

DIGITAL INSIDER

UNABHÄNGIGER INFORMATIONSDIENST FÜR DIGITALE FERNSEHEN & MEDIEN

Wetter für morgen, den 01.06.2017

☀️ **Hamburg** 9 - 19 °C
Klarer Himmel

☁️ **Berlin** 11 - 21 °C
Klarer Himmel

☀️ **Leipzig** 10 - 22 °C
Klarer Himmel

☁️ **München** 16 - 22 °C
Leichter Regen

Themen des Tages

- Schickel: "Gut wäre ein Digitalisierungsbüro"
- Komplettdigitalisierung: "Mutiger Schritt"
- Unitymedia setzt auf Digitalisierungsoffensive
- Urteil: Facebook-Konto nicht vererbbar
- Unitymedia: Studie belegt Nutzen von Breitbandinvestitionen
- Neue Netflix-Serie: Darf man Suizid so zeigen?
- Technisat Vogtland feiert 25jähriges Bestehen
- Google-Schwester Nest bringt verbesserte Sicherheitskamera
- Android-Erfinder stellt High-Tech-Smartphone vor
- DAB Plus: neue Angebote für Baden-Württemberg
- Eutelsat startet neue Satelliten-Generation mit Ionenantrieben

Schickel: "Gut wäre ein Digitalisierungsbüro"

Am Rande der in Köln stattfindenden Messe- und Kongressveranstaltung sprach DIGITAL INSIDER mit Dietmar Schickel, Gründer und Inhaber des Beratungsunternehmens DSC in Berlin sowie ausgewiesener Experte für Breitbandausbau und infrastrukturelle Verbreitung.



Herr Schickel, der Kabelmarkt konsolidiert sich weiter. Wenn erst die Großen, Vodafone und Liberty, sich einig geworden sind, wird ohnehin nur noch ein Platzhirsch das Sagen haben. Sie sind der Experte für Kabelnetze bei Ihrem Unternehmen DSC mit langjähriger Führungserfahrung in Kabelunternehmen: Kann sich

überhaupt noch das Kabelgeschäft für Wohnungswirtschaft und kleinere Betreiber lohnen, wenn nur noch ein Player die Technik, die Vermarktung und letztlich auch die Preise diktieren kann?

Dietmar Schickel: Ihre Frage ist sehr komplex und mit einigen Annahmen formuliert, die ich nicht so einfach bestätigen würde. Fangen wir mit einem möglichen Zusammengehen von Vodafone Kabel Deutschland und Unitymedia an. Sofern ein solcher Zusammenschluss überhaupt genehmigt würde, gäbe es meines Erachtens immer noch ausreichend Wettbewerb. Nach wie vor existiert eine Tele Columbus AG, die dann zwar wohl nicht mehr an einen der beiden großen Unternehmen veräußert werden könnte, aber verstärkt mit einem Aktionär United Internet sicherlich am Markt bundesweit aktiv sein würde. Die Telekom würde ebenfalls keine Zurückhaltung üben und weiterhin als Kabelnetzbetreiber agieren. Hinzu kommt die immer stärker anwachsende Zahl von Stadtwerk-Töchtern und neuen Netzbetreibern, die ihre Angebote auf Glasfasernetzen anbieten – zwar nicht

bundesweit, aber doch teilweise regional sehr gut aufgestellt! Auch das Modell „Wohnungsunternehmen als Kabelnetzbetreiber“ ist sicherlich auch in Zukunft noch aktuell, auch wenn es häufig nur Kooperationen sind, in denen Kabelnetzbetreiber und Wohnungsunternehmen ein gemeinsames Joint Ventures betreiben. Zusammengefasst – um den Wettbewerb mache ich mir keine Sorgen!

Ohne Wettbewerb käme es in jedem Geschäft zum Stillstand, wie immer behauptet wird. Aber wieso haben denn einen Breitbandausbau, den man kaum so nennen kann.

Auch hier die klare Aussage – wir haben einen Breitbandausbau und viele mittelständische Unternehmen sind aktiv dabei diesen auch weiterhin massiv voranzutreiben. Allerdings spielt hier die Politik eine nicht immer nachvollziehbare Rolle. Auf der einen Seite fördert sie den Breitbandausbau in Richtung Hochgeschwindigkeitsnetze durch Gesetze wie das DigiNetzG, dass teilweise in die Eigentumsrechte der Wohnungsunternehmen eingreift, um Investitionssicherheit zu gewährleisten, zahlt Fördermittel in Millionenhöhe und gestattet dann der Telekom mit ihrem Vektorring eine Technik einzusetzen, die tatsächlich einen Breitbandausbau in Glas eher verhindert, als nach vorne bringt.

Wofür brauchen wir denn diese hohe Bandbreiten überhaupt - momentan reden zwar alle von Over The Top (OTT), dem Streaming von Bewegtbild und Musik sowie multimedialen Servicediensten für die Nutzer. Braucht man da überhaupt noch herkömmliche Infrastrukturbetreiber? Es kommt doch alles schon über LTE in rasender Geschwindigkeit zum Kunden.

Ach ja? (lacht). Fahren Sie doch mal im Zug von Berlin nach Dresden. Auf dieser Strecke haben sie teilweise noch nicht einmal die Möglichkeit ein Telefonat zu führen – nur eines von vielen Beispielen. Sicherlich kann hier jeder dutzende Beispiele aufführen. Meiner Meinung nach sollten wir hier nicht unsere Zeit mit LTE und zukünftig 5G als Übertragungsmedien für Bewegtbild in Diskussionen verschwenden. Für eine Bewegtbild Anwendung ist eine Glasfaserinfrastruktur aktuell sicherlich nicht zu toppen. Und was wir uns überhaupt nicht erlauben können, ist ein Stadt-Land Gefälle, wo in Großstädten Streaming-Dienste immer stärker genutzt werden und in einer kleineren Gemeinde die Übertragung nach 30 Sekunden wegen fehlender Konnektivität aussetzt.

