

Gesetzlicher Abschalttermin, analoges Abschmelzen oder marktgetriebener Übergang?

BLM-Forum „Fernsehen 2011: Alles digital – außer Kabel?“

Die Frage, wie es weitergeht mit der Digitalisierung der Kabelnetze, stand im Mittelpunkt des BLM-Forums „Fernsehen 2011: Alles digital – außer Kabel?“ am 13. Mai 2009 in der Landeszentrale. Wie sehr dieses Thema die Fachöffentlichkeit bewegt, konnte man an den mehr als 200 Besuchern ablesen.

BLM-Präsident Ring skizzierte in seiner Einführung die bisherige Entwicklung der Digitalisierung der Rundfunkübertragungswege in Deutschland ausgehend vom Start der ersten digitalen Programme über Satellit im Sommer 1996. Demnach gab es in den zurückliegenden fast dreizehn Jahren immer wieder Situationen, in denen der Durchbruch bei der Digitalisierung des Kabels unmittelbar bevorzustehen schien - und dann doch nicht kam. Eine entsprechende Entwicklung erwartete man nach dem Verkauf der Kabelnetze der Deutschen Telekom im Jahr 2003 ebenso wie nach der lange verzögerten digitalen Einspeisung der großen privaten Free-TV-Programme Anfang 2006. Aber auch damals gelang der Durchbruch nicht. „Die Gründe, warum sich die Mehrheit der Kabelkunden bisher nicht für einen digitalen Anschluss entschieden haben, haben sich in den letzten Jahren kaum verändert: Ein für viele Zuschauer nach wie vor lukratives Analog-Angebot, eine im Vergleich zum analogen Kabel kompliziertere Technik, ein proprietärer Markt für Settop-Boxen, zusätzliche Kosten, die nicht unbedingt auf den ersten Blick überschaubar sind und die mangelnde Attraktivität des digitalen Angebots“, fasste Ring die bisherige Entwicklung zusammen. Abschließend forderte er alle Beteiligten auf „sich ernsthaft mit den Hemmnissen bei der Digitalisierung des Kabels, aber mehr noch mit deren Überwindung auseinanderzusetzen.“

Der Leiter der Bayerischen Staatskanzlei und für Medien zuständige Minister, Siegfried Schneider, sprach sich in seiner Keynote deutlich gegen eine von den großen Kabelnetzbetreibern ins Spiel gebrachte Re-Analogisierung des digitalen Satellitensignals für die Kabeleinspeisung aus: „Es kommt einem Schildbürgerstreich gleich, wenn nach einer kompletten Digitalisierung des Satelliten die Zuführungssignale ins Kabel re-analogisiert werden müssen. Ich warne davor, hier nur kurzfristige Rechnungen aufzustellen, dergestalt, dass die Re-Analogisierung pro Kanal nur einmalig 800.000 Euro kostet, aber den Vorteil einer sicheren Nische bietet. Die Nachfrage wird sich sehr schnell auf Abrufdienste und HDTV verlagern. Die Rechnung könnte also nicht aufgehen. (...) Zum zügigen Wechsel gibt es keine Alternative, auch wenn die Versuchung groß sein mag, die vorhandene Infrastruktur möglichst lange auszunutzen und Investitionen auf wenige, gewinnversprechende Bereiche wie etwa die Telekommunikation zu beschränken“, so Schneider. Die Lösung sieht er „im gemeinsamen Vorgehen von Markt und Politik.“ Ein Abschalten der analogen Übertragung bis 2011 ist aus seiner Sicht immer noch realistisch.

Den Stand der Digitalisierung im europäischen Vergleich referierte Dr. Dorothea von Wichert-Nick, Geschäftsführerin der Solon Management Consulting GmbH. Demnach ist das Kabel grundsätzlich in Europa der Übertragungsweg mit dem geringsten Digitalisierungsgrad. Deshalb stellt sich in zahlreichen europäischen Ländern die Frage, was getan werden muss, um digitalen Mehrwert zu realisieren. Darauf hat von Wichert-Nick eindeutige Antworten: Gefragt sind aus ihrer Sicht sowohl die Medienpolitik als auch die Netzbetreiber und die Fernseh-Anbieter. Die Medienpolitik sollte demnach ein Abschmelzen

der analogen Must-Carry-Angebote ermöglichen, den digitalen Umstieg finanziell fördern und die Verbraucher über die Vorteile der Digitalisierung aufklären. Die Netzbetreiber sollten das analoge Angebot reduzieren, attraktive Programmpakete zu verbraucherfreundlichen Preisen anbieten, den Nutzungskomfort der notwendigen Hard- und Software erhöhen und die Wohnungswirtschaft von den digitalen Angeboten überzeugen. Die TV-Anbieter müssten bereit sein auf analoge Reichweite zu verzichten, attraktive digitale Programme anbieten und die Entwicklung von HDTV vorantreiben.

