

Dietmar Schickel

„Kabelfernsehen ist unschlagbar“



Dietmar Schickel, Geschäftsführer des Kabelnetzbetreibers Tele Columbus

Die Medienwelt unterliegt permanenten Veränderungen. Beinahe täglich werden Nachrichten über neue Entwicklungen und Trends veröffentlicht, an denen auch die Kabelbranche einen großen Anteil hat. Über Aspekte dieser Entwicklung und die Fernsehlandschaft in Berlin-Brandenburg sprachen wir mit Dietmar Schickel, Geschäftsführer des Kabelnetzbetreibers Tele Columbus.

Die Hauptstadtregion ist eines der größten Ballungsgebiete Deutschlands. Wie beurteilen Sie hier die Situation im TV- und Telekommunikationsmarkt?

Über das Breitbandkabel werden in der Region Berlin und Brandenburg rund zwei Millionen Haushalte erreicht. Der Kabelanschluss ist damit vor Satellitenfernsehen und DVB-T, also digitalem Antennenfernsehen, nach wie vor der wichtigste Verbreitungsweg für Fernsehen und Hörfunk. Und gegenüber den

anderen Infrastrukturen hat das Kabel einen weiteren Vorteil: Es kann neben dem klassischen Fernsehen auch weitere Produkte wie Internet oder Telefonie über einen Anschluss liefern – und das mit besonders hohen Übertragungsgeschwindigkeiten. Diese Kombination ist nicht zuletzt aus preislicher Sicht attraktiv, sodass sich heute bereits sechs von zehn Internet-Neukunden für den Zugang per Kabel entscheiden – und nicht mehr über die alte Telefonleitung. Auch hier gewinnt das Kabel also zunehmend an Bedeutung.

Bleiben wir beim Fernsehen: In Berlin gibt es zwei Fernsehsender – den rbb und tv.berlin. Warum sind das im Vergleich mit anderen Metropolen so wenige?

Wenn Sie die lokalen Angebote ansprechen, dürfen Sie natürlich auch den Offenen Kanal Alex nicht vergessen. Und

viele nationale und internationale TV-Stationen haben in Berlin Studios und Repräsentanzen und produzieren hier vor Ort. Als politisches Machtzentrum ist Berlin per se natürlich für viele Fernsehmacher interessant. Andererseits ist rein werbefinanziertes Fernsehen – gerade in Berlin – zunehmend schwierig. Der wirtschaftliche Aufwand lässt sich damit vor allem für kleinere Regionalsender in der Regel nur schwer decken. Zudem entstehen durch die Digitalisierung immer mehr Sender und Spartenprogramme – und mit dem wachsenden Angebot steigt auch die Konkurrenz für jede einzelne TV-Anstalt.

Fernsehen ist einer der Bereiche, in dem die Möglichkeiten der Digitalisierung besonders deutlich werden. Wohin wird Ihrer Meinung nach die Entwicklung gehen?

Nachdem fast alle Sender die analoge Fernsehübertragung eingestellt haben, ist die Zahl der Fernsehprogramme – auch in hochauflösender Form – stark gestiegen. Mittlerweile haben die Zuschauer die Wahl zwischen mehr als 100 Programmen, in der alten analogen Welt waren es höchstens um die 40. In der digitalen Welt werden Bild- und Tonqualität ständig verbessert, auch neue Dienste wie Elektronische Programmführer oder Video-on-Demand, also Fernsehen auf Abruf, stehen zur Verfügung. Mit dieser rasanten Entwicklung können nicht alle Sender Schritt halten. Auch für uns als Netzbetreiber bedeutet die digitale Welt eine Herausforderung, weil Bewegtbilder nicht mehr nur über die klassischen Rundfunkwege, sondern auch zunehmend über das Internet abgerufen werden.

Wie zukunftsfähig ist das Kabelfernsehen im Wettbewerb mit Satelliten- und Internet-TV?

Das Breitbandkabel ist in der Kombination der Dienste unschlagbar – nur dieses

Medium bietet heute den Zugang zu analogem, digitalem und hochauflösendem Fernsehen, Hörfunk, superschnellem Internet und Telefonie. Satellitenfernsehen kann eine solche Angebotsvielfalt nicht gewährleisten, und auch der alte Kostenvorteil ist dahin – auch per Satellit sind hochauflösende Programme nur noch gegen Extragebühren empfangbar. Und ein separater Internetanschluss ist in der Regel ohnehin mit mehr Kosten verbunden als die kombinierten Angebote per Kabel – und dabei auch meist weniger leistungsfähig.

Welche Rolle spielen die Sehgewohnheiten der Zuschauer?

Durchschnittlich sieht jeder Zuschauer in Deutschland vom Kind bis zum Greis täglich rund vier Stunden fern, wobei die Sehgewohnheiten sehr unterschiedlich sind. Während die ältere Generation „linear“ TV konsumiert, gibt es diese festen Regeln bei jüngeren Zuschauern kaum noch. Hier spielt es keine Rolle mehr, ob die Bewegtbilder über den Fernsehanschluss oder aus dem Internet auf den Bildschirm kommen. Fernsehen muss rund um die Uhr und überall abrufbar sein. Dieses Bedürfnis kann am besten Kabelfernsehen mit seinen vernetzten Angeboten erfüllen.

Ihr wichtigster Partner ist die Wohnungswirtschaft. Was müssen Wohnungsunternehmen heute mit Blick auf diese Medienzukunft beachten?

Die intelligente Vernetzung von Diensten im Haushalt – ob bei der Unterhaltungselektronik, medizinischen Versorgung oder Energieeffizienz – wird das große Thema der Zukunft. Der Schlüssel dafür ist eine leistungsfähige Infrastruktur, die große Bandbreiten in den einzelnen Haushalten bereitstellen kann. Wer seine Wohnungen heute nicht entsprechend ausstattet, läuft Gefahr, den Anschluss an diese Zukunft zu verpassen. (uh)