



DIGITAL INSIDER

UNABHÄNGIGER INFORMATIONSDIENST FÜR DIGITALE FERNSEHEN & MEDIEN

 **Hamburg** -12 - -0 °C
mäßiger Schnee

 **Berlin** -2 - 2 °C
mäßiger Schnee

 **Leipzig** -3 - 2 °C
mäßiger Schnee

Themen des Tages

- Schickel: "Waffengleichheit zwischen Kabel, Satellit und DVB-T2"
- Kein Sendeversbot: Indischer Fernsehkanal darf weiter senden
- RTL: Mediengruppe stärkt Digitalgeschäft
- Funk startet digitale Morningshow auf Youtube
- Internet-Konferenz "Web Summit" diskutiert über Internet-Trends
- Nächste Panne bei Sportstreamingdienst Dazn
- Studie zeichnet Vodafone als besten Internetanbieter aus
- Youtube zeigt Videos künftig auch in HDR
- Deutsche Bahn: Eine Milliarde Euro für Digitalisierung
- Huawei will größter Smartphone-Anbieter werden
- Jan Böhmermann besorgt über Zukunft von ARD und ZDF
- Amazon zieht Preise für Prime an
- Tech-Thriller-Serie "StartUp" exklusiv bei Amazon Prime Video

Schickel: "Waffengleichheit zwischen Kabel, Satellit und DVB-T2"

Mit DVB-T2 HD wird auch das Antennenfernsehen hochauflösend, die Auswahl zum TV-Empfang wächst auch dank IPTV- und On-Demand-Angeboten. Über die Chancen der einzelnen Verbreitungswege sowie die Notwendigkeit des Breitbandausbaus klärt Dietmar Schickel, Gründer von DSC Consulting, im Interview mit dem DIGITAL INSIDER auf.



Herr Schickel, wechseln die DVB-T Kunden zu DVB-T2, zum Satellitendirekttempfang, zu einem Kabelnetzbetreiber, zu einem IPTV-Anbieter, einen OTT-Anbieter wie Magine, Zattoo oder

Waipu oder ist es vielleicht ganz anders als wir alle denken?

Schickel: Wahrscheinlich ist die Einführung von DVB-T2 tatsächlich der erste Schritt zu einem Wechsel des TV-Anbieters. Durch die Notwendigkeit der Anschaffung von neuem Equipment, wird der eine oder andere sicherlich abwägen, ob er auch weiterhin Antennenfernsehen empfängt oder nicht doch die Alternative eines Kabelnetzbetreiber mit einem breitbandigen

Internet-Anschluss in Erwägung zieht. Vielleicht gibt es ja bereits einen Internetprovider im Haus, der einen breitbandigen Anschluss bereitstellen kann – dann ist sicherlich ein OTT-Angebot ebenfalls eine mögliche Alternative. Den Aufbau einer eigenen SAT-Anlage sehe ich hier weniger – dies hätte der Zuschauer sicherlich ansonsten längst realisiert.

Bekommen also die Kabelnetzbetreiber da vielleicht noch neue Kunden? Oder wechseln diese Kunden eher zu Entertain der Telekom wegen mehr Zugriff auf Mediatheken? Was will der Kunde überhaupt?

Schickel: Wenn es die Kabelnetzbetreiber richtig angehen, kann sicherlich Kundenwachstum generiert werden. Die Attraktivität eines TV-Angebotes plus Internet dürfte gerade für eine jüngere Zielgruppe interessant sein. Sonderkonditionen, die zum Wechseln animieren, wären sicherlich ein probates Marketinginstrument einen solchen Wechsel zu forcieren. T-Entertain ist natürlich ebenfalls attraktiv, aber eher für den doch "sparsamen" DVB-T-Nutzerkreis weniger geeignet. Um Mediatheken der unterschiedlichsten Programmanbieter nutzen zu können, benötige ich eben nur noch einen breitbandigen Internetanschluss. Immer mehr Zuschauer verstehen dies und nutzen verstärkt diese Angebote. Jedes neue TV-Gerät fragt zudem erst einmal nach einer WLAN-Adresse und wer einmal in die Smart-TV-Welt eingetaucht ist, lässt davon auch nicht mehr so schnell ab.

