigenständige Sprache, für die es aber zu wenig Gebärdendolmetscher gibt. „Hier herrscht ein dringender Nachholbedarf“, sagte Kalesse.

Darüber hinaus sind Unternehmen wie No Limits Media gut ausgebucht. Sie benötigen langfristige Planungen. Daher empfiehlt Kalesse den Sendern, barrierefreie Angebote schrittweise einzuführen: 10 bis 20 Prozent der Nettosendezeit sollte im ersten Schritt mit Untertitelung für Hörgeschädigte ausgestattet werden. Danach folge laut Kalesse die Audiodeskription gepaart mit dem Ausbau der Untertitel. Leichte Sprache sollte im dritten und Gebärdensprache im vierten Schritt folgen.

„Barrierefreiheit genauso mitdenken wie Bildqualität“

Die Programm- und Zugangsanbieter müssen also einiges umsetzen, wollen sie Bußgelder vermeiden. „Angesichts der demografischen Entwicklung sollte die Barrierefreiheit genauso mitgedacht werden wie die Bildqualität“, forderte Holsten auf der Veranstaltung von PROdigitalTV. Programmanbieter, die auf Reichweite angewiesen sind, können es sich eigentlich nicht erlauben, die Zielgruppen zu vernachlässigen, für die das Fernsehen bislang zu hohe Barrieren bereithält.

HD+ löst sich vom Satelliten und startet IP-Angebot

Dr. Jörn Krieger

Der Astra-Satellitenbetreiber SES bietet seine TV-Plattform HD+ künftig nicht mehr nur via Satellit, sondern auch per Internet-Streaming an – allerdings nicht als offene OTT-Lösung, sondern über eine Smart-TV-App. „HD+ IP“ richtet sich an die über 20 Millionen TV-Haushalte in Deutschland ohne Satellitenempfang. Die „HD+ IP“-App startet zunächst auf Panasonic-Fernsehern, weitere Hersteller sollen folgen.

Die Nutzer erhalten Zugang zu über 50 HD-Sendern, darunter alle großen öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Programme wie ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben. Sie können außerdem auf die Mediatheken und interaktive Zusatzfunktionen zugreifen, etwa den Neustart von Programmen, einen TV-Guide und eine Suchfunktion.

„Jetzt wendet sich das Blatt“

„Der Launch von ‚HD+ IP‘ markiert für uns eine neue Ära in der Vermarktung. Vor allem in den Ballungsgebieten mit wenig Sat-Anteil konnten wir bisher noch nicht so durchstarten wie wir es uns wünschten. Jetzt wendet sich das Blatt, in diesen Regionen verfügen praktisch alle Wohnungen über leistungsfähige Internetanschlüsse“, sagte Norbert Hölzle, der als Senior Vice President Commercial das SES-Geschäft in Deutschland, Österreich und der Schweiz führt und zugleich Geschäftsführer der Betreibergesellschaft HD Plus ist.

„Insgesamt erreichen wir künftig potenziell jeden der insgesamt 38 Millionen Fernseh-Haushalte in Deutschland. Dazu sind wir mit dem kürzlich gestarteten mobilen Service HD+ ToGo auf jedem Smartphone oder Tablet verfügbar. Mit dem Dreiklang aus klassischem TV-Empfang, Streaming und mobiler Nutzung werden wir jeder Facette der heutigen Mediennutzung und den Ansprüchen der Verbraucher gerecht“, ergänzte Hölzle.

Bandbreite von mindestens 6 Mbit/s erforderlich

„HD+ IP“ wird voraussichtlich ab Dezember 2021 zunächst für Besitzer von aktuellen Panasonic-Fernsehern ab der JXW854-Serie per automatischem Software-Update verfügbar. Einen Monat lang kann das Angebot kostenlos getestet werden. Im Anschluss haben die Zuschauer die Wahl zwischen einem monatlich kündbaren Abo für 6 Euro pro Monat (via HD+ Webshop) oder dem Kauf einer 12-monatigen Verlängerung per Prepaid-Voucher für 75 Euro (im Fachhandel oder im HD+ Webshop).

Für die Nutzung ist eine Internetverbindung mit einer Bandbreite von mindestens 6 Mbit/s erforderlich, empfohlen werden 16 Mbit/s für optimale Bildqualität. Satellitenhaushalten empfiehlt HD+, das HD+-Angebot weiterhin via Astra zu nutzen, weil sie dann auch die Ultra-HD-Programme empfangen können.

Wie grün ist die TV-Übertragung? Erste Studie zum Energieverbrauch von Terrestrik, OTT und IPTV

Marc Hankmann

In den vergangenen Wochen war im Fernsehen viel von der UN-Klimakonferenz in Glasgow die Rede. Doch wie steht es eigentlich um die Klimaverträglichkeit der TV-Übertragung? Eine erste Antwort auf diese Frage gibt die Studie des LoCaT-Projekts (Low Carbon TV Delivery), die auf der Konferenz EBU Forecast Mitte November 2021 vorgestellt wurde. Und für den Übertragungsweg IP fällt sie nicht sonderlich gut aus.

Hinter LoCaT stehen unterschiedliche Organisationen wie zum Beispiel die Betreiber digitaler Antennennetze in Europa (BNE), der Verband der TV-Sender, die in Frankreich digital über Antenne verbreitet werden (ATET), die Österreichische Rundfunksender GmbH (ORS) oder Salto, ein Over-the-top-Anbieter (OTT) aus Frankreich.

