

Interview mit Dietmar Schickel, Geschäftsführer Tele Columbus

Zurück zur Kontinuität und Regionalität

Es gibt nach wie vor viel Bewegung in der Kabelbranche. Dietmar Schickel, seit 20 Jahren Geschäftsführer bei Tele Columbus, hat mit dem Modernisierungs-Magazin sehr offen über sein Unternehmen, Geschäftsmodelle, die Branche und die Zukunft des Kabels gesprochen.

Herr Schickel, Tele Columbus hat einen neuen Eigentümer. Was hat sich dadurch in Ihrem Unternehmen verändert?

Einiges. Zunächst einmal ist es sehr erfreulich, dass bei uns wieder Deutsch gesprochen wird. Seit dem Jahreswechsel gehört Tele Columbus einer unabhängigen Holding, die von der Finanzagentur Nikolaus & Co. geführt wird. Das Unternehmen ist auf Finanzrestrukturierungen spezialisiert und hat bereits einige große Unternehmen in dieser Situation begleitet. Bei den vielen Verkäufen der letzten Jahre ist ja eine erhebliche Verschuldung für Tele Columbus entstanden – die jeweiligen Eigentümer haben hohe Kaufpreise bezahlt, die dem Unternehmen angelastet wurden. Diese Last kann das Unternehmen auf Dauer nicht bedienen. Das muss jetzt wieder geradegerückt werden. Unsere neuen Investoren sind Experten für solche Kapitalsituationen und genießen das volle Vertrauen der Kreditgeber. Dabei können sie völlig neutral und unabhängig agieren, weil die Kreditgeber kein Interesse daran haben, ihr eingesetztes Fremdkapital in Eigenkapital umzuwandeln und das Unternehmen selbst zu übernehmen.

Klingt nicht gerade danach, dass das Schiff Tele Columbus sich in der nächsten Zeit in ruhigere Gewässer begibt ...

Das muss man differenzieren. Das Schiff Tele Columbus war im operativen Bereich nie gefährdet. Unser operatives Geschäft läuft profitabel und sehr stabil. Auch in der finanziell angespannten Situation haben die Kreditgeber daher nie einen Zweifel daran gelassen, dass dies auch so weitergehen soll – es ist ja in ihrem eigenen Interesse. Jetzt wird es sogar einfacher, weil wir zurzeit einen sogenannten Standstill haben. Die Geldgeber stellen keine Forderungen, weshalb wir das Geschäft entspannt und zukunftsorientiert betreiben können. Die Kontroversen rund um den Eigentümerwechsel im letzten Jahr hatten dazu geführt, dass im November die be-

währte Geschäftsführung abberufen wurde. Die Banken und der neue Gesellschafter haben deutlich gezeigt, dass sie eine Kontinuität auch in der Geschäftsführung aufrecht erhalten möchten. Sonst würde ich heute nicht hier sitzen.

Ihre zwei Millionen Kunden haben von den Veränderungen relativ wenig mitbekommen, oder?

Die Kunden haben im Regelfall davon nichts mitbekommen. Unruhe unter den

Liegt das vielleicht daran, dass sie vornehmlich in den neuen Bundesländern vertreten sind?

Was kaum jemand registriert ist, dass wir immer noch rund ein Drittel unserer Bestände in den westdeutschen Bundesländern haben. In Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg sind wir immer noch stark vertreten. Unsere Kernregionen liegen aber tatsächlich in den ostdeutschen Ländern. Und natürlich können Sie wirtschaftlicher arbeiten, wenn Sie ein



Offenes Gespräch (von links): Tele-Columbus-Geschäftsführer Dietmar Schickel, Hannes Lindhuber, Tele-Columbus-Pressesprecher, Redakteur Oliver Mertens und Chefredakteur Jörg Bleyhl.

Kunden haben eher die Preiserhöhungen Mitte 2008 bis Mitte 2009 ausgelöst. Wir standen unter Kostendruck und mussten die Preise deshalb entsprechend anpassen.

Gab es darauf Reaktionen?

