

Kabelindustrie plant eine (Re-)Konzentration mit problematischen Konsequenzen

→ **Notwendige Konsolidierung oder gefährliche Monopolbildung?**

Von Runar Woldt*

Kabel macht wieder Schlagzeilen

Zwei Jahre nach dem Scheitern des spektakulären Versuchs der amerikanischen Medienholding Liberty Media, einen Großteil der deutschen Kabelnetze von der Deutschen Telekom zu übernehmen, steht die Kabelindustrie wieder in den Schlagzeilen. Dieses Mal geht es um eine von den führenden Unternehmen der Branche in Angriff genommene Konsolidierung, an deren Ende ein Kabelnetzbetreiber als dominierender Akteur auf der Netzebene 3 (dem Kabelverteilsnetz bis zur Grundstücksgrenze) übrig bleiben würde. Damit würde die Dezentralisierung der Netzebene 3, die seinerzeit mit dem Verkauf der ehemaligen Kabelnetze der Deutschen Telekom eingeführt wurde, um den Wettbewerb zu stärken, vollständig rückgängig gemacht.

Kartellamt wird Konzentration prüfen

Die an dem beabsichtigten Konzentrationsprozess beteiligten Unternehmen verweisen auf eine ökonomische Notwendigkeit dieses Schritts, vor allem, um den erkennbaren Stillstand in der Entwicklung der Netze zu überwinden und der Infrastruktur Kabel in Deutschland einen dringend erforderlichen Innovationsschub zu geben. Aus Sicht des Marktführers Kabel Deutschland GmbH (KDG), der im Zentrum der geplanten Fusion steht, ist die heutige Situation nicht mit derjenigen zu vergleichen, die im Jahr 2002 zur negativen Entscheidung des Bundeskartellamts und letztlich zum Rückzug des Unternehmens Liberty Media unter John Malone aus Deutschland führte. (1) Das Bundeskartellamt ist erneut mit der Prüfung des Zusammenschlusses befasst und wird sich intensiv mit diesen Argumenten und auf der anderen Seite auch mit den Gründen beschäftigen müssen, die bei einer Reihe wichtiger Akteure in- und außerhalb der Kabelindustrie zur Kritik und Ablehnung der geplanten Konzentration führen.

Parallelen zu Konzentration in anderen Ländern

Obwohl offensichtlich nicht in direktem Zusammenhang stehend, weist die gegenwärtige Debatte um das Kabel in Deutschland Parallelen zu Entwicklungen in anderen Ländern auf. Auch dort steht die Frage im Mittelpunkt, wie die wirtschaftliche Krise einiger Unternehmen überwunden werden kann und ob dazu eine Konsolidierung des Marktes notwendig ist. Dabei spielt eine zentrale Rolle, wie sich das Kabel angesichts der Digitalisierung der Medien und dem Wachstum anderer Infrastrukturen wie Satellit, Internet und DSL positioniert. In jedem Fall wird die Entwicklung von den Rundfunkunternehmen besonders aufmerk-

sam beobachtet, sind sie doch in hohem Maße auf das Kabel als Transportmedium angewiesen und haben ihrerseits wichtige strategische Entscheidungen in einer Phase der Umstellung auf die Bedingungen einer digitalisierten Medienindustrie zu treffen. Bevor im Folgenden die deutsche Situation näher analysiert werden wird, soll ein kurzer Blick auf internationale Tendenzen in der Kabelindustrie geworfen werden.

Internationale Entwicklung

Die Kabelindustrie hat in Europa in den vergangenen Jahren turbulente Zeiten erlebt. Eine aggressive Expansion im In- und Ausland sowie Investitionen in den Ausbau der Netze führten vielerorts zu hoher Verschuldung der Kabelnetzbetreiber, weil die Kundennachfrage und der Umsatz nicht im erwarteten Maße anstiegen. Banken und Finanzierungsfirmen waren nicht mehr bereit, die wachsenden Verluste zu decken. Einige der führenden europäischen Kabelunternehmen standen in den Jahren 2001/2002 vor dem Ruin und konnten nur durch eine Übergabe der Unternehmenskontrolle an ihre Gläubiger am Leben erhalten werden. Zum Höhepunkt der Krise, im Herbst 2002, traf es gleich zwei der prominentesten Kabelnetzbetreiber, United Pan-European Communications (UPC) in den Niederlanden und Telewest in Großbritannien, die beide mehrheitlich in den Besitz ihrer Hauptgläubiger (darunter vor allem auch der US-amerikanische Kabelunternehmer John Malone) gingen. (2) Mit Hilfe drastischer Sanierungsaktionen wie Umschuldungsmaßnahmen und Insolvenzverfahren gelang es den neuen Eigentümern im Jahr 2003, die Kabelunternehmen zu stabilisieren. (3) Im Frühjahr 2004 konnten die Fachdienste schließlich vermelden, dass die europäischen Kabelnetzbetreiber zu einem großen Teil wieder kreditwürdig geworden seien und neue Aktivitäten zum Beispiel in Mittel- und Osteuropa, aber auch in den westeuropäischen Märkten planten. (4)