Jochen Kröhne, Geschäftsführer der GetOnAir GmbH sprach anschließend über die „Digitalisierung als Überlebensvoraussetzung für Spartenkanäle“. Aus Sicht Kröhnes sind die Leidtragenden der mangelnden Digitalisierung des Kabels vor allem die zahlreichen Spartenkanäle, die im analogen Kabel nicht vertreten sind.

12 Mio. analoge Kabelhaushalte und derzeit noch 6 Mio. analoge Satellitenhaushalte sind entsprechend nicht in der Lage, die Dutzende digitaler Spartenkanäle zu empfangen. Die Lösung des Problems sieht Kröhne vor allem in der Vorgabe eines konkreten Abschalttermins durch die Politik für das analoge Kabel, da eine marktgetriebene Digitalisierung des Kabels nicht funktionieren würde. Ein konkreter Abschalttermin würde sowohl den Medienunternehmen als auch den Verbrauchern die notwendige Planungssicherheit geben. Als Datum schlug Kröhne Ende des Jahres 2011 vor. Eine Fortführung der momentanen Situation würde das Ende für zahlreiche Spartenkanäle bedeuten und damit die Medienvielfalt gefährden, so Kröhne.

Dr. Christoph Clément, Mitglied der Geschäftsleitung der Kabel Deutschland GmbH, stellte gleich zu Beginn seines Vortrags klar, dass das Kabel zu 100 Prozent digital sei, das es also nicht um die Digitalisierung, sondern um die Nutzung des digitalen Kabels gehe. Für die Digitalisierung ihrer Netze hat die KDG seit 2005 sehr viel getan, so Clément. Es wurden über eine Mrd. Euro investiert und 60 bis 70 digitale Programmplätze geschaffen. Derzeit verbreitet die KDG in ihrem digitalen Angebot 200 Programme, davon 100 Pay-TV-Angebote. Insgesamt hat die KDG nach Aussage von Clément derzeit 1,4 Mio. digitale TV-Kunden. Er wies u.a. auch darauf hin, dass man die Digitalisierung des Kabels nicht mit dem Satelliten vergleichen könne, da die Digitalisierung im Kabel deutlich später begonnen habe und die Kabellandschaft zudem fragmentiert sei. Clément sprach sich nachdrücklich für ein marktgetriebenes Vorgehen bei der Digitalisierung des Kabels aus. Begrüßen würde er, wenn die Landesmedienanstalten eine Digitalisierungskampagne starten würden.

Die Sichtweise der kleinen, unabhängigen Kabelnetzbetreiber der Netzebene 4 vertrat Heinz-Peter Labonte, der geschäftsführende Vorsitzende des Fachverbands Rundfunkempfangs- und Kabelanlagen (FRK). Ein Problem bei der Digitalisierung des Kabels liegt laut Labonte in der Grundverschlüsselung der digitalen Programme im Angebot der großen Kabelnetzbetreiber. Die wichtigste Grundvoraussetzung für die Akzeptanz des digitalen Kabels beim Kunden ist seiner Ansicht nach die Bereitstellung von preiswerten sog. „Volksboxen“, die in der Lage sind, sowohl Free-TV- als auch verschlüsselte Pay-TV-Angebote zu empfangen und ein konkreter Abschalttermin. Weil die unabhängigen Kabelnetzbetreiber für ihre Kunden beide Voraussetzungen erfüllen – unverschlüsselte Ausstrahlung digitaler Free-TV-Angebote und zur Verfügungstellung von Volksboxen – würden sie bis Ende 2011 eine rein digitale Programmeinspeisung verwirklichen können. Dazu müsse allerdings ein analoger Abschalttermin glaubwürdig und verbindlich kommuniziert werden.

Zum Abschluss der Vortragsrunde legte der Journalist und Spezialist für Fragen der Digitalisierung, Stefan Hofmeir, unter dem Titel „Die Befindlichkeiten des Systems“, die aus seiner Sicht maßgeblichen Gründe für die schleppende Digitalisierung des Kabels in Deutschland dar. Ein Grund ist für Hofmeir schlicht die Bequemlichkeit der analogen Kabelkunden: Wer einen analogen „plug and play“ Kabelanschluss gewohnt ist, der eine

