

AUS DEM TAKT

IFO-EXPERTE ÜBER DIE PROBLEME DER ELEKTRONIKBRANCHE

Spazierengehen in düsteren Zeiten

Ausgabe 104 • Mai 2022

Sehr geehrte Damen und Herren,

wenn Sie sich die Überschriften in dieser Ausgabe durchlesen, kann man tatsächlich den Eindruck gewinnen, wir lebten in düsteren Zeiten. Da ist von einem Dilemma die Rede, aus dem es kaum einen Ausweg gibt, von falschen Versprechungen, Symbolen des Scheiterns und einer abgegrätschten Grundversorgung. Ach du liebe Güte, bevor ich das lese, gehe ich lieber in der Sonne spazieren, mögen Sie vielleicht denken.

Gegen einen Spaziergang ist nichts einzuwenden, nur zu, wir bewegen uns ohnehin alle viel zu wenig. Allerdings bringt es nichts, den Kopf in den Sand zu stecken. Der jüngste Lockdown in Shanghai führte uns noch einmal vor Augen, wie fragil die Lieferketten der globalen Wirtschaft sind. Klaus Wohlrabe von ifo Institut erklärt im Interview die Ursachen für Lieferengpässe bei elektronischen Bauteilen und was dagegen getan werden kann.

Unser Herausgeber Heinz-Peter Labonte entlarvt, warum wir seit fast einem Viertel Jahrhundert beschleunigt werden, ohne dass wir etwas davon bemerken. Fast unbemerkt hat die ARD ihre treuesten Radiohörer ins Abseits gestellt und ihre Kernaufgabe mit Füßen getreten. Und auch die Hersteller von Radioempfängern waren nicht gerade kundenfreundlich unterwegs.

Dass ProSiebenSat.1 nun in bundesweit verbreiteten TV-Programmen regionale Werbung ausstrahlt, ist keine gute Nachricht für privatfinanzierte lokale und regionale Fernsehanbieter. Und auch das EuGH-Urteil zum Speichern in der Cloud könnte neue Vergütungsansprüche der Urheber gegenüber Herstellern von Speichermedien nach sich ziehen.

Und in unserem Podcast geht es anlässlich der vor fünf Jahren begonnenen terrestrischen TV-Verbreitung via DVB-T2 um die Zukunftsfähigkeit des Antennenfernsehens. Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Auch wenn es nach düsteren Zeiten aussieht, es bleibt Teil unseres journalistischen Selbstverständnisses, den Finger in die Wunde zu legen. Nach Ihrem Spaziergang wünschen wir Ihnen eine angenehme Lektüre.

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

Inhalt

„Aus diesem Dilemma gibt es kaum einen Ausweg“ – ifo-Experte Klaus Wohlrabe über anhaltende Probleme der Elektronikbranche bei der Materialbeschaffung

Falsche Versprechen seit 1998... oder: Digitale Stimmenfänger

Beschleunigung des Breitbandausbaus: Aktenordner als Symbole des Scheiterns

Streitthema Software-Update-Pflicht: wichtiger Beitrag gegen Elektroschrott und für Ressourceneinsparung

In die Grundversorgung gegrätscht: Wie die ARD die treuesten Radiohörer vergrault

Nach Gerichtsurteil: ProSiebenSat.1 startet regionale TV-Werbung

EuGH: Speichern in der Cloud fällt unter Privatkopie

Medien im Visier – der Podcast von MediaLABcom

Kurzmeldungen

Elektronikbranche bei der Materialbeschaffung

Krieg in der Ukraine, Lockdown in Shanghai – von einer Entspannung der globalen Lieferketten kann keine Rede sein. Klaus Wohlrabe, Leiter Umfragen beim ifo Institut, gibt einen Einblick in die derzeitige Situation und beleuchtet die konkreten Ursachen. Außerdem spricht er über die Optionen, die kleine und mittelständische Unternehmen haben, um ihre Abhängigkeit von Lieferanten zu reduzieren.

[Lesen Sie mehr](#)

Falsche Versprechen seit 1998... oder: Digitale Stimmenfänger

Heinz-Peter Labonte

Machen wir's kurz! Die Bundesampel steht bei den Digitalisierungsversprechen in bester Regierungstradition. Wieso? Hier die Beweiskette:

1998, 2002 und 2005

[Lesen Sie mehr](#)

Beschleunigung des Breitbandausbaus: Aktenordner als Symbole des Scheiterns

Marc Hankmann

Anfang März twitterte Miriam Teige ein Bild, das eine Reihe mit Aktenordnern zeigte, die für die Genehmigung von drei Windkraftanlagen notwendig sind. Insgesamt 36.000 Blatt Papier in 60 Ordnern, schrieb die Pressesprecherin Windenergie Onshore von EnBW in ihrem Tweet. Es seien 10.000 Euro an Druckkosten und 100 Stunden Arbeitszeit angefallen. „Kosten für mangelnde Digitalisierung in Behörden = 22.000 Euro“, twitterte Teige - mit einem entnervt dreinblickenden Smiley.

[Lesen Sie mehr](#)

Streitthema Software-Update-Pflicht: wichtiger Beitrag gegen Elektroschrott und für Ressourceneinsparung

Maximilian Heitkämper

Seit dem 1. Januar 2022 haben Verbraucher:innen in Deutschland Anspruch darauf, dass ihre Smartphones, Smart-TVs sowie sonstige mit Software betriebenen Geräte regelmäßig nach dem Kauf mit Software-Updates versorgt werden, die den funktionsfähigen Betrieb und die Sicherheit gewährleisten.

[Lesen Sie mehr](#)

In die Grundversorgung gegrätscht: Wie die ARD die treuesten Radiohörer vergrault

Marc Hankmann

Mit folgendem Satz kann man seit 20 Jahren problemlos jeden medienpolitischen Beitrag beginnen: Derzeit wird viel über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und dessen Auftrag diskutiert: mehr Information, weniger Unterhaltung, mehr Innovation, weniger Quote usw. Das Übliche halt. Und wie so häufig legt die ARD selbst Hand an ihren ureigensten Versorgungsauftrag.

[Lesen Sie mehr](#)

Nach Gerichtsurteil: ProSiebenSat.1 startet regionale TV-Werbung

Dr. Jörn Krieger

ProSiebenSat.1 nutzt das jüngste Gerichtsurteil und startet mit regionaler Werbung im bundesweiten Fernsehen: Die Werbetochter Seven.One Media geht aktuell mit einer ersten Bewegtbildkampagne für die österreichische Ladenkette Fussl Modestraße on air.

[Lesen Sie mehr](#)

EuGH: Speichern in der Cloud fällt unter Privatkopie

RA Ramón Glaß

Der Europäische Gerichtshof (Urt. v. 24.03.2022, Rs. C-433/20) hat entschieden, dass eine Vervielfältigung vorliegt und damit grundsätzlich Urheberrechte verletzt werden, wenn eine Privatperson ein urheberrechtlich geschütztes Werk in eine Cloud hochlädt. Zugleich hat der EuGH aber auch festgestellt, dass die Ausnahme der „Privatkopie“ grundsätzlich auch auf Cloud-Dienste Anwendung findet.

[Lesen Sie mehr](#)

Fünf Jahre DVB-T2 HD: „Es ist eine Grundversorgung“

In der aktuellen Ausgabe von „Medien im Visier“ sprechen die Freenet-TV-Chefin Francie Petrick und der Medienfachjournalist Dr. Jörn Krieger über die Bedeutung von Antennenfernsehen im Wettbewerb mit Kabel, Satellit und IPTV. Welche Wachstumschancen und welche Zukunft hat die Antenne noch? Und was lässt sich aus der Entwicklung in den USA ablesen?

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

70 Prozent der 16- bis 49-Jährigen nutzen Connected-TV

Der Connected-TV ist inzwischen fester Bestandteil des Wohnzimmers: Vor allem die jüngere Zielgruppe der 16- bis 49-Jährigen nutzt Connected TV mit über 70 Prozent. Auffällig hoch sind die Zahlen in Haushalten mit Kindern: Hier nutzen 77 Prozent einen Fernseher mit Internetzugang.

[Lesen Sie mehr](#)

„Aus diesem Dilemma gibt es kaum einen Ausweg“ – ifo-Experte Klaus Wohlrabe über anhaltende Probleme der Elektronikbranche bei der Materialbeschaffung

Marc Hankmann

Krieg in der Ukraine, Lockdown in Shanghai – von einer Entspannung der globalen Lieferketten kann keine Rede sein. Klaus Wohlrabe, Leiter Umfragen beim ifo Institut, gibt einen Einblick in die derzeitige Situation und beleuchtet die konkreten Ursachen. Außerdem spricht er über die Optionen, die kleine und mittelständische Unternehmen haben, um ihre Abhängigkeit von Lieferanten zu reduzieren.

MediaLABcom: Herr Wohlrabe, das ifo Institut veröffentlichte Anfang April 2022 aktuelle Zahlen zu den Schwierigkeiten der deutschen Industrie bei der Materialbeschaffung. Wie stellt sich derzeit die Lage dar?

Klaus Wohlrabe: Die Situation bei der Materialbeschaffung hat sich in Folge des Kriegs in der Ukraine nochmals verschärft. 80,2 Prozent der befragten Firmen im Rahmen der monatlichen ifo-Konjunkturumfrage klagten im März über Engpässe und Probleme bei der Beschaffung von Vorprodukten und Rohstoffen. Im Februar waren es 74,6 Prozent.

In den Schlüsselbranchen der deutschen Industrie sind die Anteile auf sehr hohem Niveau nahezu unverändert geblieben. So berichteten rund 90 Prozent der Unternehmen aus Automobilindustrie, dem Maschinenbau, der Elektroindustrie von Lieferproblemen. In der Chemischen Industrie stieg der Anteil von 58,4 auf 70,5 Prozent. Es gibt eigentlich keine Branche, die nicht oder nur geringfügig betroffen ist.

MediaLABcom: Woran fehlt es den Herstellern von Datenverarbeitungsgeräten und elektrischen Ausrüstungen am meisten?

Klaus Wohlrabe: Grundsätzlich fehlen elektronische Komponenten aller Art. Dies zeigt sich in den Kommentaren der Unternehmen aus unserer Umfrage. Zudem werden auch die unterschiedlichsten Metalle genannt, wie zum Beispiel Stahl, Kupfer oder Aluminium. Die Anforderungen sind ja von Unternehmen zu Unternehmen unterschiedlich.

Es muss hinzugefügt werden, dass in manchen Fällen nicht zwingend die physische Knappheit das Problem darstellt, sondern die stark gestiegenen Einkaufspreise, was die Unternehmen abwägen lässt, ob sie bestellen oder noch abwarten.

