

ANGRIFF AUF NETFLIX

WIE GEFÄHRLICH IST DISNEY+ FÜR DEN BRANCHENPRIMUS?

Was wäre die Welt ohne World Wide Web?

Ausgabe 85 • Oktober 2020

Sehr geehrte Damen und Herren,

wie sehr das Internet den Medienkonsum verändert hat und beherrscht, wird an dieser MediaLABcom-Ausgabe deutlich. Der schnelle Zugang ins World Wide Web ist auf dem Weg, Teil der Grundversorgung zu werden. Er ist nach Ansicht des Gesetzgebers also so wichtig wie Strom und fließend Wasser. Das bestreitet die Branche auch gar nicht, jedoch hat sie wenig Lust, sich dazu verpflichten zu lassen, für diese Grundversorgung verantwortlich zu sein.

Ohne das Internet wäre Streaming und damit ein Wettbewerb zwischen „Digital Natives“ wie Netflix (lassen wir mal die Vorgeschichte als DVD-Verleiher außen vor) und Giganten der „Old Economy“ wie Disney nicht möglich. Viele sehen die Zukunft beim Mickey-Maus-Konzern, doch auch bei Disney+ läuft nicht alles rund.

Von Branchengrößen zu den vermeintlich Kleinen. HDTV-Pionier Emmanouil Lapidakis spricht im Interview über die Zukunft des hochauflösenden Fernsehens und welche Chancen das Internet gerade für kleine TV-Sender bereithält.

Neuigkeiten vom Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation, 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

[„HD-Bezahlfernsehen ist eigentlich überholt“ – Emmanouil Lapidakis über HDTV und die Entwicklung des non-linearen TV-Konsums](#)

[Neuer FRK-Vorstand stellt Weichen für Zukunftsherausforderungen ... oder wie duopolistischen Tendenzen mittelständisch begegnet werden kann](#)

[Heiß umkämpfter Streaming-Markt: Wie gefährlich ist Disney+ für Netflix?](#)

[Schnelles Internet: Universaldienst bringt Verpflichtungen und Abgaben](#)

[Neues vom FRK](#)

[Veranstaltungshinweis](#)

[Kurzmeldungen](#)

[„HD-Bezahlfernsehen ist eigentlich überholt“ – Emmanouil Lapidakis über HDTV und die Entwicklung des non-linearen TV-Konsums](#)

Marc Hankmann

Emmanouil Lapidakis ist ein Urgestein der deutschen TV-Branche und seit dem ersten HD-Signal im Markt für hochauflösendes Fernsehen vertreten – und das als Unternehmer, der keiner Senderkette angehört oder als Abgesandter großer Private-Equity-Investoren daherkommt. Der Geschäftsführer der ANIXE Television GmbH beweist viel Kreativität und Geschäftssinn, wenn es darum geht, neue Erlösquellen zu finden. Mit MediaLABcom sprach er über die SD-Abschaltung, die Möglichkeiten von Smart-TV und die damit verbundene Auswertung von TV-Nutzungsdaten.

[Lesen Sie mehr](#)

[Neuer FRK-Vorstand stellt Weichen für Zukunftsherausforderungen ... oder wie duopolistischen Tendenzen mittelständisch begegnet werden kann](#)

Heinz-Peter Labonte

Gerade in Zeiten von Corona wird deutlich: Eine Videokonferenz ersetzt nicht „das Gespräch am Rande“ einer Veranstaltung, zum Beispiel eines Kongresses, und zwar mit Kollegen und Ausstellern. Kurzum: Der Klick ersetzt keinen Blick! Die direkte Nachfrage ist wichtig, vor allem bei einem Breitbandkongress, der den Weg in die Gigabit-Gesellschaft in der Weiterentwicklung der vorhandenen Breitbandstrukturen nicht mit Visionen, sondern in der Praxis begleiten soll.

[Lesen Sie mehr](#)

Heiß umkämpfter Streaming-Markt: Wie gefährlich ist Disney+ für Netflix?

Marc Hankmann

Die Corona-Pandemie war für den Disney-Konzern sicherlich keine Zeit der knallenden Sektorkorken: Vergnügungsparks und Kinos wurden geschlossen, die Kreuzfahrtschiffe liegen nutzlos in den Häfen. Einzig für den Streaming-Dienst Disney+ hätte es nicht besser laufen können. Zum Europastart am 24. März 2020 saß halb Deutschland zu Hause fest und schaute Fernsehen – bzw. streamte Videos.

[Lesen Sie mehr](#)

Schnelles Internet: Universaldienst bringt Verpflichtungen und Abgaben

Marc Hankmann

Das Institut für Rundfunktechnik (IRT), die gemeinsame Forschungseinrichtung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten von Deutschland, Österreich und der Schweiz, steht vor dem Aus. In einer Sondersitzung der IRT-Gesellschafter konnte kein tragfähiges Modell für eine Fortführung des Instituts gefunden werden, wie das IRT am 31. Juli 2020 mitteilte. Trotz „intensivster Bemühungen“ sei es „nicht möglich gewesen, eine belastbare wirtschaftliche Zukunftsperspektive zu erarbeiten“. Damit bleibt es beim Ende 2019 ausgesprochenen Kündigungen aller Gesellschafter mit Wirkung zum 31. Dezember 2020. Für die rund 100 Mitarbeiter soll ein Sozialplan erarbeitet werden.

[Lesen Sie mehr](#)

Neues vom FRK

Ein Klick ersetzt keinen Blick: FRK-Breitbandkongress 2020 in Leipzig läutet Neustart für Veranstaltungen ein

Die persönliche Kommunikation ist ein wichtiger Schlüssel für den Erfolg und durch nichts zu ersetzen. Daher führt der Fachverband für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) mit dem Breitbandkongress 2020 als erste Branchenveranstaltung nach Ausbruch der Corona-Pandemie die Marktakteure der Kabel- und Breitbandindustrie am 28. und 29. September 2020 in Leipzig wieder zum kommunikativen Austausch vor Ort zusammen.

[Lesen Sie mehr](#)

Veranstaltungshinweis

Dr. Jörn Krieger

25. Breitband-Forum: Learnings & Doings 2020

Die Veränderungen, Erfahrungen und Perspektiven der Breitbandnetze in der Corona-Krise stehen im Mittelpunkt des 25. Breitband-Forums am 2. November 2020 in Wiesbaden, das die Deutsche Medienakademie als Präsenz- und Online-Veranstaltung durchführt. Neben Netzausbau, Technik, Nutzung und Vermarktung geht es auch um die politischen Rahmenbedingungen. Zu den Referenten und Diskussionsteilnehmern zählen Cara Schwarz-Schilling (WIK-Institut), Wilhelm Eschweiler (BNetzA), Walter Haas (Huawei), Dido Blankenburg (Deutsche Telekom), Andreas Windolph (PwC), Thomas King (DE-CIX), Gunnar Franke (TÜV Rheinland), Robert Amlung (ZDF).

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

Vodafone will DOCSIS 4.0 ab 2021 erproben

Vodafone bereitet die Einführung des neuen Kabelstandards DOCSIS 4.0 vor und will das System im nächsten Jahr in einem Pilotprojekt testen, sofern dann schon erste Hardware-Prototypen verfügbar sind. Das sagte Peter Breitwieser, Head of Product Management Cable Fixed bei Vodafone, in einem Online-Pressegespräch.