Erhebliche. Die Kunden haben uns deutlich zu verstehen gegeben, dass damit eine Grenze erreicht ist. Deshalb haben wir den Kunden auch per Garantie zugesichert, dass wir die Preise in den nächsten 24 Monate nicht mehr erhöhen werden. Wenn wir nach Ablauf dieser Zeit die Preise anpassen müssen, wollen wir das mit den jeweiligen Wohnungsunternehmen einvernehmlich regeln.

Können Sie sagen, wie Sie im Vergleich zu Ihren Wettbewerbern liegen?

Wir liegen preislich im Durchschnitt noch deutlich unter dem Wettbewerb.

Netz mit einer großen Dichte von angeschlossenen Haushalten versorgen. Die Konsolidierung der Netze werden wir daher auch weiter fortsetzen.

Sie sprechen es an: Die Kabelbranche ist seit Jahren in einer Konsolidierungsphase. Welche Verschiebungen erwarten Sie noch in diesem Jahr?

Derzeit passieren zwei Dinge: Die erste Aktivität war der vor einigen Wochen abgeschlossene Verkauf von Unitymedia an Liberty Global. Das ist ein gravierender Schritt im deutschen Kabelgeschäft, weil zum ersten Mal wieder ein strategischer Investor, der am Kabelnetzbetrieb selbst Interesse hat, ins Geschäft eingestiegen ist. Das ist natürlich eine sehr gute Botschaft. Die zweite Entwicklung ist die rund um Kabel Deutschland: Der Gesellschafter Providence sucht momentan neue Gesellschafter, die in das Geschäft von Kabel Deutschland einsteigen wollen, und plant parallel einen Börsengang. Fakt ist:

Es ist Bewegung im Markt. Und sollte es den großen Unbekannten im Hintergrund geben, der bereit ist, die entsprechende Summe auf den Tisch zu legen, wären sicherlich auch unsere Gesellschafter nicht abgeneigt, wieder zu veräußern.

Die Konsolidierung ist noch lange nicht abgeschlossen. Und man darf nicht vergessen, dass durch den Telekommunikationsmarkt auf der einen und den Kabelmarkt auf der anderen Seite eine neue Dimension von Wettbewerb entsteht. Nur dann, wenn große, schlagkräftige Einheiten entstehen, hat man überhaupt eine Chance, in Zukunft zu bestehen.

Wie sehen Sie den künftigen Kabelmarkt? Wird es die Dreiteilung auf der Netzebene (NE) 3 auch weiterhin geben?

Ich kann mir vorstellen, dass der kleinste im Bunde, Kabel BW, sicherlich ebenfalls für den einen oder anderen größeren Netzbetreiber interessant ist. Aber das müssen deren Gesellschafter diskutieren, dazu kann ich nicht viel sagen. Im Kabelgeschäft ist es jedoch natürlich so, dass die Masse und die Dichte der versorgten Haushalte zählt – insofern ist sicherlich auch Kabel BW ein interessanter Happen auf der Speisekarte für die großen Anbieter.

Werden die Kartellbehörden das nicht wieder sofort ablehnen?

Die Frage ist einfach, welchen Markt man betrachtet. Die Märkte wachsen ja zusammen – im Telekommunikationsmarkt bieten die Kabelnetzbetreiber heute eine wesentliche Belegung für den Wettbewerb. Dafür würde es auch Sinn machen, größere Einheiten zu fördern. Im Einspeisemarkt gegenüber den Programmanbietern sieht die Sache natürlich schon wieder anders aus.

Aber wenn Unternehmen wie Kabel Deutschland nicht nur die NE 3, sondern auch die NE 4 versorgen, wird es schon wieder kritischer, oder?

Die NE 4 ist grundsätzlich ein Thema für das Kartellamt. Die Unternehmen der NE 4 sind nach wie vor ein wichtiges Regulativ, das man benötigt, damit es weiterhin Wettbewerb im Kabelmarkt gibt. Tele Columbus beispielsweise versorgt neben den reinen NE-4-Haushalten über eine Vielzahl von eigenen Kopfstellen auch 1,2 Millionen Haushalte in integrierten Netzen. Damit bieten wir eine echte Alternative. Wenn man uns schwächt, schwächt man den Wettbewerb. Natürlich ist es für

uns schwierig, mit den Großen mitzuspielen, gerade wenn dort Milliardeninvestitionen getätigt wurden. Das ist bei uns nicht machbar. Trotzdem sind wir diejenigen, die die meisten eigenen Kopfstellen in Deutschland betreiben und dementsprechend dazu beitragen, dass weiterhin Wettbewerb herrscht – und dass auch spezifische regionale Angebote für die Wohnungswirtschaft möglich bleiben.