Deutschland über dem EU-Durchschnitt

Die Studie vergleicht den Energieverbrauch und den korrespondierenden Treibhausgasausstoß für die TV-Übertragung über digitale Terrestrik (DVB-T), OTT und IPTV im Jahr 2020. Dabei wird ein TV-Konsum von einer Stunde über den Fernseher im Wohnzimmer als Grundlage angesetzt. Weder wurden in der Studie mobile Endgeräte noch der Energiebedarf des TV-Geräts berücksichtigt. Die ermittelten Daten beziehen sich allein auf die Signalübertragung.

Auf dieser Basis ermittelt die LoCaT-Studie über alle 28 EU-Mitgliedsstaaten einen Stromverbrauch für eine Stunde Fernsehen via DVB-T von 14 Watt, über OTT von 109 und über IPTV von 153 Watt. Das entspricht einem CO₂-Äquivalent von 3 Gramm für DVB-T, 26,2 Gramm für OTT und 37 Gramm für IPTV.

Deutschland liegt über dem EU-Durchschnitt. Eine Stunde Fernsehen via DVB-T2 schlägt mit 15,3 Gramm (5,2 Gramm CO₂-Äquivalent) zu Buche. Bei OTT steigt der Energieverbrauch auf 138,2 Gramm (46,7 Gramm CO₂-Äquivalent) und bei IPTV auf 189 Gramm (63,9 Gramm CO₂-Äquivalent) an.

Einfachheit der Terrestrik

Auch wenn sich die einzelnen Werte von Land zu Land unterscheiden, bleibt es überall dabei, dass DVB-T am wenigsten und IPTV am meisten Energie verbraucht. So sehr die Netzbetreiber und ihre Verbände auch betonen, dass Glasfasernetze klimafreundlicher seien als DSL-Netze, in Sachen TV-Übertragung schneiden sie alle im Vergleich zur digitalen Terrestrik schlechter ab. Entsprechende Untersuchungen für die Übertragungswege Kabel und Satellit gibt es nicht.

Die Terrestrik hat vor allem wegen ihrer Einfachheit die Nase vorn. Weder die Übertragungsnetze (7,6 Gramm) noch Peripheriegeräte wie Antennenverstärker (2,9 Gramm) oder Set-Top-Boxen (3,3 Gramm) fallen ins Gewicht. Dagegen machen die Zugangsnetze inklusive der Teilnehmerendgeräte (CPE) bei OTT (80 Gramm) und IPTV (125,7 Gramm) den Löwenanteil des Energieverbrauchs aus.

Blick in die Zukunft

Des Weiteren versucht die Studie einen Ausblick bis 2035 auf die künftige Entwicklung der Treibhausgasemissionen bei der TV-Übertragung zu geben. Dazu wurden vier Szenarien entwickelt. Szenario A geht auf Basis aktueller Trends von einer weiter steigenden OTT- und IPTV-Nutzung aus, wobei die Terrestrik auf stabilem Niveau verharrt. Das Szenario B beschreibt hingegen einen beschleunigten Rückgang der DVB-T-Nutzung. Für dieses Szenario prognostiziert die Studie einen Anstieg der Emissionen um 5,2 Prozent im Vergleich zu Szenario A.

In Szenario C bleibt die OTT/IPTV-Nutzung auf einem stabilen Niveau, während DVB-T ab 2025 ansteigt. Eine solche Entwicklung zeichnet sich laut Studie zum Beispiel in den USA ab. Das Szenario würde dazu führen, dass 5,1 Prozent weniger Treibhausgasemissionen ausgestoßen würden. Das vierte Szenario geht von einer Home-Caching-Möglichkeit aus, bei der non-lineare TV-Inhalte zum Beispiel nachts über DVB-T vorgeladen werden, um den OTT-Konsum zu minimieren. Die Folge: Die TV-Übertragung würde 9,2 Prozent weniger Emissionen ausstoßen als in Szenario A.

Weitere Daten wünschenswert

„Die Ergebnisse dieser Studie decken sich weitgehend mit anderen ähnlichen Studien zum Thema Videostreaming, aber wir bieten eine der ersten Bewertungen der Auswirkungen von IPTV auf den Ausstoß von Treibhausgasen“, sagte Vincent Grivet vom LoCaT-Projekt bei der Präsentation auf dem EBU Forecast. Ganz gleich, wie sich die Zukunft entwickeln wird: Die Terrestrik bleibt im Vergleich mit OTT und IPTV die effizienteste Form der TV-Übertragung.

Eine Kombination aus Terrestrik und OTT wie in Szenario D verspricht erhebliches Einsparpotenzial in Bezug auf Treibhausgasemissionen. Eine solche Kombination könnte mit 5G Broadcast möglich werden. „Durch die kombinierte Nutzung der 5G-Technologie können vielmehr Endnutzer/innen über die digitale Antenne serviert und die stetig wachsende Video-Streaming-Last in Breitbandnetzen signifikant reduziert werden“, kommentiert ORS-Geschäftsführer Michael Wagenhofer die Studienergebnisse.

Für die Zukunft wünscht sich Grivet, dass Medienunternehmen und Internet Service Provider weitere Daten zuliefern, um die Studie zu vertiefen. Eventuell könne es dann auch möglich sein, den TV-Konsum über mobile Endgeräte mit einzubeziehen, was für die jetzige Studie laut Grivet zu komplex war.

RFT, wilhelm.tel und willy.tel holen Stingray-Musikangebote ins Kabel

Dr. Jörn Krieger

Die mittelständischen Netzbetreiber RFT kabel Brandenburg, wilhelm.tel und willy.tel bieten ihren Kunden ab sofort den Fernsehsender Stingray iConcerts HD und das TV-Musikpaket Stingray Music an. Stingray Music umfasst 50 von Musikexperten kuratierte Kanäle mit werbefreier Nonstop-Musik in Genres wie Rock, Pop, Country, R&B, Jazz und Hip-Hop sowie auf die jeweilige Situation angepasste Sender wie einen Relax- oder Naturkanal.