[Lesen Sie mehr](#)

„HD-Bezahlfernsehen ist eigentlich überholt“ – Emmanouil Lapidakis über HDTV und die Entwicklung des non-linearen TV-

Marc Hankmann

Emmanouil Lapidakis ist ein Urgestein der deutschen TV-Branche und seit dem ersten HD-Signal im Markt für hochauflösendes Fernsehen vertreten – und das als Unternehmer, der keiner Senderkette angehört oder als Abgesandter großer Private-Equity-Investoren daherkommt. Der Geschäftsführer der ANIXE Television GmbH beweist viel Kreativität und Geschäftssinn, wenn es darum geht, neue Erlösquellen zu finden. Mit MediaLABcom sprach er über die SD-Abschaltung, die Möglichkeiten von Smart-TV und die damit verbundene Auswertung von TV-Nutzungsdaten.

MediaLABcom: Herr Lapidakis, Sie haben für Ihren TV-Sender einen Relaunch durchgeführt: ANIXE heißt nun ANIXE+. Was ist neu?

Emmanouil Lapidakis: Das Plus bei ANIXE steht für dreierlei Neuerungen: 1. ein umfassendes Lizenzpaket, das nicht die inhaltliche Ausrichtung des Senders verändert, sondern qualitativ ergänzt, 2. die Übertragungsqualität in High Definition und 3. der Ausbau des HbbTV-on-Demand-Angebots.

MediaLABcom: Im Rahmen von ANIXE+ kommt auch eine neue Programmplanungssoftware mit Linear-to-VoD-Funktion zum Tragen. Was verbirgt sich dahinter?

Emmanouil Lapidakis: Die Idee dahinter ist, dass wir automatisiert Inhalte, die on Demand verfügbar sind, zu bestimmten Zeiten für den Zuschauer abrufbar machen und dies auch ankündigen. Auf der einen Seite schränkt das seine Freiheit ein. Auf der anderen Seite geben wir ihm somit bei der immer unübersichtlicher werdenden TV-Landschaft wieder eine Struktur, die er aus dem linearen Bereich kennt.

MediaLABcom: Für die Linear-to-VoD-Funktion tracken Sie das on-Demand-Sehverhalten des Zuschauers. Hat er weiterhin die Kontrolle über seine Daten?

Emmanouil Lapidakis: Der Zuschauer hat entsprechend der Datenschutzrichtlinien immer die Hoheit über seine Daten. Er muss die Einwilligung geben, sollten Daten in irgendeiner Form gesammelt werden. Was in jedem Fall immer geschieht - auch mit Einwilligung - ist die vollständige Anonymisierung und Pseudonymisierung der Daten. Wir erheben oder speichern keinerlei persönliche Informationen.

MediaLABcom: Welche Erkenntnisse gewinnen Sie aus diesen Daten für die non-lineare TV-Nutzung: Wie sieht der Durchschnittsnutzer aus, was schaut er am meisten, wie oft oder wie lang nutzt er VoD-Inhalte, welches Endgerät bevorzugt er?

Emmanouil Lapidakis: Ich möchte meine Antwort hier allgemein halten: Gute Inhalte haben die meisten Zuschauer. Das ist auch bei der Messung via HbbTV kein Geheimnis. Gleiches gilt für die VoD-Nutzung. Hierbei ist der Nutzer deutlich länger am Stück im Konsum, da er sich gezielt für einen Inhalt entscheidet. Der Topseller in Deutschland, was HbbTV-Geräte betrifft, ist auch unseren Daten nach Samsung.

MediaLABcom: Welche Rolle spielen Ihre Unternehmen Smart TV Data und Real TV in Ihren Aktivitäten als Innovator für die HbbTV-Nutzung?

Emmanouil Lapidakis: Smart TV Data ist für die Programmierung der Messung via HbbTV zuständig. Die Real TV GmbH ist die Agentur, die verschiedene Leistungen unter anderem auch im HbbTV-Bereich anbietet. Sie greift für Teile dieser Angebote auf die Daten der Smart TV Data zurück.

MediaLABcom: Inwiefern können Sie als Programmveranstalter derartige Daten monetarisieren?

Emmanouil Lapidakis: Um ehrlich zu sein: noch sehr wenig. Die Währung im TV-Geschäft ist die Quote der AGF. Wir arbeiten daran, dass auch die faktisch korrekten Zahlen der HbbTV-Auswertungen als Währung anerkannt werden bzw. für die Werbekunden als Nachweis der Performance für ihre Kampagnen gelten.

MediaLABcom: Sie kooperieren mit der Smart TV Market GmbH. Wie sieht die Zusammenarbeit aus?

Emmanouil Lapidakis: Die Smart TV Market GmbH agiert in ihrer Tätigkeit weitestgehend unabhängig. Für Zwecke der Auswertung arbeitet die Smart TV Data auf Anfrage zu.

MediaLABcom: Wie sehen Sie als langjähriger Kooperationspartner mit dem Institut für Rundfunktechnik (IRT) dessen Abwicklung zum Jahresende und wie beurteilen Sie die Zukunft nebst Marktbedeutung von 5G Broadcast national und international?

Emmanouil Lapidakis: Es bestehen noch aktuelle Schnittmengen mit dem IRT, was die HbbTV-Technik für lokale und regionale Sender angeht. Hier hoffen wir auf einen reibungslosen Übergang. 5G ist ein Thema, mit dem wir uns schon recht intensiv auseinandersetzen, um möglichst früh die Chancen dieser Technologie für uns nutzbar zu machen. Für die Verbreitung von Inhalten wird 5G sicherlich in der Zukunft international relevant.

MediaLABcom: Liegt in der non-linearen Verbreitung die Zukunft für kleine, unabhängige TV-Sender bzw. privatfinanzierte Lokal- und Regionalsender?

Emmanouil Lapidakis: Das sehe ich nicht so. Vor allem die Lokal- und Regionalsender haben eine Seherschaft, die feste Slots bevorzugt. Dieses Publikum wird es noch lange geben, da lokale und regionale Ereignisse immer eine große Rolle spielen. Wir würden eher ein ergänzendes non-lineares Angebot, das sich monetarisieren lässt, als Modell sehen.

MediaLABcom: Die on-Demand-Verbreitung ist technisch komplex. Man benötigt finanzielle Ressourcen und viel Know-how. Wie können Programmanbieter, denen es an diesen Voraussetzungen mangelt, trotzdem auf den VoD-Zug aufspringen?

Emmanouil Lapidakis: Aus unserer Sicht ist das Teure tatsächlich auch hier der Inhalt. Für Anbieter, die ihre produzierten Inhalte nur über eine weitere Plattform verbreiten möchten, gibt es bereits kostengünstige Lösungen und gute Dienstleister wie die Real TV GmbH.

MediaLABcom: Inwiefern könnten Kooperationen mit Netzbetreibern hilfreich sein, um die wirtschaftliche Situation kleiner TV-Sender zu verbessern?

Emmanouil Lapidakis: Wenn für beide Seiten hier wirtschaftliche Vorteile entstehen, ist das immer gut. Hier haben wir unterschiedliche Erfahrungen gemacht, da die größeren Betreiber meist den Fokus auf größeren Sendergruppen haben.

