## Medien: KDG-Chef Hammerstein – „Jeden Tag 2.000 Neukunden“

Bei Kabel Deutschland (KDG) läuft das Geschäft mit der Vermarktung von Telefon- und Internetanschlüssen trotz der Wirtschaftskrise gut, wie der Chef des Kabelnetzbetreibers, Adrian von Hammerstein, in einem Interview mit der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ (FAZ, Ausgabe vom 12. März) sagte. „Für unsere Branche ist es ein gutes Jahr. Die Bundesregierung hat mit ihrer Breitbandstrategie eine klare Priorität gesetzt. Bis 2014 sollen 75 Prozent aller Haushalte Zugang zum Hochgeschwindigkeitsinternet mit mindestens 50 Megabit je Sekunde haben“, so von Hammerstein gegenüber der FAZ. Für die im europäischen Vergleich zurückhaltende Buchung von Triple-Play-Abonnements durch deutsche Konsumenten machte der KDG-Chef im Interview den späten Einstieg Deutschlands in das Geschäft mit Internet- und Telefonanschlüssen via Kabel verantwortlich.
Von Hammerstein sagte im FAZ-Interview, Kabel Deutschland sei größter Triple-Play-Anbieter Deutschlands, „größer als die Deutsche Telekom“. Noch vor einem Jahr habe der Kabelnetzbetreiber 421.000 Kunden für Internet und Telefon gehabt, Ende März 2009 würden es mehr als 750.000 Abonnenten sein, konstatierte er. „Derzeit gewinnen wir jeden Werktag bis zu 2.000 neue Kunden, das sind über 10.000 neue Anschlüsse jede Woche“, konstatierte der KDG-Chef gegenüber der Zeitung. Die Penetration bezogen auf die vermarktbare Basis betrage neun Prozent, fuhr er fort. Bis sich die Investitionen für Aufrüstung, Installation und Kundengewinnung amortisiert haben, werden nach Einschätzungen des Managers noch einige Jahre vergehen. Der Kabelnetzbetreiber habe erst 2006 mit der Modernisierung der Netze begonnen.
Weitere Übernahmen schließt der KDG-Chef nicht aus. „Attraktive Chancen würden wir sicherlich nutzen“, sagte er. Des Weiteren sprach sich von Hammerstein in dem Interview erneut für eine Konsolidierung der großen Kabelnetzbetreiber aus. „Es gibt in Deutschland eine industrielle Logik für einen starken Infrastrukturwettbewerber zur Deutschen Telekom“.

## Medien: ARD-Vorsitzender Boudgoust: „Wir sind besser mit den Privaten als ohne sie“

In zehn Thesen hat sich der ARD-Vorsitzende Peter Boudgoust dem Thema „Zukunft des dualen Systems“ genähert. Monopole, so Boudgoust, schadeten immer den Kunden. „Der Monopolist ruht sich auf seinen Lorbeeren aus“, erklärte der Intendant des Südwestrundfunks (SWR). Bedauerlich sei, dass zwischen öffentlich-rechtlichem und kommerziellem Rundfunk kein Wettbewerb im Guten geführt werde. Hier gelte leider das Motto „deren Produkt ist schlechter“, bedauerte der ARD-Vorsitzende und prangerte eine seiner Meinung nach „extrem ideologische Form der Auseinandersetzung“ an.
Im Visier hatte Boudgoust den Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT). Der habe sich zurzeit „auf den Kika eingeschossen“. Von Expansion der öffentlich-rechtlichen Sender im Internet könne hier keine Rede sein, hielt Boudgoust dagegen. Vielmehr müsse für jedes Online-Engagement an anderer Stelle Geld gespart werden.
Gleichzeitig, so betonte Boudgoust, habe man aber auch voneinander gelernt. Wettbewerb sei gut, da er zu mehr Zuschauerorientierung führe. „Die Öffentlich-Rechtlichen sind besser mit den Privaten als ohne sie“, versicherte der ARD-Vorsitzende. Bei aller Kritik müsse man auch festhalten, dass das Verhältnis entspannter geworden sei, „nachdem es 15 Jahre lang von Besitzstandswahrung geprägt gewesen ist“.
An der Existenzberechtigung der Öffentlich-Rechtlichen gebe es nichts zu deuteln, meinte Boudgoust. Die beiden Säulen des dualen Systems existierten nicht gegeneinander sondern nebeneinander. „Keine kann die andere ersetzen.“ Boudgoust hob die professionelle Sportberichterstattung bei RTL hervor. Auch in Sachen Emotionalität sei man bei den Privaten ein Stück voraus. Jedoch: „Etwas wie ‚Deutschland sucht den Superstar’ wird es in der ARD nicht geben“, versprach Boudgoust. Lobend hob Boudgoust auch die gemeinsamen Schritte, beispielsweise beim Kampf um frei werdende Kanäle – Stichwort „Digitale Dividende“ – hervor. Hier müsse man auch weiterhin an einem Strang ziehen, schon wegen der Konkurrenz durch die Telekommunikationskonzerne. Da der Rundfunk ein Kulturgut sei, müssten seine Frequenzen weiterhin zugeteilt und nicht versteigert werden, forderte Boudgoust.
Der ARD-Vorsitzende erwartete von der Politik mehr Zutrauen in die Entscheidungsfähigkeit der Sender. Mit Blick auf den 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag sagte Boudgoust: „Die Werbezeitenbeschränkungen ~~oder Drittsendeverpflichtungen~~ für die Privaten sind ordnungspolitisch eigentlich systemwidrig.“ Man könne den Privaten durchaus zutrauen, dass sie ihren Zuschauern nicht zuviel Werbung vorsetzten, versicherte Boudgoust und plädierte für mehr Selbstregulierung.Trotz allem Verständnis für die Mitbewerber, der