MediaLABcom: Welche Gründe machen Sie sonst noch für die anhaltenden Probleme dieser Hersteller bei der Materialbeschaffung aus?

Klaus Wohlrabe: Zu der Beschaffungskrise tragen viele Gründe unterschiedlich stark bei. Strukturell gibt es in den letzten Jahren einen kontinuierlichen Anstieg der Nachfrage nach digitalen Produkten allgemein. Diese Digitalisierung des Alltags und der Wirtschaft hat durch die Coronapandemie nochmals einen deutlichen Schub bekommen, Stichwort Homeoffice und Homeschooling.

Ein weiterer Grund war, dass die Lieferketten nicht sehr diversifiziert waren bzw. sind. So fehlt eine Flexibilität, auf andere Zulieferer auszuweichen. So konnten Störungen in der weltweiten Logistik große Auswirkungen entfalten.

MediaLABcom: Stichwort Coronapandemie: Können Sie die Ursachen näher beschreiben. Was führte konkret dazu, dass zum Beispiel Halbleiter oder Microchips Mangelware wurden

Klaus Wohlrabe: Neben dem Aspekt der allgemein gestiegenen Nachfrage erklärt auch eine hohe Unsicherheit unter den Unternehmen zu Beginn der Coronapandemie zum Teil die Probleme. Im Rahmen dieser Unsicherheit gab es eine große Zurückhaltung bei den Bestellungen von Produkten, weil keiner

wusste, wie es weitergeht. Als diese Unsicherheit abnahm, kam es zu einem sprunghaften Anstieg der weltweiten Nachfrage und die Produzenten kamen gar nicht hinterher mit der Produktion.

Gleichzeitig hat die Coronapandemie zu einer Störung der weltweiten Logistik geführt. Das Bild des querstehenden Schiffs „Evergiven“ im Suezkanal war dafür sinnbildlich. Geschlossene Häfen in China aufgrund von Quarantänemaßnahmen oder Probleme bei der Abfertigung in amerikanischen Häfen haben die weltweite Logistik aus dem Takt gebracht. Leider braucht es seine Zeit, die Taktung wieder zu synchronisieren. Der jüngste Lockdown in Shanghai wird nicht zur Entspannung der Situation beitragen, eher im Gegenteil.

MediaLABcom: Gibt es weitere Faktoren, die dazu geführt haben, dass es immer noch zu Lieferproblemen bei elektronischen Bauteilen kommt?

Klaus Wohlrabe: Vor dem Hintergrund der gestiegenen Nachfrage ist es versäumt worden, die Produktionskapazitäten entsprechend aufzubauen. Aber dies hätte schon vor der Krise in Angriff genommen werden müssen, denn der Bau einer neuen Chip-Fabrik ist ein langfristiges Unterfangen und sehr kostenintensiv. Die Entwicklungen in den letzten zwei Jahren zeigen aber auch schon Wirkung, wie etwa die Pläne, eine Giga-Fabrik für Chips in Magdeburg zu bauen.

MediaLABcom: Inwiefern könnte sich der russische Überfall auf die Ukraine auf diese Lieferprobleme bzw. die Sanktionen gegen Russland auf die Nachfrage nach elektronischen Bauteilen auswirken?

Klaus Wohlrabe: Der Krieg in der Ukraine wird für viele Unternehmen die Lieferkettenproblematik nochmals verschärfen. Neben Öl und Gas exportiert Russland auch viele Metalle wie Aluminiumverbindungen sowie Nickel. Hier wird der Exportstopp auch über indirekte Effekte viele Unternehmen betreffen.

In der Ukraine wird ein großer Anteil des Gases Neon hergestellt, was für die Produktion von Halbleiterprodukten unabdingbar ist. Das wird zu einer weiteren Verknappung führen, und die Preise werden infolgedessen weiter steigen.

MediaLABcom: Wie reagieren die Produzenten elektronischer Bauteile auf die global angespannte Liefersituation?

Klaus Wohlrabe: Kurzfristig können die Unternehmen kaum reagieren. Aus unseren Umfragen wissen wir, dass die Unternehmen vor allem die gestiegenen Preise weitergeben. Die Auftragsbücher sind voll, jedoch können die Unternehmen das nicht in eine entsprechende Produktion umsetzen. Mittelfristig gilt es die Lieferketten neu aufzustellen. Viele Unternehmen werden auch den Aspekt der Robustheit mehr Gewicht neben dem Preis geben. Auch wird der Ansatz der Just-in-Time-Produktion einer Überprüfung unterzogen.

MediaLABcom: Sind die Hersteller elektronischer Bauteile also die großen Profiteure?

Klaus Wohlrabe: Das kann man so sagen. Aber auch für die Chip- und Halbleiterhersteller sind die Einkaufspreise ja gestiegen. Es stellt sich die Frage, in welchem Umfang diese weitergegeben werden können.

MediaLABcom: In der ifo-Studie „Internationale Wertschöpfungsketten – Reformbedarf und Möglichkeiten“ ist zu lesen, dass die Wertschöpfungsketten für Kommunikationsausrüstung, Computer und Elektronik sowie Halbleiter und Komponenten „relativ konzentriert“ sind. Was heißt das genau?

Klaus Wohlrabe: Dass sich der Weltmarkt nur auf wenige relevante Hersteller konzentriert, gerade weil die Halbleiter- und Chip-Produktion so kapitalintensiv ist. Die großen Hersteller sitzen meist in den USA oder Asien, Europa hat noch einiges Potenzial zum Aufholen. Es ist auch ziemlich unwahrscheinlich, dass mittelfristig neue Hersteller eine relevante Größe erreichen könnten. Und selbst wenn, wäre die Gefahr groß, von einem bestehenden Player aufgekauft zu werden.

MediaLABcom: Nimmt ein Land wie China Einfluss auf die eigene Produktion von Kommunikationsausrüstung usw., um zum Beispiel zunächst die eigenen Unternehmen zu versorgen, damit sich deren Wettbewerbsposition verbessert?

Klaus Wohlrabe: Dies ist zu vermuten, lässt sich aber nur schwer belegen. China hat neben der Entwicklung der eigenen Wirtschaft immer auch geopolitische und strategische Aspekte im Fokus. Zudem will man die Transformation von der Werkbank der Welt zu einer eigenständigen Technologienation weiter vorantreiben. Da ist es naheliegend, dass die eigenen Produzenten auf allen Ebenen tendenziell bevorzugt werden.

MediaLABcom: Eine Option für Unternehmen, um unabhängiger von globalen Lieferketten zu werden, ist die Diversifizierung ihrer Materialbeschaffung. Wie stark zeichnet sich diese Strategie für die Beschaffung von Kommunikationsausrüstung, Computer, Elektronik oder Halbleiter bereits ab?

Klaus Wohlrabe: Das lässt sich schwer einschätzen. Lieferketten neu auszurichten ist immer eine mittelfristige Angelegenheit, auch weil Lieferverträge oft langfristig ausgerichtet sind. Die Unternehmen werden damit begonnen haben, das Beschaffungswesen auf den Prüfstand zu stellen und zu schauen, wo Anpassungen notwendig und vor allem möglich sind. Nicht in jedem Fall wird dies so einfach möglich sein. Die aktuellen Zahlen zeigen in jedem Falle, dass eventuelle Neuaufstellungen noch keine Wirkung entfalten haben.

MediaLABcom: Welche Gefahren sind mit dieser Diversifizierung verbunden?

Klaus Wohlrabe: Größere Gefahren sehe ich mit der Diversifizierung nicht. Es kann zu Anpassungsproblemen kommen. Wenn ein Unternehmen eine langfristige Beziehung zu einem bestimmten Lieferanten hat, dann muss sich zeigen, ob die neuen Lieferanten aus dem Stand auch die gleiche Qualität liefern können.

Zudem gilt es auch, diese in die bestehenden Ablaufprozesse einzubinden. Das wird nicht immer so einfach sein. Darüber hinaus stehen höhere Kosten für die Beschaffung im Raum. Dies kann zum Beispiel der Fall sein, wenn die neuen Zulieferer in Europa statt in Asien angesiedelt sind.

MediaLABcom: Für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) dürfte es schwierig sein, die Materialbeschaffung zu diversifizieren. Welche Möglichkeiten haben also KMU, die Kommunikationsausrüstung usw. benötigen, um ihre Abhängigkeit von globalen Lieferketten zu reduzieren?

Klaus Wohlrabe: KMUs haben zumindest weniger Verhandlungsmacht als große Unternehmen. Deshalb wird es für sie schwieriger, sich breiter auf dem Weltmarkt aufzustellen. Daher ist davon auszugehen, dass sie noch höhere Kosten schultern müssen, wenn sie weitere Zulieferer in ihr Portfolio aufnehmen. Hier gilt es vor allem, Verhandlungsgeschick zu beweisen und evtl. Kooperationen mit Großunternehmen zu suchen.

MediaLABcom: Halten Sie es für sinnvoll, die Produktion von elektronischen Bauteilen, von Halbleitern oder Microchips, in Deutschland bzw. in Europa zu erweitern?

Klaus Wohlrabe: Die sollte in jedem Fall geprüft werden. Die aktuellen Entwicklungen zeigen, dass eine zu hohe Abhängigkeit in Krisenzeiten problematisch ist. Die Wirtschaftspolitik, gerade auf EU-Ebene, sollte hier aktiv werden. Dabei sollten aber auch grundsätzliche betriebswirtschaftliche Aspekte nicht vernachlässigt werden, das heißt, eine dauerhafte Subventionierung durch die Politik sollte nicht das Ziel sein.

Eines sollte aber nicht vergessen werden: Selbst wenn die Produktion in Europa ausgebaut wird, es wird weiterhin eine Abhängigkeit mit Blick auf die Rohstoffe geben. Ein Großteil der seltenen Erden wird in China abgebaut. Aus diesem Dilemma gibt es kaum einen Ausweg, außer dass auch in Forschung und Entwicklung investiert wird, ob es eventuell Alternativen bei den verwendeten Rohstoffen oder Verbindungen gibt.

MediaLABcom: Können Sie einen Ausblick geben, ab wann die Probleme in der Materialbeschaffung von Kommunikationsausrüstung, Computer, Elektronik usw. ein Ende finden?