MediaLABcom: ANIXE HD war 2006 der erste frei empfangbare HDTV-Sender in Deutschland. Wie hat sich die HD-Landschaft seitdem auf dem deutschen Fernsehmarkt entwickelt?

Emmanouil Lapidakis: Das System des Bezahlfernsehens für HD wird zwar aktuell noch praktiziert, ist eigentlich aber überholt. Alle Geräte, alle neuen Inhalte etwa ab 2012 sind HD. Es ist Standard und nichts Besonderes mehr. Wenn SD 2021/22 vollständig abgeschaltet wird, wird sich zeigen, ob das Modell Bezahlung von Seherseite für HD-Inhalte noch Bestand hat oder dann eine Gebühr auf 4K-Inhalte oder Ähnliches erhoben wird.

MediaLABcom: Für HD-Bezahlangebote scheint das Interesse gering zu sein, wenn man sich die Wachstumszahlen einschlägiger Plattformen anschaut. Woran liegt das Ihrer Meinung nach?

Emmanouil Lapidakis: Ich denke, viele sträuben sich, noch einmal extra zahlen zu müssen, wenn sie sowieso schon in irgendeiner Form für das Fernsehen bezahlen müssen. Es sind auch schlicht die gleichen Inhalte und die Öffentlich-Rechtlichen sowie einige wenige kleinere Sender sind frei in HD empfangbar.

MediaLABcom: Wann wird das letzte SD-Signal eines deutschen TV-Senders ausgestrahlt?

Emmanouil Lapidakis: Auch wenn alle sagen, 2021 bis 2022 wird es soweit sein, werden sich die großen privaten Sender an die SD-Ausstrahlung klammern, solange sie nicht ein Modell entworfen und in der Praxis umgesetzt haben, bei welchem sie die Werbeumsätze beibehalten können, die sie aktuell größtenteils durch die SD-Ausstrahlung im Free-TV erwirtschaften.

MediaLABcom: Seit dem Sendestart sind viele kleine, unabhängige TV-Sender gekommen und gegangen. Wo liegen die Herausforderungen im deutschen Fernsehmarkt, um neben den Programmen großer Medienkonzerne wie RTL, ProSiebenSat.1 oder Discovery bestehen zu können?

Emmanouil Lapidakis: Traurigerweise ist das Fazit, dass ohne großen Investor nur die Möglichkeit besteht, ein Geschäftsmodell zu finden, das einen überleben lässt und mit dem man ständig flexibel auf gewisse Veränderungen reagieren kann. Das Sterben kleinerer Sender ist größtenteils dadurch bedingt, dass eine Teilhabe am klassischen Fernsehwerbemarkt der AGF und der teilnehmenden großen Sender nicht gewollt ist.

MediaLABcom: Wie ist es ANIXE gelungen, in all den Jahren auf Sendung zu bleiben?

Emmanouil Lapidakis: Anfangs durch private Investments. Dann wurden die Kosten extrem reduziert. Es wurde mehr und mehr Sendezeit verkauft und ein Modell für die Kunden geschaffen, in welchem beide Seiten zufrieden sind.

MediaLABcom: ANIXE+ wird auch über Eutelsats Hotbird-Flotte auf 13 Grad Ost verbreitet. Streben Sie eine Renaissance für den Empfang der Hotbird-Satelliten in Deutschland an?

Emmanouil Lapidakis: Wir mussten den Test leider wieder beenden. Wenn ein Sender bereits auf dem Astra-Satellit ist, ist es nicht monetarisierbar. Zumindest für einen Sender unsere Größe und Bekanntheit.

MediaLABcom: Für wen ist dann noch die Verbreitung über 13 Grad Ost interessant?

Emmanouil Lapidakis: Ich denke, die Angebote zur Verbreitung sind recht fair und nicht gleich so ein riesiger Posten wie bei einer Verbreitung via Astra-Satellit. Daher kann es für Sender, die vorher gar nicht auf dem Satelliten waren, durchaus interessant sein - wie etwa für regionale Sender - auch wenn Sie einen guten Seherstamm generieren können.

MediaLABcom: Sind sie mit Ihrer Firmengruppe auch in Ihrem Heimatland aktiv und wenn ja in welchem Segment und welcher Funktion?

Emmanouil Lapidakis: Wir haben für das griechische öffentlich-rechtliche Fernsehen ERT bei der Entwicklung der HbbTV-Anwendungen mitgearbeitet. Hier treten wir als Dienstleister mit der Real TV GmbH auf.

MediaLABcom: Wenn Sie einen Blick in die Zukunft wagen: Wie wird sich die HDTV- und on-Demand-Nutzung weiterentwickeln und worauf müssen unabhängige Programmanbieter achten, damit sie auch morgen noch auf Sendung sind?

Emmanouil Lapidakis: Wir gehen davon aus, dass es eine Koexistenz von HDTV und on-Demand-Nutzung geben wird. Es wird sich jedoch in Richtung der on-Demand-Angebote verschieben, je weiter wir in die Zukunft schauen - ich spreche hier von einer Prognose in 15 bis 20 Jahren. Es gibt verschiedene Wege, sein Dasein auf dem TV-Markt zu rechtfertigen. Meist ist es eine Mischung aus Kreativität bei der Schaffung und Beschaffung von Inhalten gepaart mit viel Kreativität, was Erlösmodelle betrifft. Das Unternehmen sollte in jedem Fall flexibel und neuen/angepassten Verbreitungsmodellen offen gegenüber aufgestellt und nicht vollständig von einer Erlösquelle abhängig sein.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

**Neuer FRK-Vorstand stellt Weichen für
Zukunftsherausforderungen ... oder wie duopolistischen
Tendenzen mittelständisch begegnet werden kann**

Heinz-Peter Labonte

Gerade in Zeiten von Corona wird deutlich: Eine Videokonferenz ersetzt nicht „das Gespräch am Rande“ einer Veranstaltung, zum Beispiel eines Kongresses, und zwar mit Kollegen und Ausstellern. Kurzum: Der Klick ersetzt keinen Blick! Die direkte Nachfrage ist wichtig, vor allem bei einem Breitbandkongress, der den Weg in die Gigabit-Gesellschaft in der Weiterentwicklung der vorhandenen Breitbandstrukturen nicht mit Visionen, sondern in der Praxis begleiten soll.

Deshalb bietet auch der diesjährige Breitbandkongress des Fachverbands für Rundfunk und Breitbandkommunikation (FRK) trotz Corona - unter strenger Beachtung der in Sachsen geltenden Hygienevorschriften – wieder Neues, Weiterentwicklungen und Informationen aus der Praxis für die mittelständischen Praktiker.

Neuer Vorstand

Und, ja, der FRK und die mit der Veranstaltung beauftragte Innok@ GmbH aus Lauchhammer haben den Breitbandkongress möglich gemacht. So kann im Rahmen des Kongresses auch die Mitgliederversammlung mit Vorstandswahl stattfinden. Sachsen macht es mit seinen transparenten Hygienevorschriften möglich, wie die Einzelheiten, einsehbar auf www.breitbandkongress-frk.de, beweisen.