Wird es in zehn Jahren überhaupt noch die klassischen TV-Infrastrukturen wie Kabel oder Satellit geben? Wird dann möglicherweise schon alles via Streaming

realisiert?

Ich bin mir sicher, dass es dann nach wie vor TV-Infrastrukturen mit Kabel und Satellit geben wird, allerdings gibt es heute bereits so vielfältige Möglichkeiten für Bewegtbild zu übertragen, dass auch die Wohnungsunternehmen nicht immer wissen, wie ihre Mieter diese Angebote nutzen – sei es mit dem klassischen Kabelanschluss eines Netzbetreiber, via einer Satellitenschüssel auf dem Balkon, DVB-T2 mit einer Zimmerantenne oder als IPTV über die Kupfer-Doppelader der Telekom. Wenn die Internet-Bandbreiten vorhanden sind, wird Streaming sicherlich weitverbreitet sein – aber warum Ressourcen sprich Bandbreite vergeuden, wenn es auch einfacherer Möglichkeiten gibt Bewegtbild von a nach b zu transportieren. Was allerdings zurückgehen wird – ist die lineare Fernsehnutzung – hier wird Streaming ganz klar die Nase vorn haben.

Sie haben mit Ihrem Unternehmen DSC durch diverse Vorträge und Konferenzen in den letzten beiden Jahren zur Situation im Kabel aufgeklärt. Was sind die Herausforderungen der Digitalisierung?

Es ist eine Gemengelage verschiedener Gegebenheiten – die Digitalisierung betrifft ja alle Lebensbereiche oder ich zitiere Steve Jobs – was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert! Die Herausforderungen sind aber insbesondere im Bereich der Kabelnetze, z.B. die immer noch vorhandene analoge Breitstellung von Fernsehprogrammen. Der mutige Schritt von Unitymedia hier eine Vorreiterrolle zu übernehmen, wird gespannt vom Markt beobachtet. Wenn in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg eine einigermaßen reibungslose Abschaltung gelingt, dürfte es nicht allzu lange dauern, bis wir auch in den anderen Bundesländern erleben, dass die analoge Abschaltung erfolgt. In Bayern und Sachsen geben die entsprechenden Gesetze bereits eine Abschaltung für Ende 2018 vor. Die Wohnungsunternehmen sind auf jeden Fall nicht die Bremser. Bei meinen Vorträgen ernte ich viel Zustimmung bei diesem Thema. Was notwendig ist, ist Aufklärung und ein gemeinsames Handeln der Marktpartner, ohne dass das Kartellamt damit Probleme haben wird. Hier sehe ich die Medienanstalten als Moderatoren im Lead. Gut wäre auch ein Digitalisierungsbüro, das ähnlich wie bei der Abschaltung des analogen Satelliten die Aufklärung der Teilnehmer koordiniert und die analoge Abschaltung nach vorne treibt!

Die Branchenmesse ANGACOM steht vor der Tür. Was erwarten Sie an Neuerungen auf Kongress und Messe? Was sind Ihrer Meinung nach die wirklichen

Trend-Themen?

Die Zusammenstellung der Themen ist insgesamt wieder spannend und hochinteressant. Da dürfte für jeden Brancheninsider etwas dabei sein. Neben dem Konferenzteil bin ich dieses Jahr ganz besonders auf die weiteren Informationen zu DOCSIS 3.1 gespannt. Hier sehe ich für die klassischen Kabelnetzbetreiber eine gute Chance den Ausbau ihrer Netze bedarfsgerecht vorzunehmen und die Bandbreiten wirklich den mittelfristigen Bedürfnissen anpassen zu können. Natürlich interessieren mich auch alle weiteren Informationen zum Glasfaser-Angebot und wie es hier vorangeht.

Braucht man eigentlich 2017 noch so viele Infrastrukturverbände? ANGA, Bitkom, BUGLAS, Breko etc... Hat man letztlich nicht gemeinsame Interessen und gemeinsame Zielpersonen?

Mit der anhaltenden Konsolidierung im Kabelmarkt und schrumpfender Anzahl von klassischen Kabelnetzbetreibern macht es meines Erachtens auf jeden Fall Sinn gemeinsam mit den neuen „Glasfasern“ Verbänden strategische Partnerschaften einzugehen oder sogar zu fusionieren. Ein Sprachrohr gegenüber der Politik ist sicherlich wirkungsvoller, als unterschiedliche in Nuancen abweichende Meinungsbilder, die transportiert werden müssen.

Da sich zudem die Themen stark in Richtung Glasfaser verschieben, muss hier einiges passieren.

Unser Unternehmen ist übrigens aktuell Mitglied im BUGLAS geworden, da wir insbesondere bei der Beratungsleistung für Wohnungsunternehmen zum Thema Glasfasernetz-Ausbau top aktuell informiert sein müssen.

Ihre Beratungsgesellschaft DSC in Berlin expandiert stark, obwohl der Markt sich zweifellos und für jeden sichtbar konsolidiert. Ist das nicht völlig paradox?

Eigentlich nicht – tatsächlich hilft uns diese Konsolidierung unsere Beratungsleistung anzubieten. Wenn es weniger Anbieter gibt, besteht die Gefahr, dass es zu Monopolbildungen bzw. Oligopolen kommt. Klar, dass dann das Interesse an einer anbieterneutralen Beratungsleistung wächst, wenn man das richtige Angebot zur Medienversorgung seiner Mieter sucht. Wenn jemand den Markt genau kennt, in der Lage ist möglichen Wettbewerb aufzuzeigen und dann noch faire und für beide Seiten gute Vertragsbedingungen aushandelt, steigt der Bekanntheitsgrad und die Zahl der Anfragen wächst.