Stingray iConcerts HD zeigt Aufnahmen von Live-Konzerten bekannter Bands. Der Sender erreicht weltweit rund 250 Millionen Kabelhaushalte und ist jetzt erstmals auch in Deutschland über die DNMG-Partnernetze zu sehen.

Steigende Nachfrage nach Musik

Mit der Einspeisung der Musikangebote, die ein [Rahmenvertrag von Stingray mit der Deutschen Netzmarketing GmbH \(DNMG\)](#) ermöglicht, reagieren die Netzbetreiber auf die steigende Nachfrage nach Musik, wie Tom Adams, Geschäftsführer von Stingray Germany, gegenüber MediaLABcom sagte.

Neben Stingray iConcerts HD und Stingray Music erhalten die Kabelkunden über das Basispaket auch Zugang zur Stingray-Music-App. Der Netzbetreiber wird damit zum Tagesbegleiter: „Mit der Stingray-Music-App bleiben die Kunden den ganzen Tag mit den Produkten und der Marke des Netzbetreibers verbunden, nicht nur am Abend beim Fernsehen“, erklärte Adams.

Musik auch außer Haus hören

Die Kunden können mit der Smartphone/Tablet-App, die im Markendesign des Netzbetreibers erscheint, außer Haus Musik hören, etwa im Auto, in der Bahn oder auf der Arbeit – ohne Zusatzkosten und werbefrei. Gleiches gilt für den Stingray-Music-Web-Player.

Die Stingray-Musikangebote und die App liefern den mittelständischen Netzbetreibern ein Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb, wie Damian Lohmann, Leiter Partner Management der DNMG, gegenüber MediaLABcom betonte. Gleichzeitig könnten sie dadurch die Kundenbindung stärken und neue Zielgruppen erschließen.

NetCologne und ZDF beenden Rechtsstreit um Einspeiseentgelte

Dr. Jörn Krieger

Der Kabelnetzbetreiber NetCologne und ZDF haben ihren langjährigen Rechtsstreit um die Zahlung von Einspeiseentgelten für die Kabelverbreitung der ZDF-Programme beigelegt. Eine neue, langjährige Kooperationsvereinbarung stellt sicher, dass die mehr als 265.000 NetTV-Kunden von NetCologne und der Tochter NetAachen die ZDF-Programme in sämtlichen Bildauflösungen empfangen können. Auch die mobile Nutzung von ZDF-Angeboten auf Smartphones und die ZDFmediathek sind von dem Abkommen abgedeckt.

„Eine in die Zukunft gerichtete Kooperation“

Der seit 2011 laufende Rechtsstreit drehte sich um die Frage, ob das ZDF für die Kabelverbreitung an NetCologne Einspeiseentgelte zahlen muss. „Die beiden Parteien haben sich unter Beachtung der vom Bundesgerichtshof in den beiden Urteilen NetCologne I ([BGH, Urteil vom 12.04.2016 - KZR 30/14](#)) und NetCologne II ([BGH, Urteil vom 03.12.2019 – KZR 29/17](#)), entwickelten Maßstäbe im Rahmen einer Gesamteinigung auf eine in die Zukunft gerichtete Kooperation geeinigt. Sicherlich wurden hierbei die wechselseitigen Leistungen und deren Wertigkeit wie auch andere in den genannten Urteilen zu beachtende Maßstäbe beziehungsweise Rahmenbedingungen beachtet“, sagte eine NetCologne-Sprecherin gegenüber MediaLABcom.

Zur Frage, ob NetCologne vom ZDF nun Einspeiseentgelte erhält, äußerte sie sich nicht: „Bitten haben Sie Verständnis dafür, dass wir aufgrund der abgeschlossenen Vereinbarung einer Vertraulichkeit unterliegen und keine weitergehenden Angaben dazu machen können.“

BGH zur Betriebskostenumlage: Noch müssen Mieter zahlen

RA Ramón Glaß

Am 18. November 2021 hat der Bundesgerichtshof (Urt. v. 18.11.2021, Az.: I ZR 106/20) entschieden, dass Mieter (noch) für die Kosten aufkommen müssen, die für einen vom Vermieter ausgewählten Breitbandanschluss entstehen und über die Betriebskosten abgerechnet werden. Derartige Vereinbarungen in Mietverträgen würden nicht gegen das Telekommunikationsgesetz in seiner geltenden Form verstoßen.

Wettbewerbszentrale klagt gegen große Vermieterin

Die Beklagte ist eine Immobiliengesellschaft und Vermieterin von mehr als 120.000 Mietwohnungen im Ruhrgebiet. 108.000 dieser Wohnungen sind an ein Kabelfernsehnetz angeschlossen, über das Fernseh- und Hörfunkprogramme übertragen werden und das auch für andere Dienste wie Telefonate und Internet genutzt werden kann. Die hierfür anfallenden Kosten werden von der Vermieterin als Betriebskosten auf ihre Mieter umgelegt. Die Mietverträge sehen keine Möglichkeit vor, während der Dauer des Mietverhältnisses die Versorgung der Wohnung mit Fernseh- und Hörfunksignalen zu kündigen.

Geklagt hatte die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs. Sie sieht in der fehlenden Kündigungsmöglichkeit einen wettbewerbswidrigen Verstoß gegen § 43b TKG. Hiernach darf unter anderem die anfängliche Mindestlaufzeit eines Vertrages zwischen einem Verbraucher und einem Anbieter von öffentlich zugänglichen Telekommunikationsdiensten 24 Monate nicht überschreiten. Weil in den Mietverträgen keine Regelung enthalten sei, nach der der Kabelanschluss wenigstens nach 24 Monaten kündbar ist, liege ein Verstoß gegen § 43b Satz 1 TKG vor. Weil die Beklagte auch keine Verträge mit einer Laufzeit von nur 12 Monaten anbiete, verstoße sie zudem gegen § 43b Satz 2 TKG.