FOTOS: JENS TIPPEL/PRESSCOMPANY

Engagiert und ehrlich: Dietmar Schickel leitet seit 20 Jahren das operative Geschäft von Tele Columbus.

Die NE-4 ist ja historisch geprägt von relativ kleinen Betrieben, die großflächig in Deutschland verteilt sind. Tele Columbus hat in den letzten Jahren einiges zur Marktberreinigung beigetragen, indem sie kleine und größere Unternehmen gekauft hat. Wie stellt sich dieser Markt heute dar?

Wir haben auf der anderen Seite natürlich auch viele Bestände abgegeben, und zwar dort, wo wir nur reiner NE-4-Betreiber waren. Aus meiner Sicht kann der reine Betrieb der letzten Meile in Zukunft kaum noch ein Überleben ermöglichen. Es wird sicherlich Wohnungsunternehmen geben, die eine Versorgung für ihre eigenen Bestände vorhalten, aber ein klassischer NE-4-Betreiber hat keine Chance mehr. Sie müssen heute in der Lage sein, individuelle Dienste anbieten zu können. Sie müssen neben dem analogen und digitalen Fernsehangebot auch Internet und Telefonie anbieten können, und – derzeit ein Riesenthema – hochauflösendes Fernsehen (HDTV). Das lässt sich mit einer reinen NE-4-Struktur nicht sinnvoll realisieren. Deshalb wird die Entwicklung weitergehen, eine möglichst eigene, unabhängige Zuführung zu realisieren – gegebenenfalls auch durch Zusammenschlüsse oder Netzverkäufe.

Wie sieht Ihr Geschäftsmodell für die Wohnungswirtschaft aus?

Wir werden die Wohnungsunternehmen stärker an unseren Aktivitäten beteiligen, und die Wohnungsunternehmen erhalten ein größeres Mitspracherecht. Wir haben in verschiedenen Bereichen heute schon direkte Beteiligungen von Wohnungsunternehmen, zum Beispiel bei der Immo Media Net in Hamburg, die knapp 300.000 Haushalte versorgt. Mit im Boot sind Unternehmen wie Deutsche Annington, die Pirelli-Gruppe, Saga Hamburg und andere. Durch unsere Größe und unsere regionale Ausrichtung können wir auf die individuellen Wünsche der Wohnungsunternehmen viel stärker eingehen, als es zentral gesteuerte Netzbetreiber tun können. Das unterscheidet Tele Columbus von anderen.

Die Kabelnetze sind ja ursprünglich zur Verbreitung und Bereitstellung eines umfangreichen Fernsehangebots entstanden. In den letzten Jahren haben sich die Anbieter vom reinen Netzbetreiber zum Telekommunikationsdienstleister entwickelt und stellen zusätzliche Angebote im Internet und Telefoniebereich zur Verfügung. In diesem Bereich gehen derzeit jedoch die Bandbreiten nach oben und die Preise nach unten. Damit lässt sich schwer Geld verdienen. Natürlich bieten auch wir Internet und Telefonie und schöpfen das Potenzial ab, das die Leistungsfähigkeit des Kabels und die Wechselbereitschaft der DSL-Kunden bietet. Deshalb werden wir in unseren Netzen dieses Jahr eine neue Technik einsetzen und bis zu 100 Megabit pro Sekunde in unseren Haushalten anbieten. In den 125.000 Haushalten der Saga in Hamburg wird diese Bandbreite bereits heute angeboten. Aber Tele Columbus ist weiterhin in erster Linie als Netzbetreiber für Kabelfernsehen zuständig und stellt dies wieder in den Vordergrund. Wir drehen den Spieß um und sagen: Wir sind die Profis für die Versorgung mit Fernsehen! Deswegen fokussieren wir uns auf das Trendthema HDTV. Und hier sind wir mit der Einspeisung der privaten HD-Sender absolute Pioniere.