Mit unserem eigenen Newsletter, der gerade wieder zur ANGACOM erschienen ist, informieren wir zudem eine Vielzahl von Wohnungsunternehmen und weiteren

Geschäftspartnern über die aktuellen Marktentwicklungen. Zudem sind wir mit insgesamt 12 Partnern bundesweit unterwegs und können daher über die Auftragslage nicht klagen.

Die Themen gehen Ihnen also noch nicht aus. Ändert sich denn möglicherweise die Gewichtung der Themen innerhalb der Beratung bei DSC?

Nicht unbedingt – natürlich bleibt es bei einer starken Gewichtung in Richtung Business to Business (B2B), in unserem Fall das Angebot von Beratungsleistungen für die Wohnungswirtschaft. Allerdings haben wir uns entschlossen ebenfalls eine strategische Partnerschaft einzugehen und Beratungsleistungen im Bereich Business to Consumer (B2C) mit anzubieten. Hier starten wir gemeinsam mit Maik Emmermann und seiner NOVUS Ventures Consulting GmbH in die Beratung von Stadtwerken und Netzbetreibern, da dort augenscheinlich ein erhöhter Bedarf nach solchen Beratungsleistungen in Richtung Endkunden besteht. Von der Strategie, über Vertrieb und Marketing, bis hin zur Produktentwicklung können wir damit das gesamte Endkundenbereich abbilden und diesbezüglich beraten.

Vielen Dank für das Gespräch. [th]

Das Interview gibt die Meinung des Interviewpartners wieder. Diese muss nicht der Meinung des Verlages entsprechen. Für die Aussagen des Interviewpartners wird keine Haftung übernommen.

Komplettdigitalisierung: "Mutiger Schritt"

Auf der Messe- und Kongressveranstaltung Anga Com in Köln wurde vom Kabelnetzbetreiber Unitymedia gemeinsam mit Vertretern der Landesmedienanstalten der Startschuss für eine Volldigitalisierung im Kabel eingeläutet.



Die Analogabschaltung in den Kabelnetzen von Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg wird von Infrastrukturexperten nicht nur am Rande der Branchenmesse Anga Com derzeit gespannt beobachtet.

Kabelnetz- und Breitband-Experte Dietmar Schickel von DSC in Berlin glaubt im Interview mit der DF-Schwesterpublikation DIGITAL INSIDER an einen

Domino-Effekt bei der Analogabschaltung im Kabel: "Wenn in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg eine einigermaßen reibungslose Abschaltung gelingt, dürfte es nicht allzu lange dauern, bis wir auch in den anderen Bundesländern erleben, dass die analoge Abschaltung erfolgt", so Schickel.

In Bayern und Sachsen gäben die entsprechenden Gesetze bereits eine Abschaltung für Ende 2018 vor, so der Experte. Die Wohnungsunternehmen seien auf jeden Fall nicht die Bremser, meint Schickel.

Dennoch sieht der Gründer der Beratungsgesellschaft DSC in Berlin noch Handlungsbedarf bei der Öffentlichkeitsarbeit zu Digitalisierung und fordert ein eigens dafür eingerichtetes Projektbüro zur Digitalisierung bei den Landesmedienanstalten: "Was notwendig ist, ist Aufklärung und ein gemeinsames Handeln der Marktpartner, ohne dass das Kartellamt damit Probleme haben wird. Hier sehe ich die Medienanstalten als Moderatoren im Lead. Gut wäre auch ein Digitalisierungsbüro, das ähnlich wie bei der Abschaltung des analogen Satelliten die Aufklärung der Teilnehmer koordiniert und die analoge Abschaltung nach vorne treibt", so Schickel weiter.

Das komplette Experten-Gespräch mit Dietmar Schickel findet sich im aktuellen DIGITAL INSIDER, den es im Abo unter Heftkaufen.de und per App für Android und iOS gibt. [th]

Unitymedia setzt auf Digitalisierungsoffensive

Das analoge Fernsehzeitalter soll für viele Städte in Baden-Württemberg am 1. Juni Geschichte sein. Kabelnetzbetreiber Unitymedia gibt dann den Startschuss zur letzten Abschaltungs-Stufe des Analog-TVs. Doch sind die Haushalte schon bereit dafür?



Zuerst muss der Süden Baden-Württembergs dran glauben, dann der Norden - am 1. Juni startet Unitymedia die nächste Runde seiner Digitalisierungsoffensive. Alte Übertragungstechnik wird dann stillgelegt.

Doch noch immer seien 100.000 Haushalte nicht digital

unterwegs, gab der Kabelnetzbetreiber einen Tag vor diesem Stichtag zu bedenken. "Sie müssen sofort entweder einen Digitalreceiver oder ein TV-Gerät mit DVB-C kaufen, sonst bleibt ihr Bildschirm dauerhaft schwarz", rät Unitymedia.

Die Landesmedienanstalt steht hinter der Digitalisierungsoffensive: "Sie sorgt für mehr Vielfalt im Programmangebot, bessere Bildqualität und bietet auch die Möglichkeit für mehr regionale Inhalte in HD", kommentiert Dr. Wolfgang Kreißig, Präsident der Landesanstalt für Kommunikation (LFK).

Aber auch ein weiterer Aspekt ist für Kreißig wichtig: "Im Rahmen der Clearingstelle Neue Medien kümmern wir uns in Baden-Württemberg mit Ministerien und kommunalen Partnern um die schnelle Internetversorgung im ländlichen Raum. Auch vor diesem Hintergrund begrüßen wir die Digitalisierung von Unitymedia, die für mehr Breitbandkapazität sorgt". Der Vertreter der LFK weiß aber auch, wo noch viel Arbeit vor Ihnen liegt: Unter der größeren Vielfalt im Kabel leide die Auffindbarkeit einzelner Sender. Die Aufgabe der Landesmedienanstalten sei an dieser Stelle, die Reihenfolge der Programme auf Nachvollziehbarkeit zu prüfen.