BGH: Kein Verstoß gegen § 43b TKG

Dieser Ansicht ist der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs nicht gefolgt. Nach seiner Ansicht sei in den Mietverträgen keine Laufzeit von mehr als 24 Monaten vereinbart. Auch müsse die Beklagte keine Verträge mit einer Laufzeit von nur 12 Monaten anbieten.

Der Bundesgerichtshof stellte vielmehr fest, dass die Mietverträge von der Beklagten auf unbestimmte Zeit geschlossen und von den Mietern binnen der gesetzlichen Frist des § 573c Abs. 1 Satz 1 BGB gekündigt werden könnten. Insofern scheidet eine unmittelbare Anwendung des § 43b TKG auf die von der Beklagten geschlossenen Mietverträge daher aus.

Keine analoge Anwendung von § 43b

Auch eine sogenannte analoge Anwendung von § 43b scheidet aus, weil sich aus der Entstehungsgeschichte der Norm ergebe, dass der Gesetzgeber große Wohnungsbaugesellschaften gerade nicht den Pflichten des § 43b TKG unterwerfen wollte. Dies ergebe sich auch aus der bevorstehenden Änderung des Telekommunikationsgesetzes.

Denn ab dem 1. Dezember 2021 ist nun ausdrücklich geregelt, dass Verbraucher die Inanspruchnahme von Telekommunikationsdiensten im Rahmen eines Mietverhältnisses nach 24 Monaten beenden können, § 71 Abs. 1 Satz 1 und 3 TKG-neu – ohne Auswirkung auf den Mietvertrag. Dies gilt nach § 230 Abs. 4 TKG-neu aber erst ab dem 1. Juli 2024 und wenn die Gegenleistung – wie vorliegend – ausschließlich als Betriebskosten abgerechnet wird.

Der BGH betonte jedoch, dass die Beklagte gleichwohl einen Telekommunikationsdienst im Sinne des § 3 Nr. 24 TKG erbringe, indem sie Kabel-TV-Anschlüsse bereitstelle. Öffentlich zugänglich sei der Dienst insbesondere aufgrund der hohen Anzahl an Wohnungen, die mit einem Anschluss ausgestattet sind.

Ausblick: Die TKG-Novelle 2021

Die Entscheidung des Bundesgerichtshofs stellt zwar klar, dass die Kosten eines Breitbandanschlusses auf die Mieter umgelegt werden können. Zudem stellt die Entscheidung klar, dass dies nicht dazu führt, dass Vermieter – obwohl sie einen Telekommunikationsdienst erbringen – ihren Mietern Verträge mit einer Laufzeit von 12 bzw. 24 Monaten anbieten müssen.

Künftig, genauer ab dem 1. Dezember 2021 bzw. spätestens ab dem 1. Juli 2024, gelten andere Regeln. Dann können die Kosten eines Breitbandanschlusses nicht mehr über die Betriebskosten auf die Mieter umgelegt werden. Zudem erhalten die Mieter die Möglichkeit, die Inanspruchnahme von Telekommunikationsdiensten im Rahmen eines Mietverhältnisses nach 24 Monaten zu kündigen.

Folgen für Mieter, Vermieter und Netzbetreiber

Mieter, die keinen entsprechenden Anschluss haben oder sich den Anbieter frei auswählen wollen, haben nun die Möglichkeit dazu. Vermieter wiederum müssen prüfen, wie sie mit der veränderten Situation umgehen und ob ggf. ein Sonderkündigungsrecht in Betracht kommt.

Netzbetreiber werden sich künftig damit zu arrangieren haben, dass das bislang praktizierte Sammelinkasso vermutlich der Vergangenheit angehören wird; ob eine andere Finanzierung des Breitbandausbaus (beispielsweise über das neu eingeführte Glasfaserbereitstellungsentgelt, die gegebenenfalls etwas angehobenen Mitnutzungsentgelte oder über eine Beteiligung der Vermieter und Mieter über eine Modernisierungsumlage) in Betracht kommt, ist im Einzelfall genauer zu betrachten.

Ramón Glaßl ist Rechtsanwalt und Partner bei der Kanzlei Schalast & Partner. Gegründet im Jahr 1995 als Boutique für M&A und TMT berät die Kanzlei auch heute noch schwerpunktmäßig in diesen Bereichen. Darüber hinaus hat sich das Beratungsportfolio zwischenzeitlich erweitert, sodass nunmehr das gesamte Wirtschaftsrecht abgedeckt wird. Der FRK wurde bereits in früheren Verfahren vor dem Bundeskartellamt, der Bundesnetzagentur und den ordentlichen Gerichten von der Kanzlei Schalast & Partner beraten. Professor Dr. Christoph Schalast besetzt seit Juni 2015 zudem die Stelle als Justiziar des FRK.

Droht eine neue Funk-Ordnung?

Die nächste Weltfunkkonferenz wird zwar erst 2023 stattfinden, doch die Waffen werden bereits in Stellung gebracht, denn die Tagesordnung der „WRC-23“ steht schon fest. Es geht um nicht weniger als die künftige Nutzung des UHF-Frequenzbands, das in Deutschland und Europa seit Jahrzehnten zur terrestrischen Verbreitung von öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Sendern verwendet wird. Die Sorge macht sich breit, dass sich das ändern könnte.

Aufgrund besonders guter technischer Eignung sind die Frequenzen auch bei finanzkräftigen Mobilfunkunternehmen sehr begehrt. Auch Militär und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben könnten versuchen, zumindest einen Teil der Frequenzen zu ergattern – zu Lasten der bisherigen Frequenz- und damit auch Medienordnung.