Klaus Wohlrabe: Das ist die Gretchenfrage. Im vergangenen Jahr sind die Unternehmen davon ausgegangen, dass die Lieferengpässe im Sommer dieses Jahrs auslaufen. Davon kann nun keine Rede mehr sein. Gegenwärtig laufen die Befragungen, wie die Erwartungen der Unternehmen nun sind. Ich gehe davon aus, dass sich das dieses Jahr noch hinziehen wird. Eine Entspannung wird wohl erst im nächsten Jahr einsetzen.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Falsche Versprechen seit 1998... oder: Digitale Stimmenfänger

Heinz-Peter Labonte

Machen wir's kurz! Die Bundesampel steht bei den Digitalisierungsversprechen in bester Regierungstradition. Wieso? Hier die Beweiskette:

1998, 2002 und 2005

Beim 1. Breitbandkongress, damals noch Breitbandkabelkongress, des Fachverbands Rundfunk und BreitbandKommunikation (FRK) 1998 kündigte der damalige Bundeswirtschaftsminister Günter Rexrodt an, die analoge TV-Verbreitung werde bis zum Jahr 2010 digitalisiert, und zwar in der Verbreitung sowohl im Breitbandkabel als auch über Satellit.

Im Jahr 2010 „beschleunigte“ das Bundeswirtschaftsministerium unter Rainer Brüderle die Analogabschaltung von 2010 auf 2012. Aber nur für die Breitbandkabelinfrastruktur. Die Nachfolger und Nachfolgerin Brüderles revidierten nichts an der Zeitenfolge. Die Programmverbreitung via Satellit wurde in den Kabelnetzen der Oligopolisten auf Betreiben der großen Netzbetreiber „reanalogisiert“.

Die mittelständischen Kabelnetzbetreiber und der Satellitenbetreiber SES setzten die Vorgabe fristgerecht um und hielten sich an das „Beschleunigungsdatum 2012“. Mit Einverständnis der Bundesregierung haben seit 2019 dann auch die großen Netzzoligopolisten weitgehend auf Digitalverbreitung der TV-Programme umgestellt.

2013

Weiteres Beispiel: Im Jahr 2013 kündigte die Regierung Merkel mit dem Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel zum Regierungsbeginn die flächendeckende Versorgung aller Haushalte der Bundesrepublik mit 50 Mbit/s für 2018 (sic.!) an. Wohlweislich für das Jahr nach der Bundestagswahl 2017. Nur ein Schelm denkt angesichts dieser Terminabfolge Böses.

2017

Sie, lieber Leser, liebe Leserin, liegen richtig! Die Regierung Merkel kündigte für 2021 die Gigabitgesellschaft in Deutschland an. Am Ende stellen wir fest: Auch der großartige Wirtschaftsminister Altmeier nebst seinen digitalen Verkehrsministerkollegen Dobrindt und Scheuer haben es nicht geschafft.

Trotz vieler auf positive Selbstdarstellung der zuständigen Minister und der Bundeskanzlerin nebst den auf untertänigsten Beifall spendenden Branchenvertretern und wichtiger Lobbyisten ausgerichteten Breitbandgipfeln, IT-Gipfeln und Digitalgipfeln ist Deutschland immer noch nicht flächendeckend breitbandig versorgt.

2021

Und 2021 wird im Bündnis für Freiheit, Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit – vulgo Koalitionsvertrag – angekündigt: mehr Fortschritt wagen. Und endlich wird die Vollendung der Ankündigung Rexrods von 1998 für 2025 angekündigt: die Vollendung der flächendeckenden breitbandigen Versorgung bis 2025.

Sicher kommen nun die Gigabitgipfel mit gleicher, den Ankündigungen der Ministerialen huldigenden Zielsetzungen. Themen besetzt, Schlagzeilen gesichert. Wenn das Ziel nicht erreicht wird, macht nichts. Beim nächsten Gipfel gibt's die nächste Ankündigung. Wenn nicht, wird's ausgesessen.

Die Eckpunkte 2022

Doch auch in diesem Jahr 2022 stellen wir die Kontinuität der digitalen Ankündigungs- und Regierungspolitik fest. Der Nachfolger des damals für Digitalisierung zuständigen Ministers Günter Rexrodt, Volker Wissing, seines Zeichens Bundesminister für Digitales (sic!) und Verkehr, wird bei der Vorlage seiner „Eckpunkte des BMDV zur Gigabitstrategie“ deutlich: „Unser Ziel für ein modernes Deutschland ist klar: Bis zum Jahr 2030 wollen wir Glasfaser bis ins Haus und den neuesten Mobilfunkstandard überall dort, wo Menschen leben, arbeiten oder unterwegs sind“. Beste Gabriel/Merkel-Tradition: „Wir verschieben oder sitzen aus“

Immerhin: Die Meinung muss doch erlaubt sein, dies ist nach den spezifischen parteiübergreifenden Mathematikregeln deutscher Bundesregierungen eine Beschleunigung gegenüber dem Koalitionsankündigung aus 2021 um ein halbes Jahrzehnt: von 2025 auf 2030. Chapeau! Da gewinnt doch der Ausruf „Ehrlich währt am längsten!“ eine völlig neue Bedeutung.

Oder liegt es daran, dass parteipolitisch-personelle Leftovers in der Ministerumgebung den FDP-Minister bewusst in die Falle der Interessen der Oligopolisten laufen lassen wollen? Personelle Kontinuität vom Feinsten, statt personeller Diskontinuität Lambrechtscher Art.

Bestandsaufnahme im 25. Jahr

Beim 25. Breitbandkongress des FRK soll am 14. und 15. September 2022 die Gelegenheit ergriffen werden, eine Bestandsaufnahme der politischen Ankündigungspolitik zu machen und diese „Kontinuität der breitbandigen Versprechensbrüche“ zu beenden.

Dort wird unter dem Thema „Finanzinvestoren - Partner oder Gegner von Mittelstand, Wohnungswirtschaft und Kommunen?“ Tacheles geredet. Und zwar unter anderem zu Themen wie „Finanzinvestoren: Chance oder Problem für mittelständische Netzbetreiber?“ oder „Zur sinnlosen Zersplitterung der Verbandsarbeit“ oder auch zu „NE4 - Koexistenz zweier Infrastrukturen - Koax und Glasfaser“.

Fazit

Diese und viele andere Themen könnten auch für die ministerialen Büchsenspanner erhellend wirken. Insbesondere für diejenigen, die sich schon bei der Auswahl der Gesprächspartner des Ministers auf Unterstützung des Ausbaus der Oligopolstrukturen im Markt konzentrieren.

Erhellend, weil die seit den Handwerkererklärungen der 1980er-Jahre im Breitbandausbau erfolgreichen Praktiker ohne viel Firlfanz und Egotrip-Ambitionen die Leistungsfähigkeit der mittelständischen, kommunalen und wohnungswirtschaftlichen Infrastrukturbetreiber in der Praxis nachweisen. Dann erübrigen sich auch leere Versprechungen.

Anfang März twitterte Miriam Teige ein Bild, das eine Reihe mit Aktenordnern zeigte, die für die Genehmigung von drei Windkraftanlagen notwendig sind. Insgesamt 36.000 Blatt Papier in 60 Ordnern, schrieb die Pressesprecherin Windenergie Onshore von EnBW in ihrem Tweet. Es seien 10.000 Euro an Druckkosten und 100 Stunden Arbeitszeit angefallen. „Kosten für mangelnde Digitalisierung in Behörden = 22.000 Euro“, twitterte Teige - mit einem entnervt dreinblickenden Smiley.

Die Bürokratie von Genehmigungsverfahren ist ein Leid, mit dem sich auch Telekommunikationsunternehmen herumschlagen müssen, wenn sie Glasfasernetze errichten wollen – vor allem, wenn sie dafür eine Förderung beantragen. Deswegen hat sich die WIK-Consult GmbH im Auftrag des Bundesministeriums für Digitales und Verkehr (BMDV) auf die Suche nach Möglichkeiten gemacht, den Breitbandausbau in Sachen Verwaltungsverfahren zu beschleunigen.

Bessere Kommunikation

Die WIK-Experten versprechen sich in ihrem Gutachten viel von einer besseren Kommunikation unter allen Beteiligten. Das reicht von einem frühzeitigen Austausch über geplante Ausbauprojekte über feste Ansprechpartner und regelmäßige Jour Fixes zwischen den Stakeholdern bis zum erleichterten Zugang zu Standortinformationen. Dadurch würde zum Beispiel der Zeitverlust durch das Nachreichen von Unterlagen vermieden, Abstimmungsprozesse würden beschleunigt und Bearbeitungszeiten verkürzt.

Bund und Länder haben hierzu bereits einiges auf den Weg gebracht, aber kommunikative Probleme wirken sich auf lokaler Ebene aus. Dezentrale Rückkopplungsmöglichkeiten auf regionaler Ebene wie in Bayern und Nordrhein-Westfalen sehen die WIK-Experten als hilfreich an. So werden etwa die Breitbandbeauftragten der bayerischen Regierungsbezirke hervorgehoben, die gerade bei der Förderung eine wichtige Rolle einnehmen würden.

Größere Ausbau-Cluster

Auch die Bildung größerer Ausbau-Cluster soll der Kommunikation dienlich sein, da die Zahl der Ansprechpartner reduziert werde. Größere Ausbaubereiche ließen sich über Muster- und Rahmenverträge umsetzen. Vor allem könnten aber Synergie- und Skaleneffekte genutzt werden, um etwa die Kapazitäten auf Verwaltungsebene nicht zu überfordern. Netzbetreiber würden Transaktionskosten durch vereinheitlichte Genehmigungsverfahren sparen.

Natürlich schlagen die WIK-Experten auch die vollständige Digitalisierung der Genehmigungsprozesse vor, deren Fehlen Miriam Teige in ihrem zitierten Tweet kritisiert. Eine digitale Lösung für Genehmigungsprozesse im Breitbandausbau hat das Digitalisierungslabor Breitband im Rahmen der Umsetzung des Onlinezugangsgesetzes (OZG) bereits entwickelt. Jetzt geht es darum, dass diese Lösung bundesweit eingesetzt wird.

Kompetenz auf kommunaler Ebene

Mit diesen Ideen dürften die WIK-Experten auf die Zustimmung der ausbauenden Unternehmen stoßen. So fordert etwa der IT-Verband Bitkom die flächendeckende Einführung der OZG-Lösung bis Ende 2022. Er plädiert zudem für die Stärkung der Fachkompetenz sowie den Aufbau personeller Kapazitäten auf kommunaler Ebene. Hier sehen die WIK-Experten hingegen wenig Handlungsbedarf. Dies sei „kein vordringliches Problem“, schreiben sie, da es genügend Weiterbildungsangebote der beiden Projektträger gäbe.