Fernsehhersteller sortieren die Programme jedoch oftmals nach ihrem eigenen Kriterien: „Das kann nicht im Sinne der Verbraucher sein. Darum begrüßen wir die Initiative der Länder, in Zukunft auch die Gestaltung von sogenannten Benutzeroberflächen wie zum Beispiel Programmübersichten regulatorisch stärker in den Blick zu nehmen, um damit auch eine bessere Auffindbarkeit von Public-Value-Angeboten oder von regionalen Inhalten zu gewährleisten“, so Dr. Wolfgang Kreißig. [PMA]

Urteil: Facebook-Konto nicht vererbbar

Eltern haben keinen Anspruch auf Zugang zum Facebook-Account ihres verstorbenen Kindes. Das entschied das Berliner Kammergericht am Mittwoch in zweiter Instanz und stellte sich damit gegen ein erstes Urteil des Landgerichts von 2015.



Es war ein zäher Streit. Nun hat das Berliner

Kammergericht entschieden, dass Eltern keinen Anspruch auf Zugang zum Facebook-Account ihres verstorbenen Kindes haben. Den Klägern bleibt aber noch der Weg zum Bundesgerichtshof nach Karlsruhe.

Eltern haben keinen Anspruch auf Zugang zum Facebook-Account ihres verstorbenen Kindes. Das entschied das Berliner Kammergericht am Mittwoch in zweiter Instanz. "Wir sehen es anders als das Landgericht", erklärter der Vorsitzende Richter Björn Retzlaff. Er betonte aber auch, dass die Entscheidung nicht leicht gefallen sei.

Geklagt hatte eine Mutter, deren Tochter 2012 an einem Berliner U-Bahnhof von einem einfahrenden Zug tödlich verletzt wurde. Die Eltern wollen klären, ob es sich um einen Suizid gehandelt haben könnte und fordern von Facebook Zugang unter anderem zu den Chat-Nachrichten. Der US-Konzern verweigert dies und berief sich dabei auch auf den Datenschutz. Von der Offenlegung von Nachrichten wären demnach auch andere Nutzer betroffen, die mit der damals 15-Jährigen gechattet hätten - in der Annahme, dass die Inhalte privat bleiben.

Bei ihrer Entscheidung haben die Richter die Frage, ob ein Konto vererbt werden kann, offengelassen. Ausschlaggebend für das Urteil war vielmehr das Fernmeldegeheimnis. "Das ist der Hauptpunkt unserer Entscheidung", so Retzlaff. Auch wenn das Fernmeldegeheimnis seinen Ursprung in der Telefonie habe, könne es hier angewendet werden. Zudem betonte der Richter, dass es etwa bei Zwei-Personen-Chats auch um den Schutz Dritter gehe.

Facebook begrüßte am Mittwoch das Urteil. "Gleichzeitig fühlen wir mit der Familie und respektieren ihren Wunsch", erklärte ein Sprecher des Netzwerks. "Wir bemühen uns darum, eine Lösung zu finden, die der Familie hilft und gleichzeitig die Privatsphäre Dritter, die möglicherweise betroffen sind, schützt."

In erster Instanz hatte das Berliner Landgericht 2015 entschieden, dass Facebook den Eltern Zugang zum Konto verschaffen muss. Die Richter erklärten, dass der Vertrag mit dem Netzwerk Teil des Erbes sei. Sie wollten den digitalen Nachlass nicht anders behandelt sehen als etwa Briefe und Tagebücher.

Die Eltern der Verstorbenen haben die Möglichkeit, vor den Bundesgerichtshof nach Karlsruhe zu ziehen. "Gegen das Urteil ist eine Revision zugelassen", so Retzlaff. [dpa]

Unitymedia: Studie belegt Nutzen von Breitbandinvestitionen

Investitionen ins Kabelnetz nutzen nicht nur dem Endkunden bei Programmauswahl und Webspeed, sondern sorgen auch für Produktivitätsvorteile und höhere Einnahmen bei gewerblichen Kunden.



Dies ergibt eine Studie, die am Dienstag auf der Anga Com vom Kabelnetzbetreiber Unitymedia vorgestellt wurde. Untersucht wurde, in welchem Umfang Unternehmen und Bevölkerung von den Netzinvestitionen des Kabelnetzbetreibers Liberty Global profitieren, zu dem auch Unitymedia gehört. Den wirtschaftlichen Nutzen beziffern die Forscher demnach auf sieben Mrd. Euro, der unter anderem durch höhere Internetgeschwindigkeiten und daraus resultierenden Produktivitätszuwächsen eingetreten sei. Zwischen 2013 und 2017 hat Liberty Global eigenen Angaben zufolge 14,5 Mrd. Euro in seinen Kabelnetzen in zwölf europäischen Ländern – darunter Deutschland, Großbritannien, die Niederlande sowie Zentral- und Osteuropa - investiert.

Im Verbreitungsgebiet von Unitymedia investierte der Kabelnetzbetreiber in diesem Zeitraum 2,2 Mrd. Euro. Die Studie beziffert den gesellschaftlichen Nutzen von Netzinvestitionen im Unitymedia-Verbreitungsgebiet seit 2013 auf 1,6 Mrd. Euro. Darin enthalten sind Geschwindigkeitsvorteile in Höhe von 1,3 Mrd. Euro, die durch den Zugang zu einer größeren Auswahl von Internetdiensten mit besserer Qualität entstehen.

Weitere 225 Mio. Euro haben der Studie zufolge Produktivitätsvorteile ausgemacht: Kleinunternehmen, Selbständige und Heimarbeiter können aufgrund besserer Netzanbindung mehr und effizienter produzieren. Indem Unitymedia in vielen Gebieten eine zusätzliche Netzinfrastruktur errichtet hat, hat das Unternehmen den Wettbewerb belebt. Laut Studie sind daraus Preisvorteile für Verbraucher in Höhe von 56 Mio. Euro entstanden.