Die neu gegründete „Allianz für Rundfunk- und Kulturfrequenzen“, zu der neben TV-Sendern auch Hersteller aus der Unterhaltungselektronik gehören, wollen den Druck auf die Berliner Politik erhöhen, um sich mit Nachdruck für das begehrte Frequenzspektrum und damit für die Vielfalt von Medien und Kultur einzusetzen.

Welche Szenarien sind für Deutschland und Europa möglich? Darum geht es in der neuen Folge von „Medien im Visier – der MediaLABcom-Podcast“ im Gespräch mit Carine Chardon, Fachverbandsgeschäftsführerin Consumer Electronics beim ZVEI.

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

Die Fachmesse ANGA COM findet vom 10. bis 12. Mai 2022 wieder als Präsenzveranstaltung in Köln statt. Schwerpunkte sind Glasfaser/FTTH, DOCSIS 4.0, 10G, WiFi, Fixed Mobile Convergence, Nachhaltigkeit, Künstliche Intelligenz, Cloud Services, OTT, App TV, Video-Streaming, Smart City und Smart Home. Die ersten Aussteller haben bereits ihre Stände gebucht, darunter Vodafone, Astra Deutschland, AVM, Deutsche Glasfaser, Ocilion, WISI und Astro Strobel. Für das Technikprogramm läuft auf der Webseite ein „Call for Participation“.

Infos: www.angacom.de

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

EWE mit IPTV-Plattform mit Ocilion

Das Oldenburger Energie- und Telekommunikationsunternehmen EWE bietet seinen Kunden mit ZuhauseTV eine IPTV-Plattform an, die gemeinsam mit dem Dienstleister Ocilion entwickelt wurde. An Bord sind die wichtigsten öffentlich-rechtlichen und privaten Sender, viele davon in HD-Qualität, zahlreiche Mediatheken, interaktive Zusatzfunktionen wie Pausieren, Vor- und Zurückspulen des laufenden TV-Programms, Replay-TV und ein cloudbasierter virtueller Videorekorder mit 50 Stunden Aufnahmekapazität. Die Multiscreen-Angebot kann auf bis zu fünf Endgeräten genutzt werden, darunter Smartphone, Tablet, Webbrowser, Apple TV oder Fire TV.

„Wir möchten unseren Kundinnen und Kunden alles aus einer Hand rund um ihr Zuhause bieten. Neben Strom und Gas gehören selbstverständlich auch Internet, Telefon, Mobilfunk und TV zu unserem Portfolio. Mit ZuhauseTV bringen wir eine Komplettlösung für uneingeschränkten TV-Genuss auf den Markt“, sagte Benjamin Reinicke, Leiter Produktmanagement Digitale Dienste bei EWE.

Das Angebot ist eine On-Premises-Komplettlösung von Ocilion, die in der EWE-eigenen Infrastruktur gehostet wird. „ZuhauseTV ist ein ausgereiftes und zukunftssicheres TV-Produkt im modernen Design, das insbesondere den Wunsch nach zeitversetzter und mobiler Wiedergabe ausgezeichnet bedient“, sagte Ocilion-Geschäftsführer Hans Kühberger. „Das innovative IPTV-Angebot ist systemseitig modular aufgebaut und lässt sich dadurch zukünftig mit neuen Funktionen und neuem Content beliebig erweitern: ZuhauseTV ist damit immer auf dem neuesten Stand.“

Sky integriert Netflix in neues Basispaket „Sky Ultimate TV“

Sky hat in Deutschland und Österreich das neue Sky-Q-Basispaket „Sky Ultimate TV“ eingeführt. Netflix ist fester Bestandteil des Angebots, das nach einer Übergangsphase die beiden Pakete „Entertainment Plus“ und „Entertainment“ ersetzt. „[Sky Ultimate TV](#)“ umfasst einen vollwertigen Zugang zum Netflix-Basis-Abo sowie 27 Pay-TV-Sender von Sky für 20 Euro pro Monat. Ein Upgrade auf Netflix Standard oder Premium ist jederzeit möglich, ebenso können die Kunden weitere Sky-Pakete dazu buchen, etwa Spielfilme und Sport.

Die Vertragslaufzeit beträgt zwölf Monate, danach kann monatlich gekündigt werden. Voraussetzung für die Nutzung von „Sky Ultimate TV“ ist ein Sky-Q-Receiver. Sky-Kunden mit einem bestehenden Netflix-Abo können ihr Konto mit „Sky Ultimate TV“ verbinden und damit Ihr Netflix-Profil weiterverwenden. „Sky Ultimate TV“-Kunden können Netflix ebenfalls auf allen üblichen Netflix-unterstützten Geräten nutzen.

HD+ nimmt RTLup HD und VOXup HD auf

Die Satellitenplattform HD+ holt RTLup HD (ehemals RTLplus) und VOXup HD in ihr Senderpaket. Das über Astra (19,2° Ost) verbreitete, kostenpflichtige Angebot umfasst damit insgesamt 26 private HD-Sender. RTLup HD und VOXup HD sind auf der Frequenz 10,832 H (SR 22.000, FEC 2/3) zu empfangen.

Vodafone holt Amazon Prime Video zu GigaTV, Kombi-Abo mit Netflix

Vodafone erweitert das Streaming-Angebot seiner TV- und Entertainment-Plattform GigaTV um Amazon Prime Video. Die App wird ab sofort auf allen GigaTV-Boxen ausgespielt. Prime-Video-Neukunden können das Angebot einen Monat lang kostenlos testen, danach kostet die Nutzung 7,99 Euro pro Monat. Wer sich für Prime Video bereits registriert hat, kann sich mit seinen Zugangsdaten direkt anmelden.