Die Umstrukturierungen im Zuge der Krise der Kabelindustrie förderten auch den Konzentrationsprozess in mehreren Ländern. So übernahm im Februar 2004 die von John Malone kontrollierte Holding Liberty Media für geschätzte 660 Mio Euro die Netze des französischen Kabelnetzbetreibers Noos. (5) Daraufhin intensivierten auch die Konkurrenzunternehmen France Télécom Câble und NC Numéricable (ein Tochterunternehmen von Vivendi) ihre bereits früher eingeleiteten Kooperationsgespräche, die auch zu einer Fusion führen könnten. (6) Bei einem Zusammenschluss würde das größte französische Kabelunternehmen mit gut 1,6 Millionen Anschlüssen entstehen, vor Noos mit rund 1,1 Millionen Anschlüssen. In Spanien übernahm im Dezember 2003 der Netzbetreiber Ono den kleineren Konkurrenten Retecal, um mit nunmehr insgesamt 650 000 Anschlüssen Marktführer im spanischen Kabelmarkt zu werden. (7)

Hohe Verschuldung trieb Kabelunternehmen in die Krise

Fusionen und Übernahmen in Frankreich und Spanien

* Media Perspektiven.

① **Führende europäische Kabelunternehmen mit breitbandigem Internetzugang**

Zahl der Abonnenten

Kabelbetreiber	Land	III/2003	IV/2002	IV/2001
NTL	Großbritannien	864 600	517 100	118 100
Telenet	Belgien	389 000	300 000	201 000
Telewest	Großbritannien	367 410	262 219	85 122
Essent	Niederlande	198 000	175 000	146 000
TV Cabo	Portugal	196 500	140 300	62 000
UPC Telekabel	Österreich	200 000	187 100	152 500
Cablecom	Schweiz	190 000	150 000	84 000
Noos	Frankreich	182 500	152 166	92 593
ONO	Spanien	154 000	136 000	90 000

Quelle: New Media Markets v. 25.1.2004, S. 7.

Wirtschaftliche Probleme auch im US-Kabel

Auch in den USA hatte die Kabelindustrie in den vergangenen Jahren mit wirtschaftlichen Problemen zu kämpfen. Hauptgrund war der Zusammenbruch der „New Economy“ und damit verbundene Finanzierungsprobleme und Schulden bei den Netzbetreibern. Dennoch sind die USA immer noch weit voraus in Bezug auf die Entwicklung ihrer Kabelinfrastruktur: Rund 90 Prozent der 72 Millionen Kabelhaushalte sind digitalisiert, mehr als 20 Millionen Haushalte haben digitale Angebote abonniert. Im Schnitt zahlen amerikanische Kabelkunden rund 40 US-Dollar monatlich für abonnierte Kabeldienste. (9)

Inzwischen wieder vorsichtiger Optimismus in der Kabelbranche

Insgesamt sieht die Kabelbranche in Europa vorsichtig optimistisch in die Zukunft. (8) Die Erwartungen hinsichtlich eines raschen Ausbaus des digitalen Kabels sind allerdings zurückhaltender als noch vor wenigen Jahren. Das sogenannte Triple-play – Rundfunk, Internetzugang und Telefonie –, dem in der Vergangenheit eine besondere Rolle als Verkaufsargument für Kabel gegenüber seinen Hauptkonkurrenten Satellit und DSL zugetraut worden war, wird weiterhin nur in wenigen Ländern in relevantem Umfang angeboten. Anders als bisher in Deutschland setzen viele Kabelnetzbetreiber im europäischen Ausland vor allem auch auf das breitbandige Internet als Produkt mit großem Potenzial für die Zukunft. Tatsächlich hat außerhalb Deutschlands die Zahl der Konsumenten, die ihren Internetzugang über das Kabel erhalten, in den letzten Jahren teilweise deutlich zugenommen (vgl. Tabelle 1).