Der Bericht der Ökonomen von Oxera Consulting schätzt, dass Unitymedias Investitionen in Höhe von 2,2 Mrd. Euro entlang der Wertschöpfungskette wirtschaftliche Transaktionen in Höhe von 3,9 Mrd. Euro bewirkt haben.

Liberty Globals multimilliardenschweres
Netzausbau-Engagement hat seit 2013 in Europa rund vier
Mio. zusätzliche Haushalte in die Lage versetzt, schnelles
Kabelinternet zu nutzen. Im gleichen Zeitraum hat
Unitymedia 348.000 Haushalte in Nordrhein-Westfalen,
Hessen und Baden-Württemberg dazu befähigt, erstmals
Breitbanddienste über Kabel zu nutzen. [fp]

Neue Netflix-Serie: Darf man Suizid so zeigen?

Der Streamingdienst Netflix hat mit "Tote Mädchen lügen nicht" einen Hit gelandet. Sie erzählt die Geschichte eines Mädchens, das sich selbst tötet. Vor allem Mediziner laufen gegen die Art der Inszenierung Sturm - sie fürchten Nachahmer-Effekte.



"Ich werde dir jetzt die Geschichte meines Lebens erzählen. Genauer gesagt, warum mein Leben ein Ende fand." Eigentlich reichen zwei Sätze, um die Serie "Tote Mädchen lügen nicht" zu beschreiben. Gesprochen werden sie von Hannah Baker, um die sich die Handlung dreht. Dass es keine normale Erzählung wird, deutet aber schon ihr nächster Satz an. Er bezieht sich auf ihren Tod. "Und wenn du diese Kassetten hörst: Dann bist du einer der Gründe dafür".

Der amerikanische Streamingdienst Netflix erzählt Hannahs fiktive Geschichte allerdings nicht nur in zwei oder drei Sätzen, sondern in 13 Episoden. Als kürzlich die zweite Staffel angekündigt wurde, war das eine große Nachricht, weil über kaum eine andere Produktion zuletzt so sehr diskutiert wurde, wie über "Tote Mädchen lügen nicht". Der Grund: Sie macht einen Suizid zum Thema, den von Hannah. Anschließend werden Kassetten gefunden, in denen die Schülerin Vorwürfe erhebt - gegen Freunde, Familie und Mitschüler.

Vor allem die Art, wie die Macher die Geschichte inszenieren und erzählen, lässt viele Mediziner Sturm laufen. Sie fürchten den sogenannten Werther-Effekt. Er beschreibt, dass dramatisierende, detaillierte oder heroisierende Darstellung von Selbsttötungen in den Medien suizidgefährdete Menschen dazu bringen können, Ähnliches zu tun. Der Name ist an Goethes Roman "Die

Leiden des jungen Werther" angelehnt. Nach der Veröffentlichung 1774 kam es zu einer Reihe von Suiziden junger Männer. Der Effekt gilt heute als belegt.

Auch "Tote Mädchen lügen nicht" basiert auf einem Buch, dem Bestseller des Amerikaners Jay Asher. In Zeiten des Serien-Booms erreicht der Stoff nun als Netflix-Produktion ein noch größeres Publikum. Kritiker werfen ihr dabei genau das vor, was den Werther-Effekt begünstigt: Details, Dramatisierung, Heroisierung. Kunstfreiheit kollidiert mit Suizidprävention.

"Das größte Problem ist die Darstellung des Suizids selbst", sagt Ute Lewitzka von der Deutschen Gesellschaft für Suizidprävention. Hannahs Vorgehen wird sehr genau beschrieben. Der Tod werde zwar sehr brutal und nicht schön dargestellt, sagt Lewitzka. "Aber wir wissen: Je mehr von diesen Bildern gezeigt wird, desto größer ist das Potenzial, zum Nachahmen anzuregen." In der Literatur seien sogar Fälle von Fünfjährigen beschrieben, die Suizidhandlungen nachspielen, nachdem sie sie im Fernsehen gesehen haben.

Für ähnlich problematisch halten Experten den Kontext, in den Hannahs Tod gesetzt wird. "Die Serie vereinfacht die Gründe für den Suizid massiv", sagt Markus Schäfer, der an der Uni Mainz zur Wechselwirkung zwischen Medieninhalten und Suiziden forscht. Normalerweise gebe es sehr viele Faktoren, vor allem auch psychische Erkrankungen. "Das ist hier überhaupt nicht der Fall, sie wirkt gesund." Stattdessen würden etwa Mobbing und Ablehnung gezeigt. Schäfer nennt das "anschlussfähig". Gerade für Teenager habe die Figur ein hohes Identifikationspotenzial. Und am Ende erfahre Hannah scheinbar posthume Anerkennung für ihr Vorgehen. "Das ist eine schräge Gesamtkonstellation", sagt Schäfer.

"Ein Gesunder wird durch eine Serie nicht suizidal", sagt Ulrich Hegerl, Vorstandsvorsitzender der Stiftung Deutsche Depressionshilfe. "Aber für Menschen mit psychischen Erkrankungen ist es ein Risiko." Ein Großteil der Suizide erfolge im Kontext einer depressiven Erkrankung.

Und wie weiter? In Neuseeland, einem Staat mit einer der höchsten Suizid-Raten unter Jugendlichen, reagierte die Medienaufsichtsbehörde mit einer Altersbeschränkung. Teenager unter 18 sollten die Serie nur noch im Beisein von Erwachsenen schauen. "Ein Suizid sollte für niemanden als Ergebnis eines mit klarem Kopf gefassten Gedankens dargestellt werden", hieß in der Erklärung. Ute Lewitzka von der Deutschen Gesellschaft für Suizidprävention rät Eltern und Lehrern, Kinder und Schüler auf die Serie anzusprechen und nach Möglichkeiten zu suchen, sie unter

kompetenter Begleitung anzuschauen.