Ebenfalls neu ist ein TV-Tarif, der GigaTV und Netflix kombiniert: „GigaTV inklusive Netflix“ ermöglicht den Zugang zur GigaTV-Welt und enthält das Netflix-Standard-Abo. Die Vertragslaufzeit beträgt 24 Monate. In den ersten sechs Monaten fallen monatlich 19,99 Euro an, in der Folgezeit sind es 25,99 Euro pro Monat.

Wer bereits über einen Netflix-Zugang verfügt, kann sein Netflix-Konto mit dem Vodafone-Angebot verknüpfen. Optional können Vodafone-Kunden auch „Netflix Premium“ für monatlich 5 Euro hinzubuchen. Damit lassen sich vier Netflix-Streams parallel abrufen und Netflix-Inhalte in Ultra-HD-Qualität sehen.

Deutsche GigaNetz startet IPTV-Plattform mit Ocilion

Der Glasfasernetzbetreiber Deutsche GigaNetz hat mit der Cloud-Lösung des IPTV-Dienstleisters Ocilion ein eigenes TV-Angebot gestartet. Die Kunden können über eine 4K-Set-Top-Box oder per App für Smartphone, Tablet, Apple TV oder Amazon Fire TV auf die Multiscreen-Plattform MyTV zugreifen.

Das Basispaket umfasst zahlreiche HD-Sender, kombiniert mit Zusatzfunktionen wie Replay, Restart und Aufnahmefunktion. Ebenfalls an Bord sind eine Videothek und Premium-Inhalte.

Grundlage ist die schlüsselfertige White-Label-Lösung von Ocilion, die eine kurzfristige Implementierung des IPTV-Angebots ermöglichte. Das IPTV-Komplettsystem, das sich an Netzbetreiber und Stadtwerke richtet, umfasst Software, Hardware, begleitende Dienstleistungen sowie Content-Pakete und eine integrierte Videothek.

Ocilion holt Tele 5 HD und FashionTV UHD

Ocilion erweitert sein TV-Angebot für Netzbetreiber um den Unterhaltungskanal Tele 5 HD aus der Discovery-Gruppe und den Lifestyle- und Modesender FashionTV, der in HD- und UHD-Bildqualität angeboten wird. Das lineare TV-Programm beider Sender wird von interaktiven Zusatzdiensten begleitet, die die Netzbetreiber zur Verfügung stellen können. Dazu zählen 7-Tage Replay, Restart, Aufnahmen (nPVR) und eine Pause/Play-Funktion.

„Unser Ziel ist es, unseren Kunden zusätzlich zum IPTV-Komplettsystem auch umfassende Inhalte zu liefern. Daher bauen wir das Content-Angebot für Netzbetreiber immer weiter aus und schließen Direktverträge mit Inhalteanbietern – inklusive sämtlicher zeitversetzter Funktionen. Umso mehr freut es mich, dass wir jetzt unsere bestehende Vereinbarung mit Discovery erweitern konnten und mit FashionTV eine komplett neue Programmfarbe sogar in UHD für unsere IPTV-Plattform gewonnen haben“, sagte Thomas Bichlmeir, Head of Content bei Ocilion.

RTL startet SVoD-Angebot GEO WILD

RTL Deutschland erweitert seinen Pay-TV-Sender GEO Television um einen Abo-basierten Video-on-Demand-Dienst (SVoD). GEO WILD bietet Dokumentationen aus Natur und Tierwelt und wird zunächst exklusiv im Kabelnetz von Vodafone verbreitet. Später kommen weitere Plattformen dazu, darunter der Streaming-Dienst RTL+ (ehemals TVNow).

Voraussetzung für den Abruf von GEO-WILD-Inhalten ist ein Empfangsgerät mit VoD-Funktionalität. Dazu gehören unter anderem alle GigaTV-Boxen und der Horizon-Kabelreceiver. Notwendig ist außerdem ein TV-Paket, das Zugang zu HD-Sendern bietet. Nicht zu verwechseln ist GEO WILD mit dem Pay-TV-Sender NatGeo WILD von National Geographic, der ebenfalls Dokumentationen aus der Tierwelt zeigt.

Vodafone wandelt Horizon-Receiver in GigaTV-Boxen um

Vodafone will die Horizon-Kabelreceiver seiner Kunden im ehemaligen Unitymedia-Versorgungsgebiet in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg per Software-Update in GigaTV-Boxen umwandeln. Das Update soll ab Frühjahr 2022 schrittweise in die Geräte eingespielt werden, betroffen sind mehrere hunderttausend TV-Kunden. Bis zum Herbst 2022 soll der Prozess abgeschlossen sein.

Mit dem Schritt vereinheitlicht Vodafone die technische Ausstattung der Kabelhaushalte. Für Neukunden in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg ist GigaTV Cable Box 2 bereits seit September 2021 das Standard-Empfangsgerät – wie auch in allen anderen Bundesländern. Nach der [Übernahme von Unitymedia](#) hatte Vodafone bereits im Juli 2019 bestätigt, dass die Horizon-Box der Unitymedia-Muttergesellschaft Liberty Global durch GigaTV von Vodafone ersetzt wird.

NDR und Media Broadcast testen 5G Broadcast in Hamburg

Der NDR und Media Broadcast haben am 26. Oktober 2021 an den Senderstandorten Hamburg-Moorfleet und Heinrich-Hertz-Turm ein 5G-Broadcast-Sendernetz in Betrieb genommen. Ausgestrahlt werden verschiedene Live- und Testinhalte auf K34 (578 MHz), die im Playout-Center des NDR in Hamburg-Lokstedt generiert werden. Marktreife Empfangsgeräte für diese erst jüngst als Teil des 5G-Mobilfunkstandards spezifizierte Rundfunktechnologie gibt es indes noch nicht zu kaufen.