Deutschland: Remonopolisierung der Netzebene 3?

Februar 2002: Bundeskartellamt stoppt Liberty

Am 25. Februar 2002 untersagte das Bundeskartellamt dem US-amerikanischen Unternehmen Liberty Media die Übernahme der noch in der Hand der Deutschen Telekom AG bzw. deren Tochter Kabel Deutschland (KDG) verbliebenen Kabelnetze. (10) Vorausgegangen war ein langwieriges Prüfungsverfahren durch das Kartellamt, in dem auch die maßgeblichen Marktteilnehmer wie Fernsehveranstalter und Kabelnetzbetreiber angehört wurden, begleitet von einer lebhaften öffentlichen Debatte. (11) Das Kartellamt begründete seine Entscheidung vor allem mit drei Hauptargumenten: Die Über-

nahme durch Liberty führe zu einer Verschlechterung der Wettbewerbssituation im Anbietermarkt, da Liberty auch an Unternehmen der Netzebene 4 beteiligt sei (Primacom und EWT) und weitere erwerben wolle. Außerdem sei Liberty auch Inhalteanbieter, wodurch die Gefahr der Benachteiligung anderer Inhalteanbieter gegeben sei. Schließlich seien durch den beabsichtigten Kauf der Telekom-Kabelnetze auch keine wesentlich verbesserten Wettbewerbsbedingungen auf anderen Märkten (z.B. Telefonie) zu erwarten. (12) Liberty war nicht bereit, sein Angebot entsprechend den Vorstellungen des Bundeskartellamts zu verbessern und zog es daraufhin zurück.

Für die Deutsche Telekom war das Scheitern des Geschäfts und der Rückzug von Liberty Media ein herber Rückschlag, denn es wurde schnell deutlich, dass in einem neuen Verkaufsverfahren ein Preis von rund 5,5 Mrd Euro, wie ihn Liberty offenbar zu zahlen bereit gewesen war, nicht mehr zu erzielen sein würde. Erst im März 2003 konnte schließlich der Verkauf der KDG mit Kabelnetzen in sechs Regionen abgeschlossen werden. Käufer war ein Konsortium aus den Investmentunternehmen Goldman Sachs Capital, Apax Partners und Providence Equity. Das Konsortium zahlte nach Presseberichten 1,725 Mrd Euro, fast 3,8 Mrd Euro weniger als der seinerzeit mit Liberty Media vereinbarte Preis. (13)

In der Zeit, in der die Deutsche Telekom versuchte, ihre Kabelnetze zu verkaufen, wurden keine Investitionen in die Aufrüstung der Infrastruktur mehr vorgenommen. Diese als „Modernisierungsblockade“ (14) bezeichnete Politik der Telekom war einerseits nachvollziehbar, da der Verkauf ja in jedem Fall bevorstand und die Telekom keinen Gewinn mehr aus der Aufrüstung der Kabelnetze würde ziehen können. Andererseits wurde mit gewisser Plausibilität vermutet, dass die Telekom die Zeit bis zur endgültigen Abgabe ihrer Kabelnetze an einen anderen Betreiber dazu nutzte, ihr Angebot an Breitbandanschlüssen über DSL massiv auszubauen, um sich damit einen kaum einholbaren Vorsprung im Bereich des breitbandigen Internetzugangs zu verschaffen. (15) Ende 2003 waren bei der Deutschen Telekom rund 4 Millionen DSL-Anschlüsse in Deutschland unter Vertrag. Die Zahl der breitbandigen Internetanschlüsse per Kabel stagnierte derweil auf sehr niedrigem Niveau.