Heinz-Peter Labonte will hierin einen Kniefall vor dem Auftraggeber erkennen. Der Vorsitzende des Fachverbands Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) räumt aber ein: „Nach der Umschulung bzw. Verantwortungserweiterung der kommunalen Wirtschaftsförderer um die Breitbandförderung hat atene KOM eine guten Schulungs- und Weiterbildungsjob gemacht.“ Allerdings kritisiert Labonte die Aufteilung auf zwei Projektträger und schlägt auch eine Stärkung der Fachkompetenz beim Gigabitbüro des Bundes sowie beim BMDV vor.

Der Fachkräftemangel auf kommunaler Ebene wird aber nicht im Handumdrehen zu beheben sein. Auch der Bundesverband Breitbandkommunikation (BREKO) kritisiert den Personalmangel. Die komplexen Fragen, die sich zur Digitalisierung und beim Ausbau der digitalen Infrastruktur stellen, könnten so nicht schnell beantwortet werden. „Das führt im Ergebnis zu einer zu Verzögerungen bei Genehmigungsverfahren und auch zur Ablehnung mittlerweile etablierter alternativer Verlegungsmethoden, die das Ausbautempo deutlich erhöhen könnten“, erklärt eine BREKO-Sprecherin auf Anfrage von MediaLABcom.

Korrektur des Überbau-Fehlanreizes

Auch die Digitalisierung der Verwaltung ist ein langwieriges Unterfangen. Aus Labontes Sicht dürfte die End-to-End-Digitalisierung von Genehmigungsverfahren am schwersten umzusetzen sein, „weil hier viele persönliche bzw. subjektive Kompetenzlücken überwunden werden müssten.“ Auch der BREKO rechnet nicht mit kurzfristigen Effekten. Der Verband sieht ohnehin noch gänzlich andere Stellschrauben

zur Beschleunigung des Breitbandausbaus als die, die im Gutachten beschrieben werden. Neben dem Einsatz alternativer Verlegemethoden fordert der BREKO eine Neuausrichtung der Förderung auf Gebiete ohne bzw. nur mit geringer eigenwirtschaftlicher Ausbauperspektive. „Wenn es gelingt, die Förderung sinnvoll zu dosieren, werden wir in den nächsten Jahren große Fortschritte im Glasfaserausbau sehen“, sagt die Verbandssprecherin.

Der Verband kommunaler Unternehmen (VKU) setzt sich hingegen für mehr Kooperationen und Open Access ein. „Bisher findet der Wettbewerb viel zu häufig zwischen den Netzen statt“, erklärt eine VKU-Sprecherin. „Mancherorts liegen zwei oder drei Netze nebeneinander - und in anderen Orten gar keines.“ Open Access würde hingegen den Überbau-Fehlanreiz korrigieren.

DIN-Normierung „sehr zäh“

Der Bitkom sowie weitere Verbände wie die ANGA, der BUGLAS und der VATM setzen sich unter anderem für eine Normierung alternativer Verlegeverfahren ein, mit denen Glasfaser schneller ausgerollt werden könnte. Der Bitkom fordert zum Beispiel die Gleichstellung mindertiefer Verlegeverfahren und der oberirdischen Verlegung mit dem klassischen Tiefbau. In einer gemeinsamen Stellungnahme bezeichnen die Verbände den Normierungsprozess im zuständigen DIN-Gremium allerdings als „sehr zäh“.

Außerdem befürchten sie, dass ihre ausbauenden Unternehmen nicht genügend Gehör in diesem Prozess bekommen könnten und stattdessen die Tiefbauer und die Kommunen den Takt vorgeben. Letztere stehen den mindertiefen Verlegeverfahren oft skeptisch gegenüber – bisweilen zurecht, denn über langfristige Folgekosten möchte kaum ein Netzbetreiber ein Wort verlieren ([MediaLABcom berichtete](#)).

Das Problem könnte durch einen vom Bitkom vorgeschlagenen Bundesfonds zur Refinanzierung von unerwarteten Bauschäden, die außerhalb der Gewährleistung auftreten, gelöst werden. Der Verband stellt sich allerdings vor, dass die Auszahlung entsprechender Gelder davon abhängig gemacht wird, dass zum Beispiel nach DIN gebaut wurde. Hier beißt sich die Katze in den Schwanz.

Ministerium soll prüfen

Die WIK-Experten haben bei ihrer Suche nach Potenzialen zur Beschleunigung des Breitbandausbaus auch Handlungsempfehlungen an das BMDV formuliert. Häufig geht es darum, dass das Ministerium dieses und jenes prüfen soll. Währenddessen ärgern sich die ausbauenden Unternehmen weiter über komplizierte Genehmigungsverfahren, mangelnde Absprachen und fehlende Kompetenzen. Liebe Frau Teige, es wird wohl leider noch etwas dauern, bis die Reihe an Aktenordnern kürzer wird.

Streitthema Software-Update-Pflicht: wichtiger Beitrag gegen Elektroschrott und für Ressourceneinsparung

Maximilian Heitkämper

Seit dem 1. Januar 2022 haben Verbraucher:innen in Deutschland Anspruch darauf, dass ihre Smartphones, Smart-TVs sowie sonstige mit Software betriebenen Geräte regelmäßig nach dem Kauf mit Software-Updates versorgt werden, die den funktionsfähigen Betrieb und die Sicherheit gewährleisten.

Diese Regeln stellen keine deutsche Insellösung dar, sondern sie basieren auf EU-Regelungen, die der deutsche Gesetzgeber umzusetzen hatte, namentlich in Form der Digitale-Inhalte-Richtlinie (Richtlinie (EU) 2019/770 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen) und der EU-Warenkaufrichtlinie (Richtlinie (EU) 2019/771 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte des Warenkaufs).

Einschneidende Veränderung im BGB

Aus juristischer Sicht stellt die Software-Update-Pflicht freilich eine hochspannende Erweiterung der routiniert bekannten und eingeübten gesetzlichen Gewährleistungsrechte im Bürgerlichen Gesetzbuch dar. So kann man die neuen Regeln für digitale Produkte (§§ 327ff. BGB) zusammen mit weiteren gravierenden Veränderungen im Verbraucherrecht mit Sicherheit als die einschneidendste Veränderung im BGB seit der Schuldrechtsreform im Jahr 2002 bezeichnen.

Die wichtigsten Vorgaben zur Software-Update-Pflicht finden sich konkret in §§ 327e und f BGB und legen hier nun erstmals klar fest, dass ein digitales Produkt mangelhaft ist, wenn es unzureichend mit Software-Aktualisierungen versorgt wird. Damit steht Verbraucher:innen erstmals das gesamte Gewährleistungsrechte-Repertoire in Form von Nachbesserungs-, Minderungs-, Schadensersatz- und Rücktrittsansprüchen auch bei mit Software betriebenen Geräten zur Verfügung, was so gesehen schon mal ein begrüßenswerter Meilenstein ist.

Der ungeklärte Teufel steckt im Detail

Doch wie so häufig bei neuen gesetzlichen Regelungen ist auch hier noch einiges leider im Unklaren oder schlicht noch auslegungsbedürftig. Zu ersterem zählt etwa die Frage, welche technischen Arten von Software-Updates unter dem Begriff Aktualisierungen zu fassen sein werden. Letzteres betrifft dagegen die Frage wie lange etwa der Aktualisierungsanspruch gelten soll.

Das Gesetz bietet hier Jurist:innen lediglich gewohnt nebulös einen sogenannten unbestimmten Rechtsbegriff, also eine bewusst offene Formulierung, bei der es der Gesetzgeber den Gerichten überlässt, durch Einzelfallrechtsprechung im Laufe der Jahre für Klarheit zu sorgen.

So gibt das Gesetz auch hier dementsprechend keinen festen Zeitraum für die Dauer der Aktualisierungspflicht vor, sondern benennt lediglich die Parameter, die für die gerichtliche Festlegung später entscheidend sein sollen „... Zeitraum, den der Verbraucher aufgrund der Art und des Zwecks des digitalen Produkts und unter Berücksichtigung der Umstände und der Art des Vertrags erwarten kann“ (§ 327f Abs.1 S.2 Nr.2 BGB).

Eine Frage des Einzelfalls

Und was heißt das jetzt für die einzelnen Verbraucher:innen? Nun, zunächst einmal muss man sicherlich sagen, dass die offene Form, die der Gesetzgeber gewählt hat, sicherlich Sinn ergibt, berücksichtigt man die Vielzahl an möglichen unterschiedlichen digitalen Produkten, für die die neuen Regeln gelten. So erscheint es etwa nachvollziehbar, dass für eine smarte Zahnbürste andere und gegebenenfalls weniger strenge Aktualisierungsanforderungen gelten sollten als etwa für ein sündhaft teures und hausausfüllendes Smart-Home-System.

Aus Verbrauchersicht muss man daher klar sagen, dass es eben auf die Art des Produktes und die individuellen Nutzungsanforderungen ankommt. Was die richtige Aktualisierungsdauer ist, ist daher Frage des Einzelfalls und kann von Produkt zu Produkt unterschiedlich betrachtet werden, sollte sich aber stets an der zu erwartenden Lebensdauer des Produkts orientieren. Gerade bei diesen Nutzungsanforderungen sollten heutzutage auch klar Nachhaltigkeitsaspekte mitberücksichtigt werden – wie etwa die Ressourceneinsparung durch erhöhte Langlebigkeit von smarten Produkten.

Everybody's Darling: das Smartphone

Um sich der Frage zu nähern, wie ein angemessener Aktualisierungszeitraum ausgestaltet sein kann, soll im Folgenden das Smartphone als plastisches Beispiel dienen. Vielen dürften das folgende Szenario nur allzu bekannt vorkommen: Lange war und ist es in Deutschland Tradition, dass die Menschen Mobilfunkverträge mit zweijähriger Laufzeit abgeschlossen haben. Meistens wurde zusammen mit diesen Verträgen auch gleich das jeweilige Mobilfunkgerät erworben – für „1 Euro“ hieß es da noch früher. Und waren dann die zwei Jahre vorbei, stellte man sich die Frage: Verlängern oder Anbieter wechseln?

Für die Verlängerung gab es dann immer wieder ein neues Handy der aktuellen Generation dazu. Vollkommen egal, ob das alte noch einwandfrei funktionierte oder nicht. Schließlich ist das neue Gerät ja subventioniert und wer guckt schon einem geschenkten Gaul ins Maul? Und so landeten Generationen von funktionsbereiten Handys nach 24 Monaten im Elektroschrott.