Der vom NDR initiierte und in Kooperation mit der Media Broadcast durchgeführte Modellversuch ist bis Ende 2023 geplant. Er soll wichtige Erkenntnisse über die Leistungsfähigkeit dieser neuen Broadcast-Technologie hervorbringen, bei der Standorte und Frequenzen des Rundfunks genutzt werden können, um großflächig – auch im ländlichen Raum – mobile Endgeräte zu erreichen. Dies können künftige Smartphones, aber zum Beispiel auch selbstfahrende Fahrzeuge mit ihren Displays sein.

Im Modellversuch werden die Ausbreitungs- und Empfangsbedingungen von 5G Broadcast anhand unterschiedlicher Parameter analysiert und anschließend für die Frequenz- und Sendernetzplanung herangezogen. Darauf aufbauend sollen inhaltliche Angebote erprobt und Anwendungsbeispiele entwickelt werden. Dabei wird ein enger Austausch mit unter anderem den Herstellern und den weiteren 5G-Broadcast-Projekten in Europa angestrebt.

„Es ist eine faszinierende Vorstellung, dass wir auf Basis des 5G-Standards künftig die Rundfunktechnik mit ihren Stärken bei der Verbreitung massenattraktiver Programmangebote wie zum Beispiel der Sportberichterstattung mit der Mobilfunktechnik und ihren Stärken bei der mobilen on-Demand-Nutzung von Medieninhalten auf einem Endgerät miteinander kombinieren können. Das ist neu und eröffnet vielfältige Möglichkeiten für interessante Angebote, die auf die zunehmend mobile Nutzung zugeschnitten sind“, sagte Uwe Ladebusch, Leiter der Abteilung Zentrale Aufgaben Programmverbreitung im NDR.

Verena Schmitz, Leiterin Strategie bei Media Broadcast, erklärte: „5G Broadcast als eine mögliche Technologie, um insbesondere den Empfang von linearem TV auf mobilen Geräten zu vereinfachen, ist für uns ein spannendes Feld. Die Durchführung dieses Modellversuchs ist vor allem auch bezüglich der zukünftigen Nutzung des Ultra-High-Frequency-Spektrums (UHF) für Rundfunkanwendungen ein wichtiges Projekt für uns.“

Eva-Maria Sommer wird neue MA-HSH-Direktorin

Der Medienrat der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH) hat Eva-Maria Sommer (42) zur neuen Direktorin der Landesmedienanstalt gewählt. Lothar Hay, Vorsitzender des Medienrats, begrüßte die Entscheidung: „Eva-Maria Sommer hat sich als hochqualifizierte Kandidatin aus einem starken Bewerberfeld durchgesetzt. Mit ihr übernimmt eine handlungsstarke Person mit ausgeprägter Kompetenz in medienregulatorischen Fragen die Leitung der MA HSH. Eva-Maria Sommer ist eine souveräne Führungspersönlichkeit, die die Gestaltungspotenziale der MA HSH bestmöglich nutzen und diese als zukunftsorientierte Medienanstalt weiter voranbringen wird.“

Derzeit leitet Sommer die Stabsstelle für Strategie und Kommunikation der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und hat dort zudem die Funktion der Pressesprecherin inne.

Zuvor war sie Senior Manager Content und Consumer Services bei der Vodafone Group in London, davor Referentin Medienpolitik bei der Mediengruppe RTL Deutschland. Begonnen hat Sommer ihre berufliche Karriere als Juristische Referentin bei der LFK.

Für die Wahl zur Direktorin war eine Zwei-Drittel-Mehrheit des Gremiums notwendig. Eva-Maria Sommer wurde im ersten Wahlgang gewählt. Die Amtszeit der Direktorin beträgt fünf Jahre. Die Direktorenstelle der MA HSH war nach dem Ausscheiden des langjährigen Direktors Thomas Fuchs neu zu besetzen. Fuchs hat am 1. November 2021 das Amt des Hamburgischen Beauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit übernommen.

Thomas Schierbaum neuer Business Development- und Marketing-Manager der bmt

Thomas Schierbaum übernimmt ab sofort die neue Position des Business Development- und Marketing-Managers bei der Bayerischen Medien Technik (bmt), dem Dienstleister für Projekte im Umfeld des digitalen Rundfunks. Schierbaum bringt vielseitiges Fachwissen und langjährige Branchenerfahrung als wissenschaftlicher Mitarbeiter, Projektleiter und Akquise-Ingenieur mit. Zuletzt war er Leiter der Öffentlichkeitsarbeit beim Institut für Rundfunktechnik (IRT).

Bei der bmt unterstützt Schierbaum die Weiterentwicklung bestehender Geschäftsfelder wie zum Beispiel HbbTV-Applikationen und TPEG-Mobilitätsdienste sowie die Entwicklung und Akquise neuer Kunden und Projekte. Darüber hinaus betreut er bestehende Kunden und die Landesmedienanstalten. Er verantwortet alle Kommunikationsmaßnahmen für die bmt und koordiniert die 5G Media Initiative, die von ihm im Jahr 2017 mit initiiert wurde.

Die bmt wurde 1994 als Tochterunternehmen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und des Bayerischen Rundfunks (BR) gegründet. Schwerpunkte ihrer Arbeit sind Software-Entwicklungen (Apps, HbbTV, TPEG-Produkte) und Dienstleistungen (TV-Playout, UKW-Sendernetzbetrieb, Frequenzmessungen) für private Hörfunk- und Fernsehunternehmen in Bayern.