Im neuen Vorstand gibt es das eine oder andere bekannte Gesicht, wie zum Beispiel im geschäftsführenden Vorstand mit Franz Ziener, Reinhard Plückhahn, Bernd Nitzschner und Heinz-Peter Labonte. Im erweiterten Vorstand konnten neben den bewährten Mitgliedern Daniel Niebuhr und Rico Gerhardt im Rahmen der begonnenen Erneuerung auch Wolfgang Haas, Sascha Neuberger, Uwe Rehnig, Andreas Sack und Thomas Pester für die Mitarbeit gewonnen werden. Die nächste Generation steht bereit zur Übernahme.

Aus der Praxis für die Praxis

Natürlich spiegelt sich das Prinzip „aus der Praxis für die Praxis“ im Programm wider. So befasst sich der erste Kongresstag mit Netzbetrieb und Aufrüstung, von „verbesselter Workflow- und Kostenreduzierung durch direkte Verknüpfung von Dokumentation und Messtechnik“ bis zu „Brandverhalten von Kommunikationskabeln“ und „Gigabit-Speed bis in die Wohnung“. Der erste Tag bietet in den Workshops und Vorträgen konzentrierte Informationen von Fachleuten für Fachleute, insbesondere für den und aus dem Bereich der mittelständischen Kabelnetzbetreiber.

Dies ist auch zutreffend für den Nachmittagsblock, der sich über Aufrüstung von Kupferkabeln auf Glasfaser, wie auch auf die Gebäudenetze im Spannungsfeld der Regelungen von Technik- und Diensteanbietern sowie IPTV als Erfolgsmodell für regionale Netzbetreiber konzentriert. Dazu gehören auch Präsentationen von Geschäftsmodellen, die den lokalen Netzbetreibern wieder Angebote von Stand-Alone-Inhalten erschließen.

Informationen aus erster Hand

Wie üblich gibt es auch zu Beginn des Branchenabends Informationen zur Breitband- und Gigabitförderung direkt aus Berlin, also aus erster Hand. Denn der Branchentreff wird – wie üblich – von einem Hauptredner eröffnet. In diesem Jahr ist dies der Geschäftsführer des Gigabitbüros des Bundes, Caspar Graf von Preysing. Gespannt warten die Teilnehmer, ob er mit Informationen aufwartet mit welchen Fördermitteln der Bund den allseits gewünschten und den dringend notwendigen

flächendeckenden Glasfaserausbau in Deutschland zu beschleunigen beabsichtigt oder ob er sich allein auf das Thema „Ausbau von Gigabitnetzen in Deutschland sowie Status, Ausblick und die Rolle der mittelständischen Kabelindustrie“ konzentrieren wird. Traditionsgemäß werden Fragen nach der aktuellen Förderkulisse in der aktuellen Lage von den Marktakteuren der mittelständischen Kabel- und Breitbandunternehmen die Diskussion bereichern.

Diese Informationen werden am zweiten Tag ergänzt durch den Vortrag von Tim Brauckmüller (atene KOM), der als Projektträger des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur zuständig ist für die Abwicklung des aktuellen Breitbandförderprogramms des Bundes. Er informiert über den aktuellen Stand der Workshops zur Förderpraxis, seine diesbezüglichen Erfahrungen mit der Breitbandförderung des Bundes und er beantwortet die Fragen der Praktiker. Die weiteren Programmpunkte stehen auf www.breitbandkongress-frk.de.

Konkrete Vorschläge an Politik

Natürlich erneuern die FRK-Mitglieder in den Fachdiskussionen ihre Forderungen nach marktgerechten, beschleunigten und unbürokratischen Lösungen. Dazu gehört zum Beispiel diejenige nach Einführung von Gutscheinen (Vouchern), wie sie vom TK-Verband VATM und dem FRK seit Langem vorgeschlagen und vom FDP-Präsidiumsmitglied und stellvertretenden Fraktionsvorsitzenden der FDP im Bundestag, Michael Theurer, aufgegriffen wurden. Leider zieht die Bundesregierung bürokratische Fördermonster solch verbraucherfreundlichen Regelungen vor. Warum auch auf Praktiker und Oppositionspolitiker hören? Wie käme man denn dazu?

Wäre die Regierung für solche praktischen Vorschläge offen, müssten die FRK-Mitglieder nicht fordern, alle und im Rahmen der Mitarbeit in der Unterarbeitsgruppe (UAG) Inhouse des Digitalgipfels 2020 der Bundesregierung erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen, um darauf hinzuwirken, dass die Empfehlungen dieser UAG eine parallele Verkabelung mit Koax- und Glasstrukturen in den Gebäuden umfassen soll, damit diese beiden Techniken gleichberechtigt in der Handlungsempfehlung der UAG inhouse gewürdigt werden. Hinweis für die politisch Verantwortlichen: Die Begründung ist über den FRK zu erhalten.

Sammelinkasso muss bleiben

Wäre die Berliner Politglocke und die darin befindlichen Entscheidungs- und ihre Lobbyzuträger nicht so weit weg von der Tagespraxis, müssten die FRK-Mitglieder auch nicht fordern, dass alle erforderlichen Maßnahmen ergriffen werden, um den Wegfall aller in der Betriebskostenverordnung in § 2 Ziffer 15 genannten Kosten zu vermeiden.

Ziel ist es, zu verhindern, dass die Kosten des Betriebs einer Gemeinschaftsantennenanlage oder des Betriebs der mit einem Breitbandnetz verbundenen privaten Verteilanlage im noch nicht veröffentlichten Entwurf des Telekommunikationsgesetzes gestrichen werden, also Verzicht auf Wegfall des Sammelinkassos. Auch hier der Hinweis für die politisch Verantwortlichen: Auch hierzu ist die Begründung über die FRK-Geschäftsstelle zu erhalten. Schreiben Sie einfach an den FRK-Geschäftsführer Ralf Berger (berger@kabelverband-frk.de).

Fazit

Die gesteigerte Resonanz und das hohe Interesse an diesem Präsenztreffen der Branche gibt dem FRK Recht, neben denen der Corona-Pandemie auch die Herausforderungen des Marktes anzunehmen, Zukunftsthemen der mittelständischen Betreiber von Telekommunikationsnetzen aufzugreifen und Politik nebst Verwaltung mit Argumenten die Praxis aus Beruf, Markt und Verbrauchersicht für bessere Beschlüsse und weniger praxisferne, unbürokratische Lösungen zu ertüchtigen.

Deshalb ist es äußerst sinnvoll, die bewährte Kooperation mit dem VATM zu intensivieren, wie der Vortrag von dessen Justiziar Dr. Frederic Ufer zeigt. Genauso sinnvoll ist aber auch, weiter daran zu arbeiten, die in Diskussionen verstärkt geäußerte Absicht des FRK bei der Überwindung der zersplitterten Verbandslandschaft zu unterstützen und die Kooperation in Einzelfragen weiter zu suchen und möglichst zu vertiefen. Dies bleibt auch ein Thema für den neuen Vorstand.

Heiß umkämpfter Streaming-Markt: Wie gefährlich ist Disney+ für Netflix?

Marc Hankmann

Die Corona-Pandemie war für den Disney-Konzern sicherlich keine Zeit der knallenden Sektkorken: Vergnügungsparks und Kinos wurden geschlossen, die Kreuzfahrtschiffe liegen nutzlos in den Häfen. Einzig für den Streaming-Dienst Disney+ hätte es nicht besser laufen können. Zum Europastart am 24. März 2020 saß halb Deutschland zu Hause fest und schaute Fernsehen – bzw. streamte Videos.