Für die Anbieter der Handys, die mittels Software-Updates dafür Sorge zu tragen hatten, dass die Geräte auch funktionieren, ist eine derart kurze Lebensdauer natürlich aus zweierlei Gründen praktisch. Einerseits spart man sich Geld für Serviceleistungen und den Produktsupport. Dies gilt umso mehr für den Bereich der Software-Updates, denn je komplexer die Handys und später Smartphones mit den Jahren wurden, umso komplexer wurde auch die Software auf den Geräten und damit stieg auch der Aufwand, die Geräte stets mit Software-Updates auf dem aktuellen Stand zu halten. Andererseits profitierten die Anbieter letztendlich auch stark von den hohen Absatzzahlen und Verkäufen, wenn die Verbraucher:innen alle zwei Jahre nach einem neuen Gerät verlangten.

Der Zwei-Jahres-Zyklus

Mit der Verbreitung der Smartphones kam es in diesem System jedoch langsam zu einem Wandel. Bedingt durch die stetig steil ansteigende Leistungskraft unserer Hosentaschencomputer, stieg natürlich auch deren Preis. Die Zeiten der vergleichsweise sehr günstigen Handys, deren Austausch sich in kurzen Intervallen noch gut finanzieren ließ, wich der Ära der hochpreisigen High-End-Smartphones, deren Edelausstattung heute leicht Preise aufruft, die so manchen Laptop in den Schatten stellen.

Da ist es klar, dass derartige Geräte nicht alle zwei Jahre für „1 Euro“ zu haben sind. Folglich stieg auch der Wunsch bei den Verbraucher:innen, ihre Geräte länger als nur zwei Jahre zu benutzen, denn bei Computern, Laptops und den meisten anderen hochwertigen Elektroartikeln macht man es ja nicht anders.

Wenn Apps unbrauchbar werden

Und hier stellte sich nun das aktuelle Problem: Wie soll man Smartphones, dessen Hardware auch nach zwei Jahren noch einwandfrei funktioniert, weiter nutzen, wenn der Hersteller keine Software-Update-Unterstützung mehr zur Verfügung stellt?

Man kann das Gerät natürlich auch noch mit der alten Software einfach weiternutzen. Und dann passiert Folgendes: Nach kurzer Zeit werden zahlreiche Apps, die auf dem Smartphone installiert sind, nicht mehr richtig funktionieren. Hintergrund ist, dass diese Apps in der Regel auf die neueste vorhandene Version des jeweiligen Betriebssystems ausgerichtet sind.

Wenn nun ein Smartphone keine Aktualisierung mehr für das neueste Betriebssystem erhält, dann

werden auch die Apps über kurz oder lang ihren Dienst einstellen, weil die dahinterstehenden Dienste die Unterstützung der alten Betriebssysteme nicht mehr gewährleisten.

Mangel an Sicherheitsupdates

Ebenfalls gravierend ist der Mangel an Sicherheitsupdates, wenn diese nicht mehr aktualisiert werden. Hier gilt: Je länger diese ausbleiben, desto größer ist die Gefahr, dass man Opfer von Internetkriminellen wird, die Softwarelücken gezielt ausnutzen, um etwa Schadsoftware auf den Geräten ihrer Opfer einzuschleusen.

Und besonders ärgerlich ist hierbei bislang die fehlende Transparenz: Es erfolgt kein Warnhinweis auf dem Gerät, ab wann es keine Aktualisierungen mehr geben wird (sogenanntes End-of-life). Verbraucher:innen tappen also blind in die Gefahr. Dass dies auch anders geht, zeigt der Markt der Desktop- und Laptop-Betriebssysteme, bei denen es gang und gäbe ist, das Ende des Supports bereits in den vorhergehenden Jahren anzukündigen.

Im Ergebnis wird man sagen müssen, dass ein Smartphone ohne Aktualisierungen nicht mehr verlässlich und sicher betrieben werden kann und man daher gezwungen wäre, es auszutauschen. Auch wenn das Gerät eigentlich von der Hardware her noch problemlos weitere Jahre im Einsatz sein könnte.

Software-Updates – so lange wie es die Hardware erlaubt...

Auf dieser Grundlage wurden bereits im Jahre 2019 Verbraucher:innen im Rahmen einer online-repräsentativen Umfrage befragt, wie lange sie denn ihr Smartphone nutzen möchten und wie lange es durch Updates unterstützt werden sollte. Dabei kam heraus, dass sich die meisten etwa fünf Jahre Aktualisierungen wünschen – sowohl des Betriebssystems als auch in Sachen Sicherheitsupdates.

Dies erscheint auch mit Blick auf die Lebensdauer aktueller verbauter Smartphone-Hardware durchaus ein praktikabler Zeitraum zu sein, bedenkt man, dass die jährlichen technischen Sprünge zwischen den Gerätegenerationen mittlerweile eher marginal ausfallen.

Gleichzeitig kann man die Hardware sowohl vom hohen Preis als auch der Verarbeitung gut mit der von Laptops und Tablets vergleichen, die ebenfalls problemlos fünf bis zehn Jahre ohne technische Ausfallerscheinungen in Betrieb bleiben können. Vor diesem Hintergrund sind auch zuletzt die Signale der letzten Bundesregierung vom Herbst 2021 zu begrüßen, sich bei Smartphones für eine siebenjährige Aktualisierungszeit einsetzen zu wollen.

... ohne illegale Tricksereien...

Es versteht sich dabei von selbst, dass künstliche Maßnahmen infolge von Software-Updates, die den Nutzer:innen ein Veralten des Geräts suggerieren, um sie zum vorzeitigen Kauf eines Neugerätes zu bewegen, grob rechtswidrig und abzulehnen sind. Diese Erfahrung musste etwa Apple zuletzt 2020 machen, als der Konzern für seine sogenannten Drosselungsupdates, die die Leistungsfähigkeit älterer iPhones angeblich zum Schutz der Geräte künstlich heruntergesetzt hatten, mehrfach gerichtlich zu dreistelligen Millionenstrafen verurteilt wurde.

... und so transparent wie möglich

Eine gute und praktikable Lösung für Verbraucher:innen wäre daher, wenn sich Gerätehersteller dazu verpflichten würden, öffentlich einsehbare Listen vorzuhalten, welcher Gerätetyp wie lange, also bis zum Ablauf welches Jahres aktualisiert wird. Auf diese Weise würden Verbraucher:innen auch davor geschützt, dass ihnen veraltete Ladenhüter verkauft werden, deren Aktualisierung ausläuft.

Andererseits kann diese Transparenz auch effektiv als Marketinginstrument genutzt werden, wenn etwa bei erfolgreichen Produkten selbstbewusst die lange Aktualisierungszeit und damit die lange Lebensdauer des Gerätes beworben wird. Eine lange Lebensdauer kann unter Nachhaltigkeitsaspekten ein Argument für die Kaufentscheidung sein und rechtfertigt zudem eher die entsprechend hohen Preise für Geräte der neuesten Generationen.

Frei wählbare Aktualisierungen

Darüber hinaus ist es ärgerlich, wenn Verbraucher:innen keine Möglichkeit haben, bei mehreren verfügbaren Updates gezielt auszuwählen. Wünschenswert ist eine Trennung von verschiedenen Update-Arten wie funktionsändernden Updates und Sicherheitsupdates. Wo dies technisch möglich und sinnvoll ist, sollten Verbraucher:innen verschiedene Update-Arten getrennt bereitgestellt werden.

Um eine solche Auswahlentscheidung aufgeklärt treffen zu können, müssen Verbraucher:innen Informationen dazu erhalten, was genau sich durch das jeweilige Update am Produkt ändert. Insbesondere sollten sie wissen, ob es sich um ein Sicherheitsupdate handelt und ob aktuelle Risiken im Bereich Cybercrime bestehen. Derartige Informationen finden sich heute beispielsweise schon bei Internetroutern und auch bei Desktop- und Laptop-Software ist es längst gang und gäbe, dass man sich vor dem Update durchlesen kann, was dieses bewirkt.

Aktualisierungspflicht auch für Gerätehersteller

Last but not least ist es wichtig, dass sich die Aktualisierungspflicht auch an den richtigen Adressaten richtet. Die Update-Pflicht darf nicht nur für Verkäufer gelten, sondern auch für die Hersteller, weil diese letztendlich als einziger Zugriff auf die Gerätesoftware haben und daher für Updates die natürlichen Ansprechpartner sind. Es ist nicht praxistauglich, warum dafür möglicherweise ein Elektronikhändler, ein Kaufhausbetreiber oder ein kleiner Kiezladen zuständig sein sollten statt Microsoft, Apple und Co.

Maximilian Heitkämper leitet bei der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz den Fachbereichs Digitales und Verbraucherrecht. Er studierte Rechtswissenschaften in Düsseldorf und besitzt einen Post-Graduate Master von der Universität Glasgow. Sowohl im Studium als auch im Referendariat und im beruflichen Werdegang spezialisierte sich Maximilian Heitkämper auf IT- und Medienrecht sowie den gewerblichen Rechtsschutz.

In die Grundversorgung gegrätscht: Wie die ARD die treuesten Radiohörer vergrault

Marc Hankmann

Mit folgendem Satz kann man seit 20 Jahren problemlos jeden medienpolitischen Beitrag beginnen: Derzeit wird viel über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und dessen Auftrag diskutiert: mehr Information, weniger Unterhaltung, mehr Innovation, weniger Quote usw. Das Übliche halt. Und wie so häufig legt die ARD selbst Hand an ihren ureigensten Versorgungsauftrag.

Zum Jahreswechsel verwandelte sie in einigen Haushalten Empfangsgeräte in Elektroschrott. Es geht um jene, die über Satellit oder ihren Kabelanschluss Radioprogramme der ARD hören. Im Digitalisierungsbericht Audio 2021 geben zwei Prozent der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren als Hauptempfangsweg für Radio Satellit oder Kabel an. Das sind umgerechnet rund 1,41 Millionen Personen.

Neues Tonformat sorgt für Ärger

Im nächsten Digitalisierungsbericht dürfte sich die Zahl verringern. Am 14. Dezember 2021 wechselten die ARD-Radioprogramme auf einen neuen Astra-Satellitentransponder, der bereits für die Verbreitung einiger TV-Programme genutzt wird. Dadurch spart die ARD den Radiotransponder ein. Um den TV-Sendern nicht zu viel Bandbreite wegzunehmen, reduziert die ARD die Datenrate der Radioprogramme durch ein neues Tonformat. Und das sorgt für Ärger bei den Beitragszahlern.

AAC-LC (Advanced Audio Coding Low Complexity) ist zwar in einer Vielzahl moderner Empfangsgeräte und Fernseher integriert, aber eben nicht in jedem und nicht jeder Haushalt kauft sich alle paar Jahre ein neues Gerät. Besonders hart trifft es Radiohörer, die für den Empfang über ihren Kabelanschluss einen entsprechenden Radio-Receiver nutzten, denn selbst neue Geräte verfügen oft nicht über AAC.