SWR-Intendant betonte auch die Unterschiede zwischen den Säulen des dualen Systems. ARD und ZDF hält er für absolut notwendig, denn: „Wir haben keine ökonomischen Interessen." Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung zu liefern, dass seien die verfassungsgerichtlich verbrieften Aufgaben von ARD und ZDF. Da Medien anders genutzt würden als früher, müssten die Öffentlich-Rechtlichen reagieren können – „gerade in der digitalen Welt", betonte Boudgoust. Mit einem Appell für Gelassenheit und Selbstbewusstsein verwahrte sich der ARD-Vorsitzende gegen private „Stimmungsmache" wegen so genannter „Zwangsgebühren". „Das Glück des einen wird nicht dadurch größer, dass es dem anderen schlechter geht."

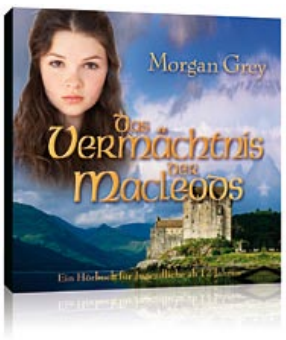
Auguren, die vom Untergang des Fernsehens sprechen, hielt Boudgoust entgegen: „Ich glaube an die Zukunft des Massenmediums." Dass Deutschlands Fernsehlandschaft ihresgleichen suche, habe einen Grund: „Wir haben das beste Mediensystem der Welt."
Und das liege nicht zuletzt an der Dualität von Öffentlich-Rechtlichen und Privaten, betonte der ARD-Vorsitzende und warnte vor der Zeit, in der die Fernsehsender in Deutschland sich nicht nur miteinander, sondern mit Google und Co. messen müssen.

www.dlm-symposium.de

## Medien: Medienanstalten sehen kleine TV-Sender in Existenznot – Bericht

Die Landesmedienanstalten befürchten, dass der Rückgang der Werbeerlöse im Zuge der Wirtschaftskrise zur Einstellung weiterer privater Fernsehkanäle führen könnte. „Die kleinen Sender, die über die geringsten finanziellen Polster verfügen, trifft es am härtesten. Sie sind am stärksten in ihrer Existenz gefährdet", sagte Thomas Langheinrich, Vorsitzender der Kommission für Zulassung und Aufsicht der Medienanstalten, dem Branchendienst „Medienbote". Daher könne es zu einer weiteren Marktbereinigung kommen. Die ersten Auswirkungen sind bereits zu spüren: GIGA wird Ende März eingestellt, FAB und Saar TV sind insolvent, das Deutsche Gesundheitsfernsehen zieht sich ins Internet zurück und Tier TV kündigt einen Stellenabbau an.
Langheinrich befürchtet, dass der konjunkturelle Abschwung zu einer Schieflage zu Ungunsten der Privatsender führen könnte. „Die Wirtschaftskrise trifft einen Teil des dualen Systems mit aller Härte, während der andere Teil deutlich weniger betroffen ist", erklärte Langheinrich. „Die privaten Veranstalter sind den konjunkturellen Schwankungen des Werbemarkts ausgesetzt, der öffentlich-rechtliche Rundfunk hingegen ist durch die erst jüngst wieder erhöhten Gebühren abgesichert. Wir sehen unsere Aufgabe als Landesmedienanstalten darin, das Gleichgewicht im dualen System wieder herzustellen. Möglicherweise könnte ein Werbeverzicht von ARD und ZDF dazu beitragen."
Trotz der Krise warnt Langheinrich die TV-Veranstalter vor Einsparungen am Programm. „Als Wächter und Unterstützer des privaten Rundfunks werden die Landesmedienanstalten darauf achten, dass die Privatsender auch in ihrem eigenen Interesse in Krisenzeiten ihren publizistischen Auftrag erfüllen, da sie damit einen wichtigen Beitrag im dualen System leisten." Für ein Vollprogramm wäre es keine geeignete Antwort auf die Krise, die Programmqualität zu vernachlässigen und nur noch auf die Prämisse „Quote komm' raus!" zu setzen. Langheinrich schlägt vor, im Gegenzug zu überlegen, in Mediengesetzen Anreize für qualitativ hochwertige Programme zu schaffen, durch die die Veranstalter zu anspruchsvollen Inhalten angespornt würden.

www.alm.de




Morgan Grey

**Das Vermächtnis der MacLeods**

Schottland im 14. Jahrhundert: Auf Burg Dunvegan, dem Sitz der MacLeods, gerät die junge Catriona MacDonald in eine Kette verhängnisvoller Ereignisse. Aidan MacLeod, ihr Freund aus Kindertagen und einst ihre heimliche Liebe, ist nach dem Tod seines Vaters der Chief des Clans. Als Catriona erfährt, dass ihr Bruder verschwunden ist und des Verrats bezichtigt wird, ist sie wild entschlossen, seine Unschuld zu beweisen und kommt dabei einer Intrige auf die Spur, die sie niemals erwartet hätte.

**Copyright für dieses Hörbuch:** RADIOROPA Hörbuch - eine Division der TechniSat Digital GmbH, TechniPark, 54550 Daun;
Copyright Buchvorlage: Das Vermächtnis der MacLeods © 2008 by Verlag Carl Ueberreuter, Wien

ISBN: 9783836803939 17,95 Euro

RADIOROPA Hörbuch Division of TechniSat

Bestellhotline: (03925) 9220-700 • Bestellung online unter: www.hoerbuchnetz.de