Noch mit Abstand

Laut Statista Advertising & Media Outlook können die Streaming-Anbieter 2020 mit einer Umsatzsteigerung im Vergleich zum Vorjahr um 12,6 Prozent rechnen. So konnte Netflix im ersten Halbjahr 2020 mit 26 Millionen Nutzern fast so viele Neukunden begrüßen wie im gesamten vergangenen Jahr (28 Millionen Nutzer). Die Abo-Zahl stieg auf knapp 200 Millionen. Disney+ zählt inzwischen weltweit

60 Millionen Kunden.

Noch ist Netflix also der Platzhirsch im Streaming-Markt, aber Disney+ holt auf. Nach Angaben des Marktanalyseunternehmens App Annie wurde die Disney+-App am Starttag in Europa über elf Millionen Mal heruntergeladen. Ende April 2020 lag der Marktanteil von Disney+ in Deutschland laut AGF bei 1,5 Prozent – noch mit gehörigem Abstand zu Netflix (27,6 Prozent) und Amazon Prime Video (19,9 Prozent).

Exklusivität als Strategie

Das Beratungsunternehmen Goldmedia attestierte Disney+ hingegen schon zwei Wochen nach dem Start einen Nutzeranteil von zehn Prozent und damit Platz vier hinter TVNOW (14 Prozent), Amazon Prime Video (22 Prozent) und Netflix (37 Prozent). Bereits Anfang Februar 2020 ermittelte Goldmedia 3,7 Millionen Video-on-Demand-Nutzer (VoD), die Disney+ abonnieren wollten. Derlei Wechselabsichten sollten vor allem die Nutzer Sky Ticket (15,8 Prozent wechselwillige Nutzer) und Apple TV+ (zehn Prozent), aber weniger Netflix (sechs Prozent) betreffen.

Apple startete seinen Streaming-Dienst TV+ gleichzeitig mit Disney+, konnte aber nicht annähernd so durchstarten wie der Unterhaltungskonzern. Während Apple zwar die technische Reichweite als Basis für Millionen Abonnenten besitzt, macht Disney+ mit bekannten Marken wie Star Wars, Marvel oder Pixar das Rennen. Content siegt über Technik. Kein Wunder, das Apple nun auch lizenzierte Inhalte über Apple TV+ verbreiten will.

Die Strategie, exklusive Inhalte an Disney+ zu binden, könnten bald auch deutsche Fernsehzuschauer zu spüren bekommen. Durch die Übernahme von Fox sicherte sich Disney die Rechte an der US-Zeichentrickserie „Die Simpsons“, mit 700 Folgen die erfolgreichste TV-Serie der USA und seit 20 Jahren im Programm von ProSieben vertreten. Die Frage ist, wie lange „Die Simpsons“ noch im deutschen Free-TV zu sehen sein werden.

Bettwäsche und Kaffeetassen

Disney nimmt den Kampf mit Netflix auf und unterbietet den Preis für das Streaming-Abo. Während Netflix, das inzwischen auch einen stattlichen Schuldenberg in Höhe von über 14 Milliarden US-Dollar angehäuft hat, einzig und allein auf das Streaming-Geschäft angewiesen ist, stellt es bei Disney eines von vielen Geschäftsbereichen dar und gilt strategisch als Sprungbrett, von dem die anderen Bereiche in neue Umsätze hüpfen sollen. Heißt: Disney+ soll den Verkauf von Lizenzware ankurbeln, von der Star-Wars-Bettwäsche bis zur Ironman-Kaffeetasse.

Der Vorteil von Netflix ist die größere Auswahl. Während Disney+ in Deutschland mit 500 Filmen, über 350 Serien und 25 exklusiven Disney+-Originals startete, umfasst das Netflix-Archiv rund 5.000 Titel. Wie sehr Disney hier der Schuh drückt, zeigen die Ausreißer, bei denen der Unterhaltungskonzern die eigentlich starr festgelegten Verwertungsfenster für Kino, DVD/Blu-ray und Streaming durchbrach. Sowohl „Die Eiskönigin 2“ als auch der Pixar-Film „Onward“ waren kurz nach dem Kinostart auf Disney+ zu sehen.

Frustrierte Nutzer

Damit reagiert Disney auf den Frust, der sich unter den Abonnenten breitmacht, die lange Wartezeiten auf neue Inhalte kritisieren. Star-Wars-Fans warten immer noch auf die zweite Staffel von „The Mandalorian“, die natürlich in den USA nicht vor November 2020 erscheinen wird, wenn die Jahresabonnements ablaufen. Außerdem zeigt Disney+ nur Filme bis FSK 12, weshalb der Streaming-Dienst mit Hulu quasi um ein Erwachsenenangebot ergänzt werden sollte, inklusive lizenzierten Inhalten Dritter.

Nun aber will Disney anstelle von Hulu das indische Star zu einem internationalen Streaming-Angebot mit ausschließlich eigenen Inhalten weiterentwickeln. Die Gründe dafür dürften einerseits im unerwartet hohen Wachstum von Disney+ liegen. 60 Millionen Nutzer wollte man erst 2024 erreichen. Dadurch wird die Luft für einen zweiten Streaming-Dienst dünner. Andererseits profitierte Hulu nicht so sehr von der Corona-Pandemie wie die Konkurrenz, was dessen Attraktivität für eine Expansion in Zeiten boomender Streaming-Dienste schmälert.

Eine Frage des Preises

Auch wenn Disney+ einen Traumstart hingelegt hat, kommt der Unterhaltungskonzern noch nicht in die Sphären von Netflix oder Amazon Prime Video. Das mag auch daran liegen, dass der deutsche VoD-Nutzer bereit ist, monatlich zwischen 16 und 22 Euro für Streaming-Abonnements auszugeben, je nachdem, welcher Studie man hier glauben mag. Jedenfalls reicht das Budget derzeit noch für zwei Abos.

Noch, denn Netflix reagierte auf den Start von Disney+ mit einer Erhöhung des Abo-Preises. Geschadet hat es dem Unternehmen nicht. Das Wachstum durch die Corona-Krise gab zusätzlichen Rückenwind. Die Frage ist jedoch, ob Netflix weitere Preiserhöhungen schadensfrei überstehen kann, wenn Disney+ gleichzeitig durch exklusive Inhalte an Attraktivität gewinnt. Irgendwann muss Netflix auch den

Schuldenberg abtragen. Das dürfte umso schwieriger werden, je größer die Zahl derjenigen wird, die wie Netflix Originals anbieten. Und da ist Disney beileibe keine kleine Nummer.

Schnelles Internet: Universaldienst bringt Verpflichtungen und Abgaben

Marc Hankmann

Im Koalitionsvertrag haben sich CDU/CSU und SPD darauf geeinigt, Deutschland bis 2025 ins Gigabit-Zeitalter zu führen. Dafür soll neben einer milliardenschweren Förderung auch eine Maßnahme sorgen: der Breitband-Universaldienst. Die Forderung nach einem Universaldienst ist nicht neu, ebenso wenig wie die Kritik daran. Hilft das Recht auf schnelles Internet, das Gigabit-Ziel 2025 zu erreichen?