Auch Sat-Haushalte sind betroffen: Die Kultur- und Klassikwellen der ARD zeichnen sich durch die Übertragung qualitativ hochwertiger Musikproduktionen aus. Dafür nutzen sie das Tonformat AC3, mit dem eine Mehrkanalton-Wiedergabe über Dolby-Digital-Anlagen möglich war. Die meisten Sat-Empfangsgeräte wandeln das AAC-Surround-Signal allerdings in ein Stereosignal um. Es gibt nur wenige Geräte, die ein AAC- in ein AC3-Signal wandeln.

Hersteller und Netzbetreiber betroffen

Die Umstellung trifft zudem die Hersteller in einer Zeit, in der Chips Mangelware ergo teuer sind. Jetzt rächt sich, dass sie den inzwischen über 20 Jahre alten AAC-Standard nicht in ihre Geräte eingebaut haben – wahrscheinlich, um die Lizenzkosten zu sparen. Jedenfalls verhalten sie sich auffällig still. So hat zum Beispiel TechniSat für den beliebten Cablestar 100 ein Software-Upgrade per USB-Stick veröffentlicht – es aber nicht großartig beworben. Eine Mitteilung an die Fachpresse blieb jedenfalls aus.

Darüber hinaus bringt die ARD auch die mittelständischen Kabelnetzbetreiber in Bedrängnis. Viele speisen die Radioprogramme 1:1 in ihre Netze ein. Um Ärger mit den eigenen Kunden zu vermeiden, müssen sie nun über neue Kopfstellentechnik nachdenken, denn mit der bisherigen ist eine Transkodierung von AAC in MPEG-2 meistens nicht zu bewerkstelligen.

Vodafones Rückzieher

Vodafone kündigte bereits vor der Umstellung an, die Radioprogramme weiterhin unverändert, also ab dem 14. Dezember 2021 in AAC einzuspeisen. Wie MediaLABcom erfuhr, wollte der Kabelnetzbetreiber allerdings zunächst die Transkodierung in MPEG-2 vornehmen.

Dann jedoch erfolgte der Rückzieher. „Tests im Vorfeld hatten ergeben, dass viele der von uns an Kunden herausgegebenen Receiver mit dem Audio-Codec kompatibel sind“, erklärt ein Vodafone-Sprecher auf Anfrage von MediaLABcom und nennt die GigaTV- und Horizon-Set-Top-Boxen. „Aber auch für andere Modelle gab es Lösungen. Zum Beispiel für Bemondis-Receiver, für die wir ein Software-Update bereitgestellt haben“, so der Sprecher weiter.

Für viele Haushalte war der Sat- bzw. Kabelempfang der ARD-Radioprogramme ein Quell an Kultur und Information – das Herzstück des öffentlich-rechtlichen Auftrags. Die Programme erweiterten nicht nur das

lokale über UKW oder DAB+ verbreitete Angebot, sondern stellen auch die Grundversorgung der Beitragszahler abseits von Gatekeepern in Telekommunikations- und Kabelnetzen sicher. Wer so mit seiner Kernkompetenz umgeht, muss sich nicht wundern, wenn er an Bedeutung verliert. Gleiches gilt mit Blick auf den Kundenservice für so manchen Hersteller.

Nach Gerichtsurteil: ProSiebenSat.1 startet regionale TV-Werbung

Dr. Jörn Krieger

ProSiebenSat.1 nutzt das jüngste Gerichtsurteil und startet mit regionaler Werbung im bundesweiten Fernsehen: Die Werbetochter Seven.One Media geht aktuell mit einer ersten Bewegtbildkampagne für die österreichische Ladenkette Fussl Modestraße on air.

Der Vermarkter nutzt dabei das neue, breite Addressable-TV-Portfolio, um die Werbespots auf allen TV-Sendern der Seven.One Entertainment Group und im Streaming-Dienst Joyn gezielt nach Regionen auszusteuern. Am 23. Dezember 2021 hatte das Landgericht Stuttgart ein [Urteil des Europäischen Gerichtshofs \(EuGH\) umgesetzt und entschieden](#), dass regionale Werbung auf bundesweiten TV-Sendern rechtmäßig ist.

„Endlich freie Auswahl“

„Jetzt können wir unseren Werbetreibenden auch regionale Angebote für den großen Screen machen. Wir fokussieren uns dabei auf unsere innovativen Auspielmöglichkeiten und setzen insbesondere auf Addressable TV. Mit Addressable TV können wir TV-Werbung im Umfeld unserer TV-Sender und im Live-Stream bei Joyn flexibel regionalisieren. Fernsehen steht für schnellen Reichweitenaufbau, hohe Aufmerksamkeit und hohe Werbewirkung, das funktioniert natürlich auch für Marken, die ausschließlich in bestimmten Regionen werben wollen“, sagte Lennart Harendza, Geschäftsführer von Seven.One Media.

Die Modestraße Fussl wirbt basierend auf einem Regio-Targeting im Umkreis ihrer 49 Modegeschäfte im süddeutschen Raum. Die Kampagne läuft bis Ende Mai 2022 auf allen Sendern der Seven.One Entertainment Group und im Joyn-Livestream.

Ernst Mayr, Geschäftsführung Fussl Modestraße, erklärte: „Endlich haben wir die freie Auswahl über alle Werbekanäle, auch im regionalen Raum. Wir können erstmals die Kraft von TV regional nutzen und damit in den direkten Wettbewerb zu den national werbenden Modeunternehmen treten.“

Kooperation mit Deutscher Telekom

Die Seven.One Entertainment Group hatte zuvor den deutlichen Ausbau ihrer Addressable-TV-Reichweite angekündigt. Seit diesem Monat bündelt die Gruppe sämtliche adressierbaren TV-Reichweiten (erstmalig etwa auch Live-TV auf Joyn) unter dem Begriff „Addressable TV“. Für zusätzliche Reichweite sorgt ein Addressable-TV-Kooperationsvertrag mit der Deutschen Telekom.

EuGH: Speichern in der Cloud fällt unter Privatkopie

RA Ramón Glaß

Der Europäische Gerichtshof (Urt. v. 24.03.2022, Rs. C-433/20) hat entschieden, dass eine Vervielfältigung vorliegt und damit grundsätzlich Urheberrechte verletzt werden, wenn eine Privatperson ein urheberrechtlich geschütztes Werk in eine Cloud hochlädt. Zugleich hat der EuGH aber auch festgestellt, dass die Ausnahme der „Privatkopie“ grundsätzlich auch auf Cloud-Dienste Anwendung findet.

Austro-Mechana: Cloud-Speicher ist Speichermedium jeder Art

Hintergrund des Urteils ist eine Klage der österreichischen Verwertungsgesellschaft Austro-Mechana. Diese nimmt unter anderem die Nutzungsrechte und auch die aufgrund der Ausnahme für Privatkopien geschuldeten Vergütungsansprüche von Rechtsinhaber wahr. Austro-Mechana hatte die in Deutschland ansässige Strato AG auf Zahlung einer Speichermedienvergütung nach österreichischem Recht in Anspruch genommen, weil Strato Privatpersonen Cloud-Speicherplatz anbot.

Der in dem österreichischen Urheberrecht verwendete Begriff der „Speichermedien jeder Art“ umfasse nach Ansicht von Austro-Mechana auch das Überlassen von Speicherplatz in einer Cloud. Nach Ansicht von Strato seien hingegen nur physische Speichermedien umfasst, nicht aber Cloud-Speicherplatz.

Erst Wien, dann Luxemburg

Nachdem das Handelsgericht in Wien die Klage von Austro-Mechana zunächst abwies, weil Strato keine Speichermedien an ihre Kundinnen abgebe, legte das Oberlandesgericht Wien die Sache dem EuGH vor. Von diesem wollte es wissen, ob die Speicherung von Inhalten auf Cloud-Speicherplatz als ausnahmsweise erlaubte Privatkopie anzusehen sei.

Genauer gesagt ging es darum, ob „der Begriff „auf beliebigen Trägern“ in Art. 5 Abs. 2 Buchst. b der Richtlinie 2001/29 dahin auszulegen [ist], dass darunter auch Server zu verstehen sind, die im Besitz dritter Personen stehen, die natürlichen Personen (Kunden) zum privaten Gebrauch (und weder für

direkte noch indirekte kommerzielle Zwecke) auf diesen Servern Speicherplatz zur Verfügung stellen, den die Kunden zum Vervielfältigen durch Abspeichern nutzen („cloud computing“)?“

Hintergrund dieser Frage ist die Regelung des Art. 5 Abs. 2 lit. b der Richtlinie 2001/29, wonach eine Vervielfältigung durch eine natürliche Person zum privaten Gebrauch eine ausnahmsweise erlaubte Vervielfältigungshandlung darstellen kann. Voraussetzung ist jedoch auch, dass die Rechtsinhaber einen gerechten Ausgleich erhalten. In Deutschland ist diese Regelung beispielsweise in § 53 UrhG aufgenommen.

Geräteabgabe und Ausnahme der Privatkopie

Der gerechte Ausgleich der Rechtsinhaber hat eigentlich durch die Nutzer selbst zu erfolgen. Weil es jedoch praktisch nahezu unmöglich ist, diese Ansprüche zu verfolgen, behelfen sich die meisten EU-Mitgliedsstaaten damit, dass sie eine pauschale Abgabe bei denen einfordern, die Anlagen, Geräte und Medien zur digitalen Vervielfältigung herstellen bzw. zur Verfügung stellen – die sogenannte Geräteabgabe. Hierunter fallen Hersteller von Kopierern, Scannern, USB-Sticks, Videorekordern, externen Festplatten etc. In Deutschland ist diese Geräteabgabe in den §§ 54 ff. UrhG geregelt.

Der EuGH hat sich der Vorlagefrage des Oberlandesgerichts Wien gewidmet und entschieden, dass auf Cloud-Speicherplätze die Ausnahme für Privatkopien anwendbar ist. Nach Ansicht des EuGH sehe die Urheberrechtsrichtlinie vor, dass die Ausnahme für Privatkopien in Bezug auf Vervielfältigungen technologieneutral ausgestaltet sei – und damit auch das Hochladen in eine Cloud darunter falle. Besonders betonte der EuGH, dass das europäische Urheberrecht entwicklungs offen gegenüber neuen Technologien sein müsse, wie eben auch Cloud-Speicherplätzen.

