

Statement

TV: Wesentlicher Treiber für Privatkunden, hohe Bandbreiten zu nutzen

Lineare TV-Sender als Free- und Pay-TV, Abrufinhalte als Unicast, TV-Apps, Multiscreen-Nutzung in-home und out-of-home: IPTV ist kein neues, aber ein wettbewerbsrelevantes Thema. TV ist ein Produkt mit hohem Kundenbindungspotential und ein wesentlicher Treiber für Privatkunden, hohe Bandbreiten zu nutzen. Das zeigt sich überzeugend bei der TV-Nutzung in Glasfasernetzen: Laut dem Digitalisierungsbericht 2017 der Landesmedienanstalten liegt die HD-Durchdringung in IPTV-Haushalten bei 83,4 Prozent und damit wesentlich höher als beim Kabel- und Satellitenempfang. Derselbe Bericht zeigt auch auf, dass inzwischen fast die Hälfte aller TV-Haushalte ihr TV-Gerät regelmäßig mit dem Internet verbindet und Video-Inhalte abrufen. Über ein integriertes Triple-Play-Angebot stellt der Netzbetreiber sicher, dass er seinen Kunden die etablierten und neuen Formen der TV-Nutzung anbieten und damit seinen Umsatz pro Kunde steigern kann.

Vor einer erfolgreichen TV-Vermarktung steht allerdings zunächst die vertragliche Absicherung zur „Einspeisung und Weitersendung“, die mit komplizierten Lizenzstrukturen noch immer Herausforderungen beinhaltet. Ein TV-Angebot, das sowohl den Vorgaben des Urheber- und Leistungsschutzrechts als auch den Geschäftsmodellen der Sender Rechnung trägt, erfordert mindestens vier Verträge: in jedem Fall mit den Verwertungsgesellschaften GEMA und VG Media sowie mit der Mediengruppe RTL; darüber hinaus als „gebündelte Lösung“ – wenn der Netzbetreiber nicht eigene Verträge mit allen weiteren Sendern abschließen möchte – einen weiteren Vertrag, der die Lizenzen der ProSiebenSat.1 Media SE, weiterer Spartensender im Free-TV-Bereich, Pay-TV-Sender und Fremdsprachenprogramme sowie non-lineare Features bündelt.

Ein neuer Dienstleister, der diese Aggregationsleistung erstmals anbietet, wurde 2016 gegründet: Die content4tv GmbH stellt Stadtwerken, Glasfasernetzbetreibern, City Carriern, IPTV-Anbietern, Kabelgesellschaften und der Wohnungswirtschaft Weitersenderechte für TV-Inhalte zur Verfügung. Damit erhalten Netzbetreiber alle Rechte, die nicht von den Verwertungsgesellschaften vertreten werden, aus einer Hand: Sie können schnell und rechtssicher ein TV-Produkt unter ihrer Marke aufbauen und ihr Internet- und Telefonie-Angebot zum Triple-Play-Paket erweitern. Nach dem Baukasten-Prinzip entscheiden die Netzbetreiber selbst, welche Sender und Rechte sie beziehen wollen. Das Angebot, das daraus entsteht, entspricht den TV-Plattformen großer Player und Wettbewerber. Das neue Konzept ist inzwischen durch eine Reihe von Vertragsabschlüssen mit Plattform- und Netzbetreibern am Markt etabliert.

Durch die Entkoppelung von Plattform und Content erhalten die Netzbetreiber volle Flexibilität bei der Auswahl ihrer technischen Plattform – IPTV, DVB-C oder eine hybride Weitersendung. Diese Trennung bewirkt zudem Preistransparenz, niedrigere Kosten und Unabhängigkeit bei künftigen Ergänzungen und Veränderungen. Als reiner B2B-Anbieter tritt content4tv nicht mit den Netzbetreibern in den Wettbewerb um Kunden.



Martina Rutenbeck

Geschäftsführende Gesellschafterin
der content4tv GmbH