Der Breitband-Universaldienst soll in der Novelle des Telekommunikationsgesetzes (TKG) verankert werden. Im durchgesickerten Referentenentwurf aus dem Bundesverkehrs- und dem Bundeswirtschaftsministerium von Mitte Mai 2020 werden nicht mehr nur Netzbetreiber, sondern auch Diensteanbieter in die Pflicht genommen. Laut §150 Abs. 2 soll ein Anschluss an ein öffentliches Telekommunikationsnetz an einem festen Standort verfügbar sein, der Sprachkommunikationsdienste und einen schnellen Internetzugangsdienst gewährleistet.

Ausgestaltung durch die BNetzA

Was nun aber schnell konkret bedeutet, obliegt der Bundesnetzagentur (BNetzA). Sie soll die Anforderungen für den Internetzugangsdienst festlegen und dabei sowohl die nationalen Gegebenheiten als auch die von den meisten Verbrauchern im Hoheitsgebiet genutzte Mindestbandbreite berücksichtigen.

Darüber hinaus soll die BNetzA bei der Festlegung der Qualität des Zugangsdienstes darauf achten, welche Auswirkungen die Festlegung auf den privatwirtschaftlichen und geförderten Breitbandausbau haben könnte. Damit soll verhindert werden, dass der Universaldienst den privatwirtschaftlichen Ausbau behindert oder Kommunen ihn anstelle von Förderprogrammen nutzen.

Die TKG-Novelle bemächtigt die BNetzA dazu, Mindestanforderungen an die Dienstqualität, zum Beispiel eine Mindestbandbreite oder ein Mindestdatenvolumen, festzulegen und die Einhaltung der Mindestanforderungen zu überprüfen. Außerdem soll die Netzagentur Grundsätze zum Endnutzerpreis veröffentlichen, denn die Novelle sieht auch vor, dass der Universaldienst ohne Gewinnerzielungsabsicht und zu einem erschwinglichen Preis angeboten werden muss.

Versorgungsverpflichtung

Für Anbieter von Telekommunikationsdiensten kommt es aber noch dicker. Stellt die BNetzA in einem Gebiet eine Unterversorgung fest, kann sie einen oder mehrere in Betracht kommende Anbieter dazu verpflichten, für den geforderten Internetanschluss zu sorgen. Vor allem solche Anbieter, die bereits in der Nähe des unterversorgten Gebiets tätig sind, kämen in Frage. Die BNetzA könnte die Verpflichtung auch für mehrere unterversorgte Gebiete anordnen.

Netzbetreiber, die in einem unterversorgten Gebiet bereits über Kunden verfügen, aber die Mindestanforderungen der BNetzA nicht erfüllen, können verpflichtet werden, ihre Infrastruktur für Dritte zu öffnen, die der Netzagentur nach der Feststellung der Unterversorgung ein entsprechendes Versorgungsangebot unterbreitet haben. Diese Verpflichtung zielt insbesondere auf die Mitnutzung vorhandener Leerrohrinfrastrukturen ab.

Ausgleich durch Umlage

Auf Antrag eines verpflichteten Diensteanbieters ermittelt die Bundesnetzagentur die Differenz zwischen den Kosten mit und ohne Diensteverpflichtung. Stellt die BNetzA fest, dass die Kosten eine unzumutbare Belastung darstellen, erhält der Diensteanbieter am Jahresende einen finanziellen Ausgleich. Der Anbieter muss aber in Vorleistung gehen.

Der finanzielle Ausgleich kommt jedoch nicht aus der Staatskasse, sondern wird mittels Umlageverfahren von allen Diensteanbietern erhoben. Der jeweilige Beitrag bemisst sich am Jahresinlandsumsatz eines Unternehmens im Vergleich zum Jahresinlandsumsatz der gesamten Branche.

Wer bereits von der BNetzA zur Erbringung eines Telekommunikationsdienstes verpflichtet wurde, kann mit einer Beitragsminderung rechnen. Außerdem soll die Netzagentur eine Mindestumsatzschwelle festlegen, um Kleinst- und Kleinunternehmen von der Umlage zu befreien. Wer der Meinung ist, er werde zu Unrecht mit der Abgabe belastet, kann einen Antrag auf Befreiung von der Umlageverpflichtung stellen.

„Mehr Ineffizienz“

Dass diese Verpflichtungen der Branche wenig gefallen, liegt auf der Hand. „Eine pauschale, gesetzliche Ausbaupflichtung wird nicht zwingend weiterhelfen, verunsichert die Unternehmen und birgt die Gefahr, lediglich mehr Ineffizienz in den marktgetriebenen Ansatz zu bringen“, sagt Klaus Landefeld, Vorstand Infrastruktur und Netze im Verband der Internetwirtschaft, kurz eco. Er befürchtet, dass

insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen durch die drohenden Auflagen überfordert werden.

Laut Landefeld stelle sich zudem die Frage, ob der angedachte Weg eines „sehr komplexen, mehrstufigen Verfahrens, das gegebenenfalls zum Ausbauszwang führt“, der richtige Weg sein könne. Vor der Verpflichtung eines oder mehrerer Diensteanbieter muss die BNetzA diese anhören, was das Verfahren erheblich in die Länge ziehen könnte.

Recht auf schnelles Internet

In einer gemeinsamen Stellungnahme sprechen sich der Bundesverband Breitbandkommunikation (Breko), der Bundesverband Glasfaseranschluss (Buglas) sowie der Verband kommunaler Unternehmen (VKU) gegen den Universaldienst aus, da er den Glasfaserausbau bis in die Gebäude konterkariere. „Die Implementierung eines bürokratischen Breitband-Universaldienstes würde wertvolle Zeit kosten und den eigenwirtschaftlichen Ausbau hemmen“, heißt es in der Stellungnahme.

Darüber hinaus will die Bundesregierung ab 2025 ein Recht auf schnelles Internet gesetzlich festlegen. Laut Breko, Buglas und VKU schreckt allein schon die Diskussion um die Ausgestaltung eines solchen Rechts potenzielle Investoren ab. Sollte ein solcher rechtlich verankerter Anspruch auf schnelles Internet kommen, plädieren die Verbände für Anreize zum privatwirtschaftlichen Breitbandausbau ohne Verpflichtungen, zum Beispiel durch die viel diskutierten Voucher ([MediaLABcom berichtete](#)).

Dass der Gesetzgeber aber der Meinung ist, der Breitbandausbau würde durch Verpflichtungen vorangetrieben, demonstriert er derzeit vor allem an der TKG-Novelle, die inzwischen allerdings ins Stocken geraten ist, sodass mit einer Verabschiedung noch in diesem Jahr nicht mehr zu rechnen ist. Deutschland läuft erneut Gefahr, von Brüssel ein Vertragsverletzungsverfahren aufgebrummt zu bekommen, da die Frist zur Umsetzung Ende 2020 abläuft. Noch kann die Branche also versuchen, Einfluss auf die Ausgestaltung des Breitband-Universaldienstes zu nehmen.

Neues vom FRK

Ein Klick ersetzt keinen Blick: FRK-Breitbandkongress 2020 in Leipzig läutet Neustart für Veranstaltungen ein

Die persönliche Kommunikation ist ein wichtiger Schlüssel für den Erfolg und durch nichts zu ersetzen. Daher führt der Fachverband für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) mit dem Breitbandkongress 2020 als erste Branchenveranstaltung nach Ausbruch der Corona-Pandemie die Marktakteure der Kabel- und Breitbandindustrie am 28. und 29. September 2020 in Leipzig wieder zum kommunikativen Austausch vor Ort zusammen.