Es gebe aber nicht nur den Werther-Effekt, sagt sie. Es gebe auch den Papageno-Effekt. "Medien können auch suizidpräventiv wirken. Das geschieht durch Berichterstattung über Menschen, die in suizidalen Krisen waren - und die Wege aufzeigt, wie sie rausgekommen sind." [Jonas-Erik Schmidt]

Technisat Vogtland feiert 25jähriges Bestehen

Der Unterhaltungselektronik-Experte Technisat feiert mit seinem Standort im Vogtland das 25jährige Jubiläum. An dem Standort stellen 90 Mitarbeiter Produkte unter dem Prädikat "Made in Germany" her.



Bevor sich die Technisat Vogtland GmbH im Juni 1992 in Schöneck ansiedelte, war dies der Standort für die Orgelproduktion der Klingenthaler Harmonika.

Wie die Firma am Dienstag meldete, feiere man das 25-jährige Jubiläum, denn so lange werden im Technisat-Werk bereits Geräte produziert. HDTV-Receiver, Digitalradios, Entschlüsselungsmodule, Multischalter, Techni-Router-Einkabellösungen und Sat-Installationsprodukten werden hier hergestellt.

Mittlerweile arbeite man mit 90 Mitarbeitern auf sechs Etagen an qualitativ hochwertigen Produkten, heißt es. 2011 wurde das Werk modernisiert. Moderne Bestückungsmaschinen sollen eine gleichbleibend hohe Qualität der Produkte sichern. Man investiere regelmäßig in den Standort, so Technisat, um Arbeitsplätze in der Region zu schaffen.

Auch innerhalb der Technisat-Firmengruppe sei der Standort von großer Bedeutung. Immerhin werde hier das Herzstück digitaler Produkte hergestellt: Leiterplatten. [PMA]

Google-Schwester Nest bringt verbesserte Sicherheitskamera

Die Smarthome-Firma Nest aus dem Alphabet-Konzern will im dicht gedrängten Markt vernetzter Heim-Sicherheitskameras mit besserer Bildqualität und

künstlicher Intelligenz punkten.



Die neue Nest Cam IQ soll mit dem Algorithmus der Schwesterfirma Google Gesichter erkennen und so für relevantere Benachrichtigungen sorgen. Dabei werden keine Daten mit Google geteilt, betonte Nest-Manager Lionel Paillet zur Vorstellung des Geräts am Mittwoch.

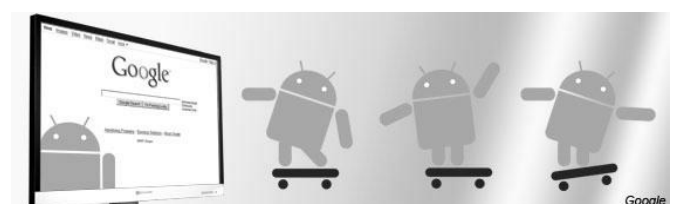
Auch einige andere Heimkamera-Anbieter wie Netatmo aus Frankreich rüsten ihre Geräte mit Gesichtserkennungs-Algorithmen aus. Nest bau um die Benachrichtigungen beim erkennen bekannter Gesichter ein Geschäftsmodell auf - die Funktion ist nur mit einem Service-Abo verfügbar, das zehn Euro im Monat oder 100 Euro pro Jahr kostet.

Durch die Verwendung eines 4K-Bildsensors mit vierfacher HD-Auflösung sollen bei der neuen Nest-Kamera Details wie etwa Gesichter von Einbrechern gut erkennbar sein. Die Firma steht unter einigem Druck neue erfolgreiche Geräte zu präsentieren: Nachdem Google sie vor über drei Jahren für über 3,2 Milliarden Dollar gekauft hatte, gab es vor allem Aktualisierungen bestehender Produkte. Mitgründer und Chef Tony Fadell verließ Nest vor einem Jahr.

Nest war 2011 mit einem lernenden Thermostat gestartet und war damit einer der Vorreiter bei der Smarthome-Entwicklung. Mit dem Zukauf des Start-ups Dropcam kam auch Kamera-Technologie ins Haus. [dpa]

Android-Erfinder stellt High-Tech-Smartphone vor

Mehrere Jahre war es still um Andy Rubin, den Erfinder des Smartphone-Systems Android. Jetzt präsentiert er ein Smartphone, das direkt mit den Pixel-Telefonen seines früheren Arbeitgebers Google und Samsungs neuem Flaggschiff Galaxy S8 konkurriert.



Android-Erfinder Andy Rubin meldet sich mit einem teuren High-Tech-Smartphone im Geschäft zurück. Das erste Telefon seines Start-ups Essential fällt mit einem großen Display auf, das fast die gesamte Frontseite des Geräts ausfüllt. An der Oberkante gibt es nur einen Ausschnitt für die Kamera in der Mitte und einen schmalen schwarzen Streifen am unteren Rand.

Dadurch passt in das relativ kompakte Gehäuse mit Abmessungen von gut 7 mal 14 Zentimetern ein Bildschirm mit einer Diagonale von 5,7 Zoll. Damit wird ein Trend im Smartphone-Design gestärkt. Nach dem chinesischen Anbieter Xiaomi drückte zuletzt auch Marktführer Samsung den Rahmen um das Display - und auch von Apple wird ein ähnlicher Schritt beim nächsten iPhone-Modell erwartet.

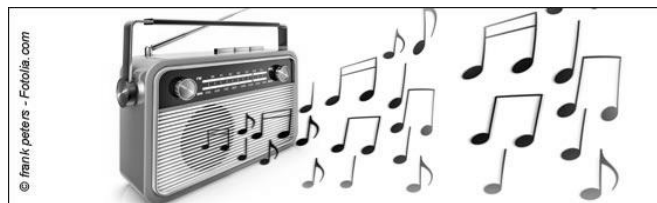
Bei Rubins Essential-Smartphone ist der Rahmen im Gegensatz zum bei der Konkurrenz oft verwendeten Aluminium aus Titan, was das Gerät robuster machen soll. Der Preis liegt mit 699 Dollar in der Liga des iPhones und anderer Top-Smartphones.