Gerechter Ausgleich gefordert

Zugleich stellte der EuGH jedoch auch fest, dass ein gerechter Ausgleich für derartige Privatkopien auf Cloud-Speicherplätzen gefunden werden müsse. Dies sei jedoch Aufgabe der Mitgliedsstaaten. Sie könnten eine Abgabe für Privatkopien einführen, die vom Hersteller oder Importeur der Server zu zahlen ist und die dann wirtschaftlich wiederum an die privaten Nutzer weitergetragen wird. Sichergestellt werden müsse aber, dass die zu zahlende Abgabe nicht über den Schaden hinausgehe, der sich für die Rechtsinhaber ergebe.

Das Urteil des EuGH hat nun zur Folge, dass das Oberlandesgericht Wien prüfen muss, ob nach dem in Österreich geltenden Recht Cloud-Server bereits von der Abgabepflicht erfasst sind oder nicht. Zugleich werden sich auch andere Mitgliedsstaaten Gedanken über diese Frage machen müssen. Im deutschen Urhebergesetz ist in § 54 Abs. 1 von „Herstellern von Geräten und Speichermedien“ die Rede, gegen die der Urheber einen Anspruch auf Vergütung hat. Dem ersten Anschein nach dürfte der Anwendungsbereich auch bei Cloud-Speichern eröffnet sein.

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.

Medien im Visier – der Podcast von MediaLABcom

Danilo Höpfner

Fünf Jahre DVB-T2 HD: „Es ist eine Grundversorgung“

In der aktuellen Ausgabe von „Medien im Visier“ sprechen die Freenet-TV-Chefin Francie Petrick und der Medienfachjournalist Dr. Jörn Krieger über die Bedeutung von Antennenfernsehen im Wettbewerb mit Kabel, Satellit und IPTV. Welche Wachstumschancen und welche Zukunft hat die Antenne noch? Und was lässt sich aus der Entwicklung in den USA ablesen?

Die neue Podcast-Folge von „Medien im Visier“ finden Sie [auf allen führenden Plattformen](#).

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

70 Prozent der 16- bis 49-Jährigen nutzen Connected-TV

Der Connected-TV ist inzwischen fester Bestandteil des Wohnzimmers: Vor allem die jüngere Zielgruppe der 16- bis 49-Jährigen nutzt Connected TV mit über 70 Prozent. Auffällig hoch sind die Zahlen in Haushalten mit Kindern: Hier nutzen 77 Prozent einen Fernseher mit Internetzugang.

Zu diesen Ergebnissen kommt die [„Advanced TV“-Studie](#), die der Werbevermarkter Goldbach zum fünften Mal in Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) durchgeführt hat.

Drei Viertel der Befragten nutzen dabei den Zugang über den Smart-TV, ein Viertel über Zusatzgeräte wie Boxen oder Sticks. Unter den Streaming-Boxen steht Apple TV mit 45 Prozent an erster Stelle, im Segment der TV-Sticks wird der Amazon-Fire-TV-Stick mit 76 Prozent am meisten genutzt. Bei den

Spielkonsolen führt nach wie vor die Sony Playstation mit 70 Prozent.

Der Startbildschirm des Smart-TVs zeigt ebenfalls eine Trendwende: Bislang startete der Bildschirm meist mit dem TV-Programm. In der diesjährigen Befragung gaben 55 Prozent der Nutzer an, mit der Geräteoberfläche zu starten.

Die Nutzung der App- oder VoD-Zusatzfunktionen steigt in diesem Jahr auf 95 Prozent in der DACH-Region, acht Prozentpunkte mehr als 2021. Streaming-Apps sind bei allen Altersgruppen sehr beliebt, TV-Apps vor allem bei älteren Zielgruppen (50- bis 69-Jährige mit 60 Prozent), Musik-Apps hingegen bei den Jüngeren (16- bis 29-Jährige mit 27 Prozent). Streaming-Apps werden in allen Ländern der DACH-Befragung am meisten auf dem Connected-TV genutzt. Die Vielfalt an Inhalten, aber auch die zeitliche Flexibilität werden als die großen Vorteile der Apps genannt.

Wie 2021 verwenden die Nutzer von Connected-TV durchschnittlich 2,3 kostenpflichtige und 3,2 kostenfreie Apps. Dafür werden monatlich zwischen 10 und 29 Euro ausgegeben. Zwei Drittel der Nutzer von kostenpflichtigen Apps würden dabei Werbung akzeptieren, wenn die Inhalte kostenlos wären. 43 Prozent der Nutzer nehmen dabei die Werbung im Connected-TV-Umfeld wahr. 52 Prozent der 30- bis 49-Jährigen finden Werbung „vollkommen in Ordnung“, 43 Prozent der 30- bis 49-Jährigen finden die Werbung hilfreich.

„Connected-TV ist aus dem Home-Entertainment als feste, dynamisch wachsende Größe nicht mehr fortzudenken“, sagte Frank Möbius, Geschäftsführer von Goldbach Germany. „Jetzt geht es darum, weiter gemeinsame Standards der Reichweitenmessung zu erarbeiten und auf Offenheit der Systeme zu achten, um optimale, attraktive Werbemöglichkeiten sicherzustellen.“

Mario Neumann, Unit Director Advanced TV bei Goldbach Germany, erklärte: „Mit der Werbeproduktssystematik im Connected-TV-Bereich lässt sich eine Nutzerschaft adressieren, die über traditionelles TV kaum oder gar nicht mehr zu erreichen ist. Die Zukunft der TV-Werbung ist aus unserer Sicht hybrid, interaktiv und noch voller Möglichkeiten. Die Benutzeroberfläche des Smart-TVs hat sich zu einem ersten Kontaktpunkt und einer vollwertigen Technologieplattform für digitale Werbung entwickelt.“

Sky entfernt Kinowelt TV und Stingray Classica

Sky Deutschland stellt zum 1. Mai 2022 die Verbreitung des Spielfilmkanals Kinowelt TV und des Musiksenders Stingray Classica auf seiner Pay-TV-Plattform in Deutschland und Österreich ein. Ein Sky-Sprecher bestätigte gegenüber MediaLABcom den Wegfall der beiden Programme. „Unser Sender-Portfolio orientiert sich stark an den Wünschen unserer Kunden und wird dementsprechend regelmäßig angepasst“, sagte der Sprecher. Ersatzsender gibt es vorerst nicht. Der Sprecher verwies jedoch darauf, dass Sky noch in diesem Jahr den Streaming-Dienst Paramount+ in das „Cinema“-Paket integrieren werde: „Damit werden wir das Filmangebot noch einmal deutlich ausweiten.“

Tom Adams, Geschäftsführer von Stingray Deutschland, erklärte gegenüber MediaLABcom: „Wir bedauern, dass wir nicht mehr von Sky Deutschland verbreitet werden, und stehen für eine Rückkehr jederzeit gerne zur Verfügung.“

Daniele Grieco, Programmleiter von Kinowelt TV, sagte: „Wir bedauern die Einstellung der Ausstrahlung unseres Senders durch Sky Deutschland besonders im Hinblick auf die lange, konstruktive Zusammenarbeit und die erfolgreiche gegenseitige Ergänzung der jeweiligen Programmangebote. Auch in Zukunft wird unser Programm aus hochqualitativen Spielfilmen im ganzen deutschsprachigen Europa auf allen übrigen, gängigen Plattformen zu sehen sein.“

AstroTV verlängert Satellitenkapazität auf Astra

AstroTV wird auch in den kommenden Jahren über das Astra-Satellitensystem (19,2° Ost) empfangbar sein. Die Muttergesellschaft adviqa verlängerte ihre Partnerschaft mit dem Astra-Betreiber SES über die Satellitenkapazität langfristig. Die Verbreitung erfolgt weiterhin unverschlüsselt in SD-Bildauflösung auf der Frequenz 12,480 GHz V (SR 27.500, FEC 3/4). AstroTV wurde 2004 in Berlin gegründet und bietet seinen Zuschauern ein Programm rund um Astrologie, Spiritualität und Lebensberatung.

„In der heutigen Zeit suchen viele Menschen wieder Zugang zu Spiritualität. Bei AstroTV finden sie Anregungen für ein bewusstes, ausgewogenes Leben, professionelle Beratung für alle Lebensfragen sowie ausgewählte Produkte, die das Leben bereichern können. Damit möglichst viele Menschen diese Chance nutzen können, setzen wir weiter auf die Verbreitung unseres Angebots über Astra“, sagte Christina Arnold, Head of TV von adviqa.

Teleshopping-Gruppe Genius bleibt auf Astra

Der Astra-Satellitenbetreiber SES und die Teleshopping-Gruppe Genius haben ihre langjährige Partnerschaft verlängert. Mit der neuen Vereinbarung sichert sich Genius Satellitenkapazitäten auf der Astra-Position 19,2° Ost. Damit sind die vier Teleshopping-Sender Nicer Dicer TV, Genius Plus TV, Genius Family und Genius auch in den kommenden Jahren unverschlüsselt in SD-Bildauflösung via Astra zu empfangen. Die Genius-Gruppe ist einer der führenden Anbieter von Küchen-, Haushalts- und Lifestyle-Produkten in der deutschen TV-Shopping-Branche.

„Es heißt, das Internet habe das Einkaufsverhalten der Menschen verändert. Doch bereits bevor es Amazon und Co. gab, haben die ersten Teleshopping-Sender über das Medium Fernsehen verkauft. Die Verlängerung unserer Zusammenarbeit unterstreicht, dass die Attraktivität dieses Absatzkanals

ungebrochen ist", sagte Christoph Mühleib, Geschäftsführer von Astra Deutschland.

Saskia Knöpp, Abteilungsleiterin DRTV-Media von Genius, erklärte: „Wir möchten unsere Produkte einem möglichst großen Zuschauerkreis vorstellen. Mit Astra erhalten wir die effiziente Möglichkeit, die Top-Seller unserer vier Sender Millionen TV-Haushalten direkt im Wohnzimmer präsentieren zu können.“

RiC TV startet bei MagentaTV

Der Kinder- und Familienkanal RiC TV ist ab sofort auf der TV-Plattform MagentaTV der Deutschen Telekom empfangbar. Eine entsprechende Partnerschaft schloss die Betreibergesellschaft Your Family Entertainment mit dem Telekommunikationskonzern. Gleichzeitig gab das Münchner Medienunternehmen bekannt, dass Ric TV nun auch in HD-Bildqualität verfügbar ist.

Mit der Verbreitung bei MagentaTV steigt die Reichweite des Free-TV-Senders um rund vier Millionen Kunden. Insgesamt können über 33 Millionen Haushalte in Deutschland, Österreich und der Schweiz das vor knapp zehn Jahren gestartete Programm empfangen.