DVB-T 2 will jetzt auch mit HD punkten. Das ist nicht neu - oder für manchen Kabelkunden vielleicht doch. Ändert die Analogabschaltung im Kabel etwas an der möglichen Bewegung von TV-Kunden zu gänzlich anderen Betreibern?

Laut Digitalisierungsbericht der Landesmedienanstalten vom September diesen Jahres haben wir über 82 Prozent Digital-TV-Nutzer in den Kabelnetzen. Bei den Analysen hat man zudem festgestellt, dass es sich häufig um weibliche, ältere Zuschauer handelt, die nach wie vor ihre Sendungen analog schauen. Die Abschaltung von Analog-TV wird daher sicherlich nicht zu einer Abwanderung zu anderen Betreibern führen, da auch kein anderes Medium Analog-TV bereitstellen wird und zudem noch einiges an technischem Aufwand betrieben werden muss, wenn man den Anbieter generell wechseln möchte. Sicherlich wird man hier als Kabelnetzbetreiber gut beraten sein, dieser Klientel umfangreiche technische Unterstützung zu bieten, sprich zum Beispiel kostenfreie Receiver bereitzustellen, die den Wechsel zum Digital-TV leichter gestalten.

Ich glaube daher nicht, dass die Abschaltung von Analog-TV zur generellen Abwanderung von Kabelkunden führen wird. Das HD-Angebot war und ist im Kabel eher einer der Punkte, die den Wechsel zu Digital-TV beschleunigt haben – das hochauflösende beste Bild, was man beim Fachhandel mit Begeisterung gesehen hat, soll ja auch zuhause empfangen werden. Insoweit ist das HD-Angebot bei DVB-T2 auf jeden Fall zwingend geboten, wenn man überhaupt noch jemanden in Zukunft begeistern will. Allerdings sehe ich hier Probleme bei der Vermarktung – jetzt herrscht Waffengleichheit zwischen

Kabel, Satellit und DVB-T2! Ich muss, wenn ich die großen Senderfamilien in HD genießen möchte, wie auch bei den anderen Übertragungsarten für die Entschlüsselung von HD zahlen. Nur wenn ich das tue, kann ich auch direkt zu einem der anderen Anbieter wechseln und mir den Aufwand sparen – bei T-Entertain ist es sogar im Standardangebot enthalten. Hier hat Freenet mit seinem Angebot Freenet-TV sicherlich den richtigen Schritt getan, muss aber immense Anstrengungen im Marketing leisten, um tatsächlich Kunden zu gewinnen, die dazu noch bereit sind 69,00 EUR im Jahr zu leisten. Da benötigt man einen langen Atem, wie wir von HD Plus wissen.

In den USA haben Internetkonzerne immer mehr Interesse an Contentanbietern und umgekehrt ist das Interesse auch riesig, da man Inhalte nicht ohne Bandbreite verbreiten kann. Ist das in Deutschland ähnlich? Wo genau liegen die Unterschiede?

Schickel: Es ist richtig, dass nicht nur Internetkonzerne stark an Content-Inhalten interessiert sind, wie wir gerade bei der angestrebten Megafusion zwischen AT&T und Time Warner sehen. Für jeden Betreiber ist der Zugang zu Inhalten äusserst wichtig und umgekehrt natürlich auch für den Inhaltelieferanten. Allerdings muss natürlich auch festgestellt werden, dass OTT-Plattformanbieter wie Amazon, Netflix und Co. die Bandbreite der Netzbetreiber nutzen, um ihre Inhalte zu transportieren, ohne dass über Partizipationsmodelle gesprochen oder verhandelt wird. In Deutschland entwickeln sich zudem die Nutzerzahlen der OTT-Anbieter außerordentlich gut, so das höhere Bandbreiten nachgefragt werden, allerdings entwickeln sich die Preise nicht entsprechend. Wir sehen, dass die Bandbreiten nach oben gehen, die Preise aber nicht im gleichen Maße steigen – davon profitieren die Nutzer, anders als in den Vereinigten Staaten, wo die Kosten der Mediennutzung viel höher ausfallen.