ShopLC startet in HD-Qualität auf Astra

Der Verkaufskanal ShopLC ist ab sofort in HD-Qualität über Astra (19,2° Ost) zu empfangen. Die Shop LC GmbH und der Astra-Satellitenbetreiber SES unterzeichneten einen entsprechenden mehrjährigen Verbreitungsvertrag. Das Signal befindet sich auf der Frequenz 10,920 H (SR 22.000, FEC 7/8).

ShopLC war bisher nur in SD-Auflösung via Astra empfangbar. Der Free-TV-Sender, der sich auf Artikel wie Schmuck, Kosmetik, Wohnaccessoires und Mode spezialisiert hat, war am 1. Juli 2021 in Deutschland, Österreich und der Schweiz gestartet. Weitere Ableger gibt es in den USA und Großbritannien.

HSE verlängert Satellitenvertrag mit Astra

Der Teleshopping-Anbieter HSE hat seine Partnerschaft mit dem Astra-Satellitenbetreiber SES für mehrere Jahre verlängert. Damit sichert sich HSE die Satellitenkapazitäten für die Verbreitung von HSE SD, HSE HD und HSE Trend SD auf Astra (19,2° Ost). Der TV-Veranstalter erreicht dadurch auch in den kommenden Jahren über 118 Millionen Fernsehhaushalte in Europa mit seinem Produktsortiment aus den Bereichen Mode, Schmuck, Kosmetik, Wellness, Haushalt und Home & Living.

„Dank der Verbreitung über Astra sind unsere Live-Shows einem breiten Publikum kostenlos und in erstklassiger Qualität zugänglich. Wir freuen uns, diese langjährige und erfolgreiche Zusammenarbeit weiter fortzusetzen“, sagte Sandra Rehm, Vorsitzende der Geschäftsführung von HSE.

Vodafone bringt drei neue Radiosender ins Kabel

Im Kabelnetz von Vodafone gibt es drei neue Radiosender: Antenne NRW und kulthitRADIO sind in Nordrhein-Westfalen verfügbar. In Bayern speist das Unternehmen den Sender Rock Antenne Bayern neu ein. Insgesamt sind damit über 350 Radiostationen im Vodafone-Kabelnetz zu empfangen.

Ebenfalls neu ist, dass die im Kabel angebotenen ARD-Hörfunkprogramme seit 16. November 2021 im neuen Audiostandard AAC-LC (Advanced Audio Codec-Low Complexity) verbreitet werden. Den Standard, der bei gleicher Klangqualität weniger Datenrate beansprucht, setzt die ARD auch bei der Satellitenverbreitung der Programme über Astra (19,2° Ost) ein.

Da Vodafone das Satellitensignal der ARD-Radiosender als Quelle für die Einspeisung ins Kabelnetz nutzt, werden die Sender auch im Kabel via AAC-LC verbreitet. Moderne Kabelreceiver wie beispielsweise die GigaTV- oder Horizon-Boxen unterstützen den neuen Standard.

Western-Filmkanal Grjngo startet bei Amazon Prime Video

Die Westernfilme des Streaming-Kanals Grjngo sind ab sofort auch bei Amazon Prime Video Channels verfügbar. Das Angebot umfasst Cowboy-, Indianer- und Abenteuerfilme, darunter bekannte Produktionen wie „Der Schuh des Manitu“ mit Michael „Bully“ Herbig, „Seraphim Falls“ mit Pierce Brosnan oder „Bone Tomahawk“ mit Kurt Russel. Amazon-Prime-Mitglieder können [Grjngo](#) für 3,99 Euro pro Monat beziehen. Zum Kennenlernen lässt sich das Angebot 14 Tage kostenlos testen.

Leonine startet Filmlegenden und Cinema of Hearts bei Amazon Prime Video

Leonine Studios startet zwei weitere Kanäle auf der Streaming-Plattform Amazon Prime Video Channels: Filmlegenden und Cinema of Hearts. [Filmlegenden](#) zeigt Meisterwerke der Kinogeschichte, während bei [Cinema of Hearts](#) romantische Dramen und Komödien auf dem Programm stehen. Amazon-Prime-Mitglieder können die Kanäle für jeweils 3,99 Euro pro Monat abonnieren. Zum Kennenlernen gibt's 14 Tage gratis.

Die Neuzugänge ergänzen die bestehenden SVoD-Kanäle von Leonine bei Amazon Prime Video Channels: [Home of Horror](#), [Filmtastic](#) und [Arthouse CNMA](#).

Koch Films startet Superfresh bei Amazon Prime Video

Der unabhängige Filmvertrieb Koch Films hat den kostenpflichtigen Video-on-Demand-Kanal (SVoD) Superfresh auf der Streaming-Plattform Amazon Prime Video gestartet. [Superfresh](#) bietet jede Woche neue aktuelle Filme aller Genres zum Monatspreis von 6,99 Euro. Zum Kennenlernen gibt's 14 Tage gratis.

Koch Films betreibt bei Amazon Prime Video außerdem den [SVoD-Kanal Aniverse](#) für Anime-Fans sowie die beiden werbefinanzierten, kostenfreien [YouTube-Kanäle Moviedome](#) und [Moviedome Series](#).

History Play und Crime + Investigation Play starten bei ScreenHits TV

Der Programmveranstalter A+E Networks Germany macht die beiden Video-on-Demand-Dienste seiner Pay-TV-Sender History und Crime + Investigation auf der Streaming-Plattform ScreenHits TV verfügbar. History Play und Crime + Investigation Play können ab sofort zum Monatspreis von 3,99 Euro über www.screenhitstv.com und die ScreenHits-TV-App in Deutschland abonniert werden. Zum Kennenlernen gibt es 14 Tage gratis. In Österreich und der Schweiz soll das Angebot zu einem späteren Zeitpunkt starten.

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



[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)