„Wir sind stolz darauf, RiC TV nun auch bei MagentaTV und zudem in HD-Qualität anbieten zu können! Die Zusammenarbeit mit einem so großen TV-Service bietet uns die Möglichkeit, mit unseren unterhaltsamen und lehrreichen Programmen viele neue Zuschauer zu erreichen. Wir sind überzeugt, dass unser geschätzter Familiensender auf große Begeisterung stoßen wird“, sagte Armin Schnell, Executive Vice President Sales bei Your Family Entertainment.

Philippe Rogge wird neuer Deutschland-Chef von Vodafone

Philippe Rogge wird zum 1. Juli 2022 neuer CEO von Vodafone Deutschland und Mitglied des Group Executive Committee. Rogge tritt die Nachfolge von Hannes Ametsreiter an, der nach sieben Jahren an der Spitze von Vodafone Deutschland neue Wege geht und von der Unternehmens- auf die Private-Equity- und Investoren-Seite wechselt.

„Sieben Jahre durfte ich 16.000 Menschen bei Vodafone Deutschland auf unserem gemeinsamen Weg zu einem Ziel begleiten: Das Gigabit, damals nur eine Idee in unseren Köpfen, ist heute in Millionen deutscher Haushalte angekommen. Gemeinsam haben wir Internet in Deutschland schnell und bezahlbar gemacht“, sagte Ametsreiter. „Ich verlasse Vodafone in tiefer Dankbarkeit für dieses Giga-Team.“

Sein Nachfolger Rogge arbeitete zuvor mehr als zehn Jahre bei Microsoft, zuletzt als Präsident für Zentral- und Osteuropa.

ProSiebenSat.1 bietet Programmatic-TV-Werbung

Die ProSiebenSat.1-Tochter Seven.One Entertainment Group startet „Programmatic TV“ und macht damit die lineare TV-Reichweite für programmatische Werbekampagnen buchbar. Das Unternehmen bietet dabei eine Komplettlösung von der Buchung über die Ausspielung bis zur Abrechnung der Kampagnen.

Die TV-Geräte-Reichweite wird dabei in Echtzeit auf Basis von HbbTV-Nutzungsdaten ermittelt und an das Audience-Prediction-System übergeben, das mit AGF-Daten gekoppelt ist. Ein gemeinsam mit der Konzerntochter Virtual Minds entwickelter TV-AdServer spielt die Spots in Echtzeit im linearen Werbeblock aus.

Als erstes Unternehmen setzt der Grillhersteller Weber-Stephen zusammen mit der Mediaplus Group auf die neue Technologie. Die Werbekampagne läuft derzeit auf allen sieben TV-Sendern der Seven.One Entertainment Group.

„Programmatic TV ist für die Mediabranche die wichtigste Neuerung seit der Einführung von Addressable TV und ein wichtiger Meilenstein, TV zum digitalen Werbemedium zu entwickeln. Der lineare TV-Werbeblock wird jetzt über die komplette Strecke von der Buchung bis zur Ausstrahlung des TV-Spots auch programmatisch buchbar“, sagte Thomas Wagner, Chief Sales Officer der Seven.One Entertainment Group.

„Programmatic TV bedeutet: Echtzeit-Planung, Echtzeit-Buchung und Echtzeit-Reporting. Dadurch erschließen wir insbesondere für Kunden mit Digital-Fokus die Vorteile des linearen Fernsehens wie etwa unsere Premium-Umfelder und die hohen Reichweiten. Gemeinsam mit allen Marktpartnern werden wir das Produkt ständig weiterentwickeln und Erfahrungen sammeln“, sagte Wagner.

HbbTV veröffentlicht neue Version der HbbTV Test Suite

Die HbbTV Association hat eine neue Version der HbbTV Conformance Test Suite veröffentlicht. Der Release trägt die Bezeichnung v2022-1. Es ist die erste Veröffentlichung der Testsuite im Jahr 2022. Die neue Version enthält insgesamt 3.002 Tests und 101 mehr zugelassene Tests als der v2021-3-Release.

Viele der Tests, die erstmals genehmigt wurden, sind dafür ausgelegt, die Testmöglichkeiten für die Low-Latency-Streaming- und Targeted-Advertising-Funktionen auszubauen und die Testqualität in vielen Bereichen der HbbTV-Kernspezifikation zu verbessern.

„Die Freigabe der neuen Version der HbbTV Compliance Test Suite, die verbesserte und umfangreichere Prüfmöglichkeiten bietet, veranschaulicht gut die ständige Anpassung der HbbTV-Spezifikationen an die Anforderungen des Markts“, sagte Vincent Grivet, Vorsitzender der HbbTV Association. „Die erweiterte Testsuite stellt sicher, dass bestehende und neue Funktionen, die das TV-Erlebnis der Zuschauer

bereichern, schnell und reibungslos auf HbbTV-konforme TV-Geräte und Set-Top-Boxen gelangen."

Die HbbTV Conformance Test Suite ist ein zentrales Werkzeug für Gerätehersteller, um die Kompatibilität ihrer Produkte mit den aktuellen HbbTV-Spezifikationen und ihren neuen Funktionen zu prüfen. Die Testsuite steht in den registrierten HbbTV-Testzentren und HbbTV-Mitgliedern zur Nutzung in ihren eigenen Räumlichkeiten zur Verfügung. Weitere Informationen zur Test Suite v2022-1 stehen auf www.hbbtv.org bereit.

HbbTV Symposium startet Call for Sponsors

Die HbbTV Association öffnet den Call for Sponsors für das 10. HbbTV Symposium and Awards, das am 9. und 10. November 2022 in Prag, Tschechische Republik, stattfindet.

„Nach dem sehr erfolgreichen 9. HbbTV Symposium and Awards in Paris im vergangenen Jahr, an dem rund 180 Besucher teilnahmen, freuen wir uns, den internationalen Rundfunk- und Breitband-Marktakteuren eine weitere großartige Gelegenheit zu bieten, sich zu treffen, über aktuelle Entwicklungen auszutauschen und aus erster Hand Einblicke in neue Produkte und Dienstleistungen zu erhalten. Die Sponsoren profitieren bei der 10. Ausgabe des jährlichen Gipfeltreffens der Connected-TV-Branche von einer klar definierten Zielgruppe hochkarätiger Marktteilnehmer“, sagte Vincent Grivet, Vorsitzender der HbbTV Association. „Ich bin mir sicher, dass der Veranstaltungsort Prag, der die sehr aktive und innovative HbbTV-Landschaft in Mittel- und Osteuropa widerspiegelt, den Sponsoren einen attraktiven Mehrwert bietet.“

Das HbbTV Symposium and Awards 2022, das die HbbTV Association gemeinsam mit der tschechischen Association of Commercial Television (AKTV) ausrichtet, findet im Nationalhaus von Vinohrady (Národní dům na Vinohradech) statt, einem Neorenaissance-Gebäude in zentraler Lage in Prag.

Einzelheiten zu den Sponsoring-Paketen für das HbbTV Symposium and Awards 2022 sowie den begleitenden Preview-Events befinden sich im [Call for Sponsors](#). Frühbucheangebote mit Sonderkonditionen sind bis 15. Mai 2022 verfügbar. Das HbbTV Symposium umfasst zudem die 5. Verleihung der HbbTV Awards: Mit den Preisen werden herausragende Leistungen im HbbTV-Bereich in verschiedenen Bereichen ausgezeichnet.

ServusTV lanciert Streaming-Plattform

ServusTV bietet ab sofort seine Sendermarken, Video-on-Demand-Angebote und exklusive Online-Inhalte auf einer neuen Streaming-Plattform. Das kostenlose „ServusTV On“ ist als App auf allen Endgeräten wie Smartphones, Tablets, Notebooks, Spielkonsolen und Smart-TVs sowie direkt im Web unter www.servustv.com verfügbar.

„Egal ob jung oder alt, Generation Mobile oder klassische TV-Zuschauer - mit ‚ServusTV On‘ haben wir eine Plattform für alle Zielgruppen im digitalen Medienzeitalter geschaffen“, sagte Ferdinand Wegscheider, Intendant von ServusTV. „Ein Internetzugang reicht, um die komplette ServusTV-Programmvielfalt und zusätzliche exklusive Inhalte unabhängig genießen zu können. Mit der Digital-Plattform mit kostenlosen exklusiven Premium-Inhalten – von MotoGP bis eigenproduzierter Fiction - werden wir unser Wachstum im Digital-Bereich weiter vorantreiben.“

Ö3, FM4, myfidelio starten auf HbbTV-Portal „ORF Smart“

Der Österreichische Rundfunk (ORF) hat sein multimediales HbbTV-Portal „ORF Smart“ um neue Angebote erweitert: Livestreams sowie Sendungsinfos und Tracklists der Radiostationen Ö3 (inklusive Studiocam und aktuellen News und Verkehrsinfos) und FM4 stehen damit ebenso wie die Live- und Abruf-Inhalte der Klassikplattform myfidelio für die Nutzung über Smart TVs zur Verfügung.

Schon bisher konnte das Publikum im „ORF Smart“-Portal auf das Nachrichtenangebot von news.ORF.at und sport.ORF.at, auf multimediale Wetterinfos, -karten, -kameras und Satellitenfotos sowie auf die ORF-TVthek (inklusive Restart-Funktion bei ausgewählten Sendungen), Flimmit, Ö1 live (bei ausgewählten Produktionen auch in 5.1. Dolby Digital) und den ORF Teletext zugreifen.

„Das HbbTV-Angebot ‚ORF Smart‘ war schon bisher mit zahlreichen Text-, Video- und Audio-Contents eine wichtige Plattform im Rahmen unserer Digitalisierungs- und Multimedia-Strategie. Mit Ö3, FM4 und myfidelio wird das Angebots-Portfolio für Smart TVs nun maßgeblich erweitert“, sagte Dr. Harald Kräuter, ORF-Direktor für Technik und Digitalisierung.

ORF-Radiodirektorin Ingrid Thurnher erklärte: „Wir wollen unseren Hörerinnen und Hörern zeitgemäßen Medienkonsum und ein ideales Nutzungserlebnis bieten. Daher ist es essenziell, die Erreichbarkeit unserer Inhalte auf möglichst vielen Ausspielwegen zu gewährleisten. Es ist erfreulich, dass nun zusätzlich zu Ö1 auch Ö3 und FM4 und damit alle österreichweiten ORF-Radios auf dem multimedialen HbbTV-Portal ‚ORF Smart‘ zu hören sind.“

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

Partner:

Fachverband Rundfunk- und Breitbandkommunikation

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

Redaktion: Marc Hankmann (Leitung), Dr. Jörn Krieger

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH



[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)