Das Telefon läuft mit Android - auch wenn Rubin auf Distanz zu Google ging, der heutigen treibenden Kraft hinter dem Betriebssystem und seinem langjährigen Arbeitgeber. "Bei all dem, was Android dafür geleistet hat, Technologie fast zu jedem zu bringen, hat es auch zu dieser wirren neuen Welt beigetragen, in der Menschen mit der Technik zu kämpfen haben, die eigentlich ihr Leben vereinfachen sollte", schrieb er in einem Blogeintrag. Er fühle sich mitverantwortlich dafür und wolle das mit seinem neuen Projekt ändern. Neben dem Telefon gibt es von Essential auch eine 360-Grad-Kamera und eine kompakte Steuereinheit für vernetzte Geräte im Haushalt mit rundem Display.

Rubin hatte Anfang des vergangenen Jahrzehnts das Start-up Android mitgegründet, das später von Google gekauft wurde. Nachdem das iPhone 2007 mit seinem großen Touchscreen das Smartphone-Geschäft revolutionierte, wurde Android zur Grundlage von Googles offenem Betriebssystem, das die Funktionen in die Hand anderer Hersteller legte. Rubin führte Android unter dem Google-Dach, bis er 2013 an die Spitze des Roboter-Projekts des Internet-Konzerns gesetzt wurde. Im Jahr darauf verließ er Google und gründete den Start-up-Finanzierer Playground Global, aus dem auch Essential hervorging. [dpa]

DAB Plus: neue Angebote für Baden-Württemberg

Der Vorstand und Medienrat der Landesanstalt für Kommunikation haben entschieden: "antenne 1", "Regenbogen Zwei" und "Rock Antenne" sind die drei Neuen im Gebiet der baden-württembergischen DAB-Plus-Radiolandschaft.



Da "Schwarzwaldradio" kurzfristig seine Kapazitäten auf dem landesweiten Multiplex zurückgeben wird und damit insgesamt drei freie Plätze vergeben werden können, war eine Auswahlentscheidung von Seiten des Vorstands und Medienrates der Landesanstalt für Kommunikation, darüber wer einen DAB-Plus-Platz bekommt, nicht notwendig, heißt es.

Die Landesanstalt gibt an, dass insgesamt 14 öffentlich-rechtliche und private Radiosender an den Autobahnen A5, A6 und A7 und den angrenzenden Regionen über den landesweiten digitalen Multiplex verbreitet werden. "Schwarzwaldradio" wird weiterhin bundesweit über DAB Plus gesendet werden.

Mit 40.000 Euro bezuschusst die Landesanstalt für Kommunikation die Verbreitung von Digitalradio im landesweiten Multiplex. Die Finanzspritze gibt es pro Sender, pro Jahr. Über jeweils eine Frequenz können so ohne Wechsel alle regionalen privaten Radioprogramme und fast alle lokalen Radios aus Baden-Württemberg gehört werden. [PMa]

Eutelsat startet neue Satelliten-Generation mit Ionenantrieben

Nach Boeing hat nun auch Airbus erstmals einen rein elektrisch angetriebenen Telekommunikationssatelliten startklar. 3,5 Tonnen wiegt das High-Tech-Gerät, das Eutelsat in der Nacht zum Freitag mit einer Ariane-5-Rakete ins All bringen will.



Mit einem klassischen chemischen Antrieb wäre er etwa zwei Tonnen schwerer gewesen, sagt Arnaud de Rosnay, Direktor des Satellitengeschäfts beim Hersteller Airbus Defence and Space. "Eutelsat 172B" ist der erste in Europa gebaute Telekommunikationssatellit, der komplett mit elektrischem Antrieb unterwegs ist.

Ein Trend. In Zukunft dürften viele Satelliten rein elektrisch angetrieben werden. "Wir sind gerade an dem Punkt, wo elektrische Antriebe nicht mehr als Pionier eingestuft werden. So langsam wird das dann zum Standard", sagt Lisa Martin Perez vom Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR). "Ich denke, über kurz oder lang wird alles elektrisch sein." Bei Airbus ist "Eutelsat 172B" erst der Anfang, in jüngster Zeit entschieden sich bereits 50 Prozent der Kunden bei Neuaufträgen für einen rein elektrischen Antrieb.

Dieser hat einen großen Vorteil: Er ist deutlich effizienter und muss viel weniger Treibstoff mit ins All nehmen. Deshalb bleibt entweder mehr Platz für die Nutzlast oder der Satellit ist leichter. Damit spart der Betreiber Geld, denn für kleinere Satelliten können günstigere Trägerraketen für den Weg ins All eingesetzt werden.

Elektrische Raumantriebe funktionieren ganz anders als E-Autos oder elektrisch betriebene Drohnen. Das hat einen einfachen Grund, wie David Futterer vom DLR erklärt: Im Vakuum gebe es nichts, woran man sich abstoßen kann. "Im Weltraum braucht man so oder so einen Treibstoff, um vorwärts zu kommen." Bei klassischen Antrieben sind das Chemikalien, die miteinander reagieren. "Eigentlich kann man sich das wie eine kleine Explosion vorstellen", sagt Futterer. Dadurch wird Schub erzeugt, der das Raumfahrzeug vorwärts drückt.

"Im elektrischen Triebwerk hat man ein Edelgas, normalerweise Xenon, das ionisiert wird, das heißt elektrisch angeregt." Mit einem elektrischen Feld wird es dann aus der Antriebsdüse herausgeschleudert und erzeugt so Schub. Man spricht deshalb auch von einem Ionen-Triebwerk. Der nötige Strom kommt von Solarpanels, die bei Telekommunikationssatelliten ohnehin gebraucht werden.