Kommt denn hierzulande demnächst auch United Internet aus Montabaur und will die RTL-Gruppe oder ProSiebenSat.1 übernehmen? Oder stehen da eher Produktionsgesellschaften wie die Kölner Brainpool im Interesse der Internetanbieter, was Content betrifft?

Schickel: Interessantes Szenario, was Sie hier beschreiben – warum eigentlich nicht. Allerdings haben wir in Deutschland bei diesen Themen, insbesondere generell was Meinungsmacht betrifft, hohe Hürden zu überwinden. Daher glaube ich nicht, dass es wie in den Staaten zu solchen Großfusionen kommen wird – vielleicht zu Beteiligungen oder Kooperationen, aber nichts darüber hinaus. Eher wird sicherlich eine weitere Konsolidierung auf der Ebene der

Produktionsgesellschaften stattfinden, da die Nachfragekraft der großen Senderfamilien doch schon gewaltig ist und bei den Produktionsgesellschaften erheblicher Druck besteht.

Bandbreite entscheidet in Deutschland immer mehr, was wir sehen können. Würden Sie diesem Satz zustimmen?

Schickel: Ja, das möchte ich so bestätigen.

Es wird immer davon geredet, dass alle ausbauen. Jeder tut angeblich sein Möglichstes. Stimmt das denn überhaupt?

Schickel: Aus meiner Sicht sind es sehr viele Unternehmen, die verstärkt daran arbeiten, das ein flächendeckender breitbandiger Ausbau stattfindet. Ob allerdings die von der Bundesregierung vorgegebenen 50 Mbit/s für 2018 der Weisheit letzter Schluss darstellen, wage ich zu bezweifeln. Auch das von der Telekom vorangetriebene Vectoring-Programm mit aktuell 100 Mbit/s wird sicherlich nicht dazu beitragen, dass sich Deutschland im Ranking der bandbreitenstärksten Länder im vorderen Drittel wiederfinden wird. Es sind insbesondere die Kabelnetzbetreiber, Stadtwerke und viele mittelständische Netzbetreiber die hier den Ausbau massiv vorantreiben und zwischenzeitlich über 63 Prozent der Bevölkerung mit schnellem Internet versorgen – aber a bisserl mehr geht immer!

Konkret: Welche Bandbreiten müssen gleichmäßig mindestens erreicht werden, damit wir alle künftig noch Zugang zu denselben Inhalten haben?

Schickel: In einer Diskussionsrunde in der letzten Woche haben wir gerade über dieses Thema philosophiert. Welche Bandbreite benötigen wir in Zukunft und für welche Dienste? Insofern möchte ich ihre Frage erweitern und nicht nur über bewegtes Bild im Internet sprechen. Meiner Meinung nach ist unsere Entwicklung zu einer Gigabit-Gesellschaft nicht aufzuhalten. Ob Internet of Things, z.B. autonomes Fahren oder 8K TV - symmetrische Bandbreiten im Gigabit-Bereich werden notwendig sein, um all diese Dienste und Angebote nutzen zu können. Auch wenn wir heute gerade erst anfangen uns an HDTV oder Ultra HDTV (4K) zu gewöhnen – wenn höherwertige Angebote und Dienste bereitgestellt werden und dies höhere Bandbreiten erfordert, werden diese auch genutzt.

Wir stehen daher gerade am Anfang der Entwicklung.

Vielen Dank für das Gespräch. [red]

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.