ausreichende Vielfalt an Programmen bietet, gewöhnt sich nicht so leicht an eine Settopbox, die ein analoger Satellitenkunde dagegen bereits kennt. Ein weiteres Hemmnis sieht Hofmeir in den proprietären Settopboxen der großen Netzbetreiber: Jeder hat eine eigene Box mit einer eigenen Verschlüsselung. Die in neuen digitalen Fernsehgeräten bereits eingebauten Boxen könnten deshalb in aller Regel nicht verwendet werden. Dazu käme eine zumindest teilweise undurchsichtige Preispolitik der Netzbetreiber und mangelndes Interesse der großen privaten TV-Sender. Hofmeirs Fazit: „Für die neuen digitalen Spartensender hat die schleichende Digitalisierung der Haushalte fatale Auswirkungen: Ohne Haushalte keine Reichweite, ohne Reichweite keine Werbeeinnahmen. Deshalb ist es an der Zeit die Digitalisierung auch im Kabel endlich voranzubringen.“

Im Mittelpunkt der abschließenden Podiumsdiskussion, die von BLM-Geschäftsführer Martin Gebrande moderiert wurde, stand die Frage, welcher Weg der richtige ist, um die Digitalisierung der Kabels zu beschleunigen. Dabei hatten die Diskutanten sehr unterschiedliche Auffassungen. Dr. Matthias Knothe, Leiter des Medienreferats der Staatskanzlei Schleswig-Holstein, sprach sich nachdrücklich gegen ein gesetzliches Abschaltdatum aus. Er bevorzugte eindeutig eine freiwillige Absprache zwischen den Beteiligten. Diese müssten sich auf einen Pflichtenkatalog verständigen, der dann in einer bestimmten Frist abgearbeitet werden müsse. Das Jahr 2011 für den analogen Switch Off nannte Knothe ein „strammes Datum“, realistisch ist aus seiner Sicht eher 2014/2015. Einer staatlichen Förderung oder gar Finanzierung der Umstellung erteilte er eine klare Absage. Auch wenn ein gesetzliches Abschaltdatum vermutlich für die Kabel Deutschland die einfachste Lösung wäre, sieht Clément dies nicht. Er bezweifelte, dass es juristisch überhaupt machbar wäre. Die KDG setzt entsprechend auf eine marktgetriebene Lösung. Diesen Weg bevorzugt offensichtlich auch der VPRT. Deren stellvertretender Geschäftsführer, Claus Grewenig, betonte darüber hinaus, dass ein langsames Abschmelzen der analogen Kapazitäten für die Mehrheit der Sender nicht in Frage käme, es sei denn, es könnten ihnen von Beginn an entsprechende digitale Reichweiten angeboten werden. Auch Jochen Kröhne blieb bei seiner Position, dass ein allmähliches Abschmelzen der analogen Kanäle den Sendern nicht zuzumuten sei. Auch wenn er ein gesetzlich vorgegebenes Abschaltdatum präferieren würde, sieht er als realistischen Weg eine freiwillige Absprache aller Beteiligten. Heinz-Peter Labonte zeigte am Beispiel der unabhängigen Netzebene-4-Betreiber, dass die Umstellung auf digitale Einspeisung bei einer klaren Kommunikationsstrategie gegenüber den Kunden kurzfristig möglich ist. Alles was analog für die Kunden wegfällt, müsste man ihnen digital bieten und dazu die Möglichkeit unter verschiedenen Settopboxen zu wählen. Innerhalb von drei Monaten würden bei einem solchen Vorgehen 75 Prozent der Haushalte von analog auf digital umstellen, so Labonte.

Dr. Hans Hege, Direktor der Landesmedienanstalt Berlin-Brandenburg und seit vielen Jahren Digitalisierungsexperte der Landesmedienanstalten, sprach sich in der Diskussion für ein von der Politik gesetztes Abschaltdatum aus. Sowohl dabei, als auch im Hinblick auf eine staatliche Förderung der Digitalisierung sieht Hege das Bundeswirtschaftsministerium gefordert. „Ich würde mir im Hinblick auf die Digitalisierung des Kabels vom Bundeswirtschaftsministerium ein ähnliches Engagement wünschen, wie beim breitbandigen Internet für den ländlichen Raum“, so Hege. Nachdrücklich sprach sich Hege für intelligente und damit adressierbare Settopboxen aus, da „dumme“ Boxen keine neuen Geschäftsmodelle ermöglichen würden. Die Justiziarin des MDR, Prof. Dr. Karola Wille, hob das Engagement der ARD bei HDTV hervor, das einen wichtigen Anreiz für die Verbraucher schaffen könnte, vom analogen zum digitalen Kabel zu wechseln. Auch nach der intensiv geführten Diskussion galt im Hinblick auf das Thema weiter das Goethe-Zitat aus dem „Faust“, mit dem Gebrande die Podiumsdiskussion eingeleitet hatte: „Der Worte sind genug gewechselt, lasst mich auch endlich Taten sehen.“