Fernsehen ist immer ein sensibles Thema für die Wohnungswirtschaft, etwa das funktionieren muss. Der Wasserhahn kann schon mal tropfen, aber wenn der Fernseher nicht funktioniert, wird es brenzlich. Also Stichwort Beschwerdemanagement. Wird da was von Ihrer Seite aus getan?

Wir haben einige Maßnahmen ergriffen, um uns in diesem Bereich deutlich zu verbessern. Vor allem setzen wir verstärkt auf eine direkte Ansprache und regionale Präsenz und beschränken uns nicht nur auf ei- ▶

ne zentrale Hotline. Daher haben wir in den vergangenen Jahren eine Reihe von regionalen Shops eingerichtet, an die sich unsere Kunden auch bei Fragen oder Schwierigkeiten wenden können. Zusätzlich haben wir regionale Medienberater etabliert, die den Kunden in größeren Wohnanlagen als feste Ansprechpartner zur Verfügung stehen und die sogar mit Foto und direkter Mobilnummer in den Schaukästen bekannt gegeben werden. Unser Konzept ist es auch, mit regionalen Handwerkern zusammenzuarbeiten, um schnell und zeitnah reagieren zu können. Wir haben natürlich auch eigene Servicekräfte im Einsatz, aber im Regelfall greifen wir auf das regionale Handwerk zu. Wenn ein großer Übergabepunkt mit 8000 Teilnehmern einen Defekt hat, müssen wir zusehen, dass wir dort schnell reagieren können. Den Erfolg dieser Maßnahmen und die Qualität unseres Service überprüfen wir laufend in umfassenden Kundenzufriedenheitsbefragungen – und das Ergebnis hat sich gerade im zweiten Halbjahr 2009 deutlich positiv entwickelt.

Wie zukunftsfähig ist Ihr Geschäftsmodell angesichts der konkurrierenden Verbreitungswege Satellit und IPTV?

IPTV sehe ich momentan nicht in der Konkurrenzsituation. Aktuell sind nur wenige Unternehmen in der Lage, das auf dem Bildschirm abzubilden – und die Zuführung dieses Signals ist nicht immer einfach. Es werden ja auch größere Bandbreiten benötigt, weshalb das Angebot nur in bestimmten Regionen möglich ist. Deshalb ist IPTV kein gravierender Wettbewerber, auch wenn die Telekom dafür extrem trommelt. Der Satellit ist schon immer ein starker Wettbewerber, hat aber den Nachteil, keine Triple-Play-Angebote aus einer Hand liefern zu können. Und das Thema des Schüsselwalds an größeren Wohnanlagen ist ein zeitloses und nicht einfach zu lösendes Problem.

Inhaltlich setzen wir im Wettbewerb ganz klar auf die Innovation HDTV. Das hochauflösende Fernsehen ist aus meiner Sicht das eigentliche Thema für dieses Jahr. Wir werden 2010 der HDTV-Anbieter sein. Die öffentlich-rechtlichen Programme, RTL und Vox haben wir bereits hochauflösend freigeschaltet, Sat 1 und Pro7 werden folgen. Das Besondere daran ist, dass wir HDTV ohne Zusatzkosten anbieten. Das ist gerade unser Renner im Wettbewerb. Dafür haben wir auch eine neue Generation von Receivern entwickelt, die digitales, hochauflösendes Fernsehen darstellen und Internet-fähig sind. Damit sind wir in der Lage, non-lineare und interaktive Dienst-

leistungen anbieten zu können, zum Beispiel echtes Video-on-demand oder eine Mieterplattform für Wohnungsunternehmen. Künftig werden wir unseren Kunden nur noch Internet-fähige HD-Geräte anbieten: einen Personal Videorecorder mit 250 Gigabyte Speicherplatte und Twin-Empfänger und einen einfacheren Receiver. Damit unterscheiden wir uns von allen Wettbewerbern.

Ist die Grundverschlüsselung noch ein Thema?

Für viele ist es unverständlich, dass per Satellit ein unverschlüsseltes digitales Signal empfangen werden kann und es im Kabelnetz verschlüsselt wird. Der Hintergrund ist aber relativ einfach: Wir Kabelnetzbetreiber können nicht ohne vertragliche Grundlage mit den Sendern digital ausstrahlen. Wenn diese eine Verschlüsselung fordern, weil sie ihre Inhalte schützen wollen, dann ist dies ihr gutes Recht, und wir müssen uns entsprechend daran halten. Aber offensichtlich ist das Modell auch beim Satelliten in Bewegung: Die HD-Programme werden nun dort ja ebenfalls verschlüsselt.