Der große Nachteil: Der Schub ist deutlich schwächer als bei einem chemischen Triebwerk. Deshalb wurden

Elektroantriebe bislang vor allem für die Lagekorrektur im All genutzt: Wenn der Satellit in seiner Umlaufbahn in 36 000 Kilometern Höhe angekommen ist, muss gelegentlich die Bahn korrigiert werden, damit er nicht abdriftet.

"Eutelsat 172B" nutzt nun aber auch für die Anreise einen Elektro-Antrieb: Nach dem Start vom europäischen Weltraumbahnhof Kourou in Französisch-Guyana setzt die Ariane-Rakete ihn auf einem sogenannten Transferorbit aus. Von dort muss der Satellit aus eigener Kraft in seinen endgültigen Orbit kommen. Wegen des schwachen Schubs braucht er deutlich länger als Modelle nach dem alten Prinzip, um ans Ziel zu gelangen - mehrere Monate statt ein paar Tagen. Damit dauert es auch länger, bis der Betreiber mit seinem neuen Satelliten Geld verdienen kann.

Der amerikanische Airbus-Rivale Boeing hatte bereits 2015 als erster Hersteller voll-elektrische Telekommunikationssatelliten gebaut und ins All geschickt. Das Bremer Unternehmen OHB entwickelt mit Unterstützung der Esa seine Electra-Plattform für kleine, elektrisch angetriebene Telekommunikationssatelliten unter drei Tonnen. Ein erster Start ist für 2021 geplant.

DLR-Experte Futterer sieht als Grund für den Elektro-Trend zum einen die fortschreitende Technologiereife, aber auch ein Umdenken im Markt: "Der Preisdruck auf die Satellitenbetreiber wird größer, und damit auch die Akzeptanz für neue, kostensparende Technologien." Der Airbus-Verantwortliche Arnaud de Rosnay meint: "Meine Analyse ist, dass die Satelliten sich an die Trägerraketen anpassen." Es seien neue Lastenträger auf den Markt gekommen, die interessante Preise bieten, aber nur Platz für kleinere Lasten hätten.

Für Forschungsmissionen in die Tiefe des Alls werden schon länger elektrische Antriebe eingesetzt. 2003 flog etwa die erste europäische Mondsonde "Smart-1" zum Wegbegleiter der Erde. Als erstes hatte die amerikanische Raumsonde "Deep Space 1" einen Ionenantrieb benutzt. Weil elektrische Antriebe deutlich länger kontinuierlich beschleunigen, erreichen sie am Ende sehr hohe Geschwindigkeiten.

Die Nasa forscht auch mit Blick auf künftige bemannte Mars-Missionen an elektrischen Antrieben. "Wenn man tatsächlich mal Menschen mit elektrischen Antrieben befördern möchte, dann müssen die Triebwerke viel größer sein, viel mehr Schub liefern", sagt Lisa Partin Perez vom DLR. "Daran arbeiten wir." [Sebastian Kunigkeit]

Impressum

Bekanntmachung laut § 8 (Offenlegungspflicht) des Sächsischen Gesetzes über die Preise: Gesellschafter des Auerbach Verlages sind zu je einem Viertel Stefan Goedecke, Torsten Herres, Stefan Hofmeir und Florian Pöttsch.

Herausgeber: Stefan Goedecke (SG), Torsten Herres (TH), Stefan Hofmeir (SH), Florian Pöttsch (FP)

Chefredaktion (ViSdP): Florian Pöttsch (FP)

Redaktionsanschrift: Auerbach Verlag und Infodienste GmbH, Redaktion DIGITAL INSIDER, Oststraße 40 – 44, 04317 Leipzig

Anzeigen: Carsten Philipp, Tel. (03 41) 3 55 79-100,

Fax (03 41) 3 55 79-111, anzeigen@av.de

Abonnement: Sandy Werner, Tel. (03 41) 3 55 79-140,

Fax (03 41) 3 55 79-111, abo@av.de

ISSN:

1614-7812

Jahresabo Deutschland:

756,29 Euro netto

Jahresabo Ausland:

auf Anfrage

© 2015 Auerbach Verlag und Infodienste GmbH, sind in den einzelnen Artikeln nicht zwingend

Leipzig. Vervielfältigung und Verbreitung von

Artikel, Grafiken und/oder Fotos durch jedes

Medium ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher

Genehmigung des Verlags gestattet.

Es wird darauf verwiesen, dass alle Angaben in

diesen Publikationen trotz sorgfältiger

Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine

Haftung des Autors oder des Verlags für die

Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität nicht

übernommen werden kann. Insbesondere wird

keinerlei Haftung übernommen für eventuelle

Schäden oder Konsequenzen, die durch die

direkte oder indirekte Nutzung der angebotenen

Inhalte entstehen. Es ist nicht beabsichtigt, mit

diesem Haftungsausschluss gegen geltendes

nationales Recht zu verstoßen, noch die Haftung

für Materien auszuschließen, für die nach diesem

Recht die Haftung nicht ausgeschlossen werden

darf. Schutzrechte auf Produktnamen oder

Produkte

erwähnt. Namentliche oder mit Initialen

gekennzeichnete Artikel geben nicht unbedingt

die Meinung der Redaktion wieder. Für

unverlangt eingesandte Manuskripte, Datenträger

und Fotos übernimmt der Verlag keine Haftung.

Die Zustimmung zum Abdruck wird

vorausgesetzt. Der Autor erklärt mit der

Einsendung von Material, dass dieses frei von

Rechten Dritter ist. Mit der Honorierung von

Manuskripten, Fotos und anderem Material

erwirbt der Verlag die Rechte daran.

Gerichtsstand ist Leipzig.

Die Aussagen in den Texten externer Autoren

müssen nicht der Meinung des Verlages

entsprechen. Die Interviews geben die

Meinungen der Interviewpartner wieder. Diese

muss nicht der Meinung des Verlages

entsprechen. Für die Aussagen von

Interviewpartnern und externen Autoren wird

keine Haftung übernommen.

PIXELIO | Fotolia