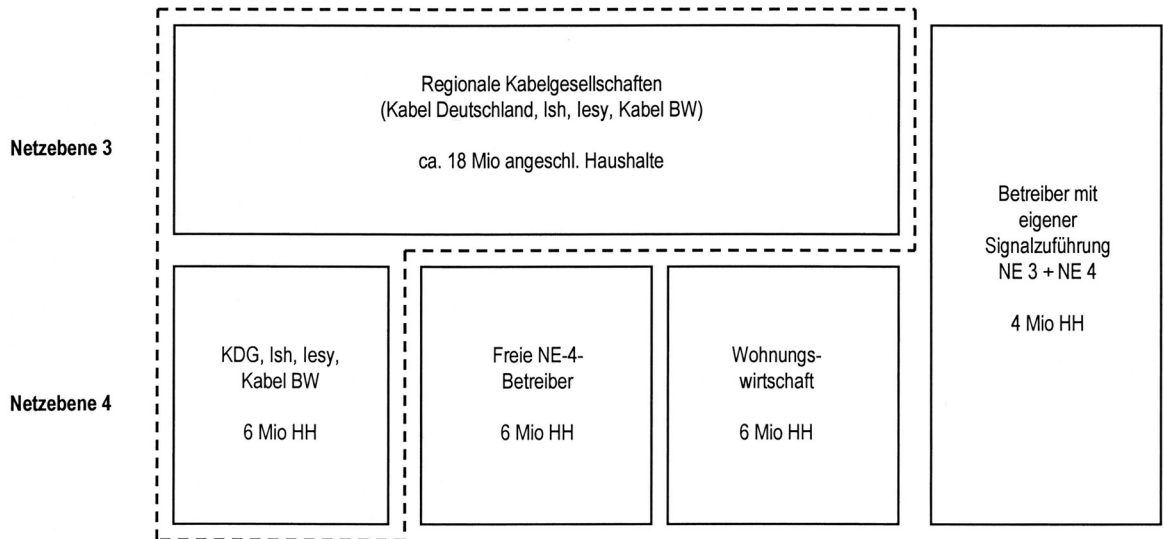
Der Verkauf der KDG an das Finanzkonsortium im März 2003 weckte Erwartungen, dass die jahrelang verzögerte Aufrüstung der Kabelnetze nunmehr doch noch in Angriff genommen würde („Die letzte Chance für Multimedia im Kabelnetz“ titelte beispielsweise die FAZ). (16) Allerdings machte das neue Management von Kabel Deutschland von Beginn an unmissverständlich klar, dass die Priorität in Zukunft auf der Verbreitung von digitalen Fernsehprogrammen liegen würde, ein schneller, breitbandiger Internetzugang würde erst in den nächsten Jahren angeboten werden, der Telefonie über das Kabel wurde keinerlei Zukunft mehr gegeben. (17)

Verkauf der Telekom-Netze erst im März 2003

„Modernisierungsblockade“ und DSL-Ausbau

Geringe Aussichten für Netzausbau

Abb. 1 Struktur des Breitbandkabels in Deutschland



Quelle: ANGA.

KDG will andere Netzebene-3-Betreiber übernehmen

Mit dem Eigentümerwechsel bei der KDG war jedoch die Umstrukturierung der deutschen Kabelindustrie nicht abgeschlossen. Ausgangspunkt für weitere Veränderungen war der regionale Netzbetreiber in Nordrhein-Westfalen, Ish. Nach der Insolvenz der Muttergesellschaft von Ish im Sommer 2002 hatten die Gläubigerbanken unter Führung der Deutschen Bank und der Citigroup das Kabelunternehmen übernommen. Ish hatte sich mit ambitionierten Ausbauplänen für seine Netze übernommen und Schulden in Höhe von 800 Mio Euro angehäuft. (18) Ende 2005 stand das Unternehmen zum Verkauf, wobei zunächst eine Fusion von Ish mit den Kabelnetzbetreibern Iesy in Hessen und Kabel Baden-Württemberg (Kabel BW) für eine aussichtsreiche Variante gehalten wurde. (19) Neben KDG wäre so ein zweiter großer Kabelnetzbetreiber auf der Netzebene 3 entstanden. Im Februar 2004 zeichnete sich dagegen ab, dass KDG ein Gebot für die drei anderen Kabelunternehmen abgeben würde. Insgesamt bietet KDG den bisherigen Eigentümern 1,4 Mrd Euro für Ish und 1,3 Mrd Euro für Iesy und Kabel BW, darin enthalten sind die aufgelaufenen Schulden. (20)

Übernahme bedeutete Remonopolisierung der Netzebene 3

KDG hat die beabsichtigten Übernahmen bei den zuständigen Kartellbehörden angemeldet. Die Europäische Kommission in Brüssel hat den Fall der Übernahme von Ish an das Bundeskartellamt in Bonn überwiesen, womit alle drei Fälle dort zur Prüfung liegen. Mit einer Entscheidung des Bundeskartellamts wird für das vierte Quartal 2004 gerechnet. Sollte der Übernahme zugestimmt werden, wären die ehemaligen Telekom-Kabelnetze wieder unter einem Dach vereint; die seinerzeit bewusst vorgenommene Dekonzentration der Betreiber auf der Netzebene 3 wäre vollständig rückgängig gemacht. Wie bereits zwei Jahre zuvor bei der gescheiterten Übernahme von KDG durch Liberty

Media stieß auch dieses Mal der geplante Eigentümerwechsel auf heftige öffentliche Reaktionen. Während die vier beteiligten Kabelnetzbetreiber die Fusion als notwendigen Schritt der Konsolidierung bezeichnen, äußern Konkurrenten, andere Marktteilnehmer und auch die Rundfunkaufsicht schwerwiegende Bedenken wegen der möglichen Konsequenzen für den Wettbewerb und die zukünftige Entwicklung der deutschen Medienlandschaft insgesamt.