„Ein Klick ersetzt keinen Blick. Die lange Wartezeit ist endlich vorbei. Wir freuen uns, dass wir es unserer Branche endlich wieder ermöglichen können, sich zum Gespräch zu treffen, sich in Vorträgen und der Ausstellung über die aktuellen Entwicklungen zu informieren und die neuen Trends und Perspektiven zu diskutieren, und zwar unter höchstmöglicher Beachtung der sächsischen Corona-bedingten Hygienevorschriften“, sagt der FRK-Vorsitzende Heinz-Peter Labonte.

Die 23. Ausgabe der Kongressmesse bietet erneut richtungweisende Höhepunkte für die Breitbandbranche. Unter dem Motto „Herausforderungen und Förderprogramme als Chance des Mittelstandes nutzen“ liegt einer der Schwerpunkte auf der Finanzierung von Breitbandnetzen aus eigener Kraft und mit Förderprogrammen von Bund, Ländern, Kommunen und KfW. Caspar Graf von Preysing (PwC), Leiter des Gigabitbüros des Bundes, hält zu diesem Thema die Keynote am 28. September 2020. Sein Vorgänger, Tim Brauckmüller (atene KOM), ehemaliger Geschäftsführer des Breitbandbüros des Bundes, läutet nach der Mitgliederversammlung am Vormittag als Leiter des Bundesförderprogramms Breitband mit seinem Vortrag zum aktuellen Stand der Workshops über die Förderpraxis und seine diesbezüglichen Erfahrungen mit der Breitbandförderung des Bundes den Mittag ein.

Die angekündigte Offenheit der Deutschen Telekom für Kooperationen mit dem Mittelstand, die früher gängige Praxis war, soll der Vortrag von Jean Pascal Roux erläutern. Es wird erwartet, dass der Senior Vice President des Bereichs Wohnungswirtschaft und Breitbandausbau der Telekom Deutschland in dieser Tradition auf die mittelständischen Kabelnetzbetreiber zugeht, wenn er das aktuelle Leistungsangebot der Telekom vorstellt. Weitere Referenten sind Mirko Paschke (BMVI), Christoph Schalast (Kanzlei Schalast), Frederic Ufer (VATM), Uwe Rehnig (Rehnig BAK Kabelfernsehen), Pascal Germanus (Ocilion), Helmut Schenk (KWS), Bernhard Mund (bda connectivity), Benedikt Breuer (Axing/DEV Systemtechnik), Falco Lehmann (Connect Com) und Arnd Janus (Secom). Heinz-Peter Labonte beendet den Kongress mit einem Fazit und Ausblick.

Der 23. Branchentreff der mittelständischen Kabel- und Glasfasernetzbetreiber und Dienstleister findet mit begleitender Ausstellung am 28. und 29. September 2020 im H4 Hotel Leipzig statt. Die geltenden Hygieneregeln werden eingehalten (Details: www.breitbandkongress-frk.de/kongress/hinweise-zu-covid-19). Weitere Informationen zum Programm sowie die Möglichkeit zur Anmeldung hält der Verband unter www.breitbandkongress-frk.de bereit.

25. Breitband-Forum: Learnings & Doings 2020

Die Veränderungen, Erfahrungen und Perspektiven der Breitbandnetze in der Corona-Krise stehen im Mittelpunkt des 25. Breitband-Forums am 2. November 2020 in Wiesbaden, das die Deutsche Medienakademie als Präsenz- und Online-Veranstaltung durchführt. Neben Netzausbau, Technik, Nutzung und Vermarktung geht es auch um die politischen Rahmenbedingungen. Zu den Referenten und Diskussionsteilnehmern zählen Cara Schwarz-Schilling (WIK-Institut), Wilhelm Eschweiler (BNetzA), Walter Haas (Huawei), Dido Blankenburg (Deutsche Telekom), Andreas Windolph (PwC), Thomas King (DE-CIX), Gunnar Franke (TÜV Rheinland), Robert Amlung (ZDF).

Infos & Anmeldung: www.medienakademie-koeln.de/event/25-breitband-forum/

Kurzmeldungen

Astra, Glasfaser-ABC und Huber+Suhner BKtel kooperieren bei TV-Versorgung

Der Satellitenbetreiber Astra Deutschland, der Dienstleister Glasfaser-ABC und der Systemlieferant Huber+Suhner BKtel haben sich zu einer partnerschaftlichen Allianz zusammengeschlossen, um Netzbetreibern, Stadtwerken, Energieversorgern und der Wohnungswirtschaft zukunftssichere Lösungen zur TV-Versorgung bereitzustellen.

Ziel sei es, die Vorteile einer zentralen Satelliten-TV-Verteilung zu bündeln und maßgeschneiderte, rentable Lösungskonzepte für Einzelobjekte, Quartierslösungen, kommunale Stadtnetze oder zur Modernisierung bereits vorhandener Installationen anzubieten, teilten die Partner mit. Das neue Konzept ermögliche eine sichere und zeitgemäße lineare TV-Versorgung der Endkunden, unabhängig vom IP-Datenstrom via Internet und dessen Auslastung.

Die Lösung greift auf die mehr als 1.200 TV- und Radioprogramme zurück, die über das Astra-Satellitensystem auf 19,2° Ost in SD-, HD- und Ultra HD/4K-Bildauflösung ausgestrahlt werden. Satellitenfernsehen ist bandbreitenunabhängig, denn anders als bei IPTV oder Streaming wird kein Internetanschluss benötigt. Dies ist laut der Partner ein großer Vorteil, wenn vielerorts in Peak-Zeiten die bestehenden Netzinfrastrukturen an ihre Grenzen stoßen. Darüber hinaus sei die Stromersparnis von etwa 85 Prozent im Betrieb ein ökologischer Pluspunkt.

Zattoo startet via HbbTV OpApp auf Panasonic-TVs

Die Besitzer von Panasonic-Smart-TVs in Deutschland und der Schweiz können Zattoo ab sofort als Haupt-TV-Empfangsweg wählen, bei dem die Benutzeroberfläche von Zattoo der Standard ist. Technisch ermöglicht wird dies durch die HbbTV Operator App, die Zattoo als erster OTT-Anbieter verwendet. Der Streaming-Dienst wird auf diese Weise in alle 2020er-OLEDs und -LCDs von Panasonic ab der HXW804-Serie integriert.

Mit Zattoo lassen sich in Deutschland über 100 und in der Schweiz über 250 TV-Sender via Internet empfangen. Die App ist kostenlos nutzbar, zusätzlich können Abo-Pakete gebucht werden. Mit der HbbTV OpApp kann Zattoo wie ein eigener Empfangsweg genutzt werden – alternativ oder zusätzlich zu Kabel, Satellit und DVB-T2. Nach dem Beenden einer anderen App oder beim Drücken der TV-Taste auf der Fernbedienung gelangt der Nutzer immer wieder auf die Zattoo-Benutzeroberfläche.