Aktuell ist ein Urteil des Berliner Kammergerichts, nach dem Kabelnetzbetreiber an VG Media zahlen müssen. Welche Auswirkungen hat diese Entscheidung?

Damit geht es mir richtig gut, weil Tele Columbus über die Anga, dem Verband der Kabelnetzbetreiber, die entsprechenden Verträge bereits abgeschlossen hat und dieses auch in die Kalkulationen einfließen lässt. Wohnungsunternehmen haben sich oft gewundert, dass andere Anbieter preiswerter sein können. Durch das Urteil sind jetzt klare Verhältnisse geschaffen und auch ein Stück Wettbewerbsverzerrung aufgehoben.

Die Digitalisierung des Kabels ist nach wie vor ein großes Thema. Wie ist hier der aktuelle Stand?

Das Breitbandkabel ist seit Jahren voll digitalisiert. Leider sind wir erst bei 30 Prozent digitaler Nutzung im Kabel, dagegen stehen 65 bis 70 Prozent im Satellitenbereich und 100 Prozent bei der Terrestrik. Dabei darf man jedoch nicht vergessen, dass auch wir für einen großen Teil unserer Netze das Quellsignal über den Satelliten beziehen. Die analoge Übertragung der öffentlich-rechtlichen Programme über den Satelliten wird im April 2012 eingestellt. Aufgrund der Landesmediengesetze sind wir aber weiterhin verpflichtet, analoges Fernsehen anzubieten. Künftig erhalten

wir also ein höherwertiges digitales Signal und müssten es für unsere Kunden extra in ein schlechteres analoges Signal umwandeln. Diese Re-Analogisierung ist nicht nur technologisch unsinnig, sondern auch mit einem erheblichen wirtschaftlichen Aufwand verbunden.

Das klingt ein bisschen so wie der Heizer auf der Diesellok.

Ja, es kann doch nicht sein, dass die Satellitenbetreiber für die Übertragung Geld erhalten und uns zugemutet wird, dass wir dieses Signal in zig tausend Kopfstellen auf eigene Kosten rückumwandeln. Deshalb befürworten wir einen gemeinsamen Abschalttermin für analoges Fernsehen, idealerweise zum April 2012.

Können Sie einschätzen, wie grade die Stimmung bei den Landesmedienanstalten zu dem Thema ist?

Die Landesmedienanstalten befürworten die Digitalisierung durchaus. Unser großes Ziel ist es in erster Linie, die Endkunden und damit auch die Großkunden abzuholen und von den Vorzügen des digitalen Fernsehens zu überzeugen. Hier spielt HD wieder eine wichtige Rolle. Dieser Standard ist in seiner neuen Qualität eine echte Revolution für den Fernsehempfang und besitzt damit auch große Zugkraft als Motor für die digitale Nutzung. Wer das einmal gesehen hat, will nie mehr zurück.

Wie lässt sich die Digitalisierung weiter beschleunigen?

Meiner Ansicht nach kann eine Digitalisierungsstrategie nur dann erfolgreich sein, wenn sie auch lokale Inhalte mit einschließt. Die lokalen TV-Angebote dürfen bei einem Umstieg von analog auf digital nicht auf der Strecke bleiben, sondern müssen zeitnah in die digitale Welt integriert und auf demselben Endgerät verfügbar gemacht werden. Deshalb kooperieren wir bereits mit einem guten Dutzend privater Lokalsender und speisen die Programme auch digital in unsere Netze ein. Als Anbieter mit einer Vielzahl unabhängiger regionaler Netze sind wir für derartige regionale Kooperationen technologisch bestens aufgestellt. Von unseren Wettbewerbern kann das niemand bieten. Aber um es noch einmal klarzustellen: Eine generelle Digitalisierung kann nur gemeinsam mit unseren Partnern in der Wohnungswirtschaft stattfinden – ein Alleingang ist hier ausgeschlossen.

*Interview:
Jörg Bleyhl, Oliver Mertens*