„Was auf den ersten Blick aussehen mag wie ein kleines technisches Detail, steht sinnbildlich für das, worauf wir bei Zattoo seit 15 Jahren hinarbeiten: Auf dem Fernseher ist TV-Streaming ein gleichwertiger Empfangskanal neben Satelliten- oder Kabel-TV“, sagt Jörg Meyer, Chief Officer Content & Consumer von Zattoo. Dirk Schulze, Head of Product Marketing TV/Home AV bei Panasonic Deutschland, erklärt: „Panasonic ist führend, wenn es um flexiblen TV-Empfang geht. Dafür kooperieren wir mit zahlreichen Anbietern, sodass für alle Kunden ein passendes Angebot dabei ist. Die Integration von Zattoo als HbbTV Operator App auf unseren aktuellen TV-Modellen macht das Fernsehen über Streaming-Apps nun noch komfortabler.“

Vodafone holt DAZN auf GigaTV-Plattform

Vodafone bietet den Sport-Streamingdienst DAZN ab sofort als App auf seiner TV-Plattform GigaTV an. Das Angebot ist für Kabelkunden auf der GigaTV-4K-Box sowie auf der Streaming-Box GigaTV Net verfügbar. Vodafone ist der erste deutsche Telekommunikationsanbieter, der DAZN auf seiner TV-Plattform integriert. Wer sich für DAZN bereits registriert hat, kann sich mit seinen bestehenden Zugangsdaten anmelden; Neukunden registrieren sich direkt in der DAZN-App. Alternativ ist die Anmeldung über die Webseite www.dazn.com/vodafone möglich.

„Auf unserer Unterhaltungsplattform GigaTV bündeln wir TV-, Video- und Mediatheken-Inhalte und führen die Dienste unserer Partner übersichtlich für unsere Kunden zusammen. Mit DAZN erweitern wir GigaTV nun um einen populären Live-Streaming-Service, der die Wünsche unserer sportinteressierten Kunden berücksichtigt und unser Unterhaltungsangebot auf GigaTV noch attraktiver macht“, sagt Rolf Wierig, Global Head of Entertainment & Video bei Vodafone.

Thomas de Buhr, Executive Vice President DAZN DACH, erklärte „DAZN möchte allen Fans ihren Lieblingssport jederzeit und überall zur Verfügung zu stellen. Die Distribution unserer App über GigaTV ist

ein wichtiger Schritt für DAZN, der es uns ermöglicht, Millionen Vodafone-Kunden schnellen und unkomplizierten Zugriff auf den besten Live-Sport zu gewähren." DAZN zeigt für 11,99 Euro pro Monat Livesport in HD-Qualität, darunter die Fußball-Bundesliga, UEFA Champions League, die spanische La Liga und US-Sport aus der NBA, NFL und MLB.

Deutsche Telekom bringt DAZN auf MagentaTV

Die Deutsche Telekom bietet den Kunden ihrer TV-Plattform MagentaTV ab sofort den Sport-Streamingdienst DAZN an. Die DAZN-App ist sowohl auf dem Media-Receiver (Generation 401, 601 oder 201) als auch via TV-Stick verfügbar. Vor Kurzem hatte bereits Vodafone DAZN auf seine GigaTV-Plattform für Kabelkunden geholt. Bei Sky ist DAZN bereits auf der Sky-Q-Box verfügbar.

Holger Enßlin verlässt Sky nach 17 Jahren

Holger Enßlin, Chief Officer Legal, Regulatory & Distribution bei Sky, hat sich dazu entschlossen, das Unternehmen zu verlassen. Ende 2020 wird er von seiner Funktion als Geschäftsführer und General Counsel in Deutschland, Österreich und der Schweiz zurücktreten. Um einen reibungslosen Übergang zu gewährleisten, steht Enßlin Sky in der ersten Jahreshälfte 2021 als Senior Advisor zur Verfügung.

Mit Enßlin verlässt das letzte Mitglied der alten Führungsmannschaft den Pay-TV-Veranstalter. „Nach 17 Jahren bei Sky wird nächstes Jahr der richtige Zeitpunkt für mich sein, etwas Neues zu machen. Bis dahin werde ich mich weiterhin mit großem Engagement für das Unternehmen einsetzen und mit dem Management zusammenarbeiten, um einen reibungslosen Übergang zum neuen General Counsel und meinen Nachfolgern im Bereich Distribution und Sportrechte zu gewährleisten“, sagt Enßlin.

NRW macht Weg frei für Privatradios auf DAB+

Endlich mehr Radiovielfalt in Nordrhein-Westfalen: Auf einem landesweiten DAB+-Multiplex sollen künftig private Sender ausgestrahlt werden. Der Ausschuss für Kultur und Medien des Landtags Nordrhein-Westfalen wurde jetzt über die rechtmäßige Zuordnung der landesweiten DAB+-Kapazität auf Kanal 9D unterrichtet, wie die [„Radiowoche“ berichtet](#).

Vorausgegangen war die Zuordnungsentscheidung des Ministerpräsidenten am 3. Juli 2020. Damit steht der zeitnahen Ausschreibung der Kapazität durch die Landesanstalt für Medien (LfM) nichts mehr im Wege. Kanal 9D wurde bis 31. Dezember 2035 für die landesweite DAB+-Ausstrahlung im bevölkerungsreichsten Bundesland zugeteilt.

Der landesweite Multiplex soll bis zu 15 Privatradios via DAB+ in Nordrhein-Westfalen ermöglichen. Außerdem ist die Ausschreibung regionaler Multiplexe geplant, die in Gesamtheit eine weitere landesweite Bedeckung ermöglichen.

fight24 HD startet bei HD Austria

Der Pay-TV-Sportsender fight24 HD ist ab sofort auf der hybriden Satelliten-TV-Plattform HD Austria und damit erstmals in Österreich zu empfangen. Die Verbreitung erfolgt im „HD Austria Kombi“-Paket, das insgesamt mehr als 80 TV-Sender in HD- und Ultra-HD-Bildqualität und zusätzlich über 40 neue Premium-Sender zum Monatspreis von 18,90 Euro umfasst. Alle Abonnenten mit „Kombi Paket“ können den Neuzugang via Internet empfangen.

„Wir freuen uns sehr, dass wir diesen hochwertigen Premium-Sender als erste Plattform in Österreich verbreiten können. Mit einem solchen Kampfsportsender der Extraklasse ergänzen wir unser Programmportfolio auf der hybriden HD Austria Satelliten-TV-Plattform um exklusive Sporthighlights aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Europa. Fight24 HD bietet unseren Kunden mit spannenden Live-Übertragungen, News und Hintergrundberichten aus den Bereichen Olympisches Boxen, Kickboxen, Mixed Martial Arts, Ringen oder Muay Thai einen echten sportlichen Mehrwert“, sagt Martijn van Hout, Direktor von HD Austria und Country Manager für Österreich und Deutschland bei der Muttergesellschaft M7 Group.

Peter Behrends, Geschäftsführer der fight24-HD-Betreibergesellschaft Martial Arts Broadcasting Network, erklärt: „Mit dem Start bei HD Austria setzen wir den konsequenten Ausbau der Verbreitung von fight24 HD fort. Wir sind stolz, dass wir mit HD Austria eine der größten österreichischen TV-Plattformen von unserem Programm überzeugen konnten. Mit weiteren Plattform- und Netzbetreibern im deutschsprachigen Raum stehen wir in fortgeschrittenen Verhandlungen.“

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](#)