Konsequenzen für Rundfunkveranstalter, Kabelunternehmen und Verbraucher

Mit der Übernahme von Ish, Iesy und Kabel BW durch KDG entstünde in der deutschen Kabelindustrie ein dominierendes Unternehmen, das nicht nur die Netzebene 3 weitgehend beherrschen, sondern auch einen nicht unerheblichen Teil der Anschlüsse auf Netzebene 4 kontrollieren würde (vgl. Abbildung 1).

Von KDG selbst, aber auch von einigen außenstehenden Beobachtern, wird die Konsolidierung der Netzebene 3 als eine notwendige Voraussetzung für das Aufbrechen der „Modernisierungsblockade“ und den Ausbau der Kabelnetze zu einer Plattform für digitale Angebote angesehen. Es wird argumentiert, der Zusammenschluss führe zu Skaleneffekten und ermögliche dadurch günstigere Bedingungen für die Entwicklung neuer Angebote, für den Ausbau der Netze und für die Kooperation mit Partnern auf anderen Netzebenen. Aber auch die Kritik an dem Vorhaben ließ nicht lange auf sich warten. Von der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten kam eine deutliche Warnung, die Konzentration auf der Netzebene 3 könnte langfristig die Entwicklung der Kabelindustrie insgesamt behindern. (21) Die Kontrolle der Netzebene 3 durch einen Monopolisten könne den ungehinderten Zugang für Fernsehveranstalter beeinträchtigen. Der deutsche Markt sei groß genug, um mindestens zwei Kabelplattformen zu unterstützen.

Zwiespältiges Echo auf Übernahmeankündigung

Fusion mit Auswirkungen auf drei Bereiche

Wie stellt sich bei genauerer Betrachtung der Marktsituation die Lage für die Netzbetreiber dar? Welche Risiken sind mit der Fusion der vier Anbieter auf der Netzebene 3 für den Wettbewerb und für die anderen Marktteilnehmer verbunden, insbesondere für die Rundfunkveranstalter und die Verbraucher? Die Fusion könnte Konsequenzen vor allem in drei Bereichen haben:

Einspeisung der Programme

1. Das Verhältnis zwischen Rundfunkveranstaltern, die ihre Programme in das Kabel einspeisen, und den Kabelnetzbetreibern ist sensibel, weil es um die Klärung der Fragen geht, wer künftig für welche Leistungen vergütet wird und welche Bedingungen für die Einspeisung der Programme gelten.

Verhältnis zwischen Netzebenen 3 und 4

2. Die organisatorische Unterteilung des deutschen Kabelnetzes in die Netzebenen 3 und 4 mit einer kleinen Zahl regionaler Monopolisten auf der Netzebene 3 und einer Vielzahl kleiner und mittelgroßer Unternehmen auf der Netzebene 4 ist weltweit einmalig. Ein nationales Monopol auf der Netzebene 3 könnte das fragile und auch bisher nicht immer unproblematische Verhältnis zwischen den Akteuren auf beiden Ebenen auf Dauer verändern.

Beziehungen zu Endkunden

3. Schließlich beeinflusst der geplante Zusammenschluss die Kundenbeziehungen der Kabelnetzbetreiber, sowohl mit den privaten Einzelkunden als auch mit der Wohnungswirtschaft als wichtigem Zwischenglied. Im Zentrum dürfte die künftige Preispolitik der Kabelunternehmen und die Bedeutung anderer Techniken wie Satellit, Terrestrik oder DSL als Alternativen zum Kabel stehen.

ARD/ZDF kündigen Einspeisungsverträge

Im Februar 2004 kündigten ARD und ZDF die Verträge zur Einspeisung ihrer digitalen Programme in die Netze der Betreiber KDG und Isy. Hintergrund waren unterschiedliche Auffassungen über bestimmte Bedingungen der Einspeisung, vor allem die Spezifikation des für den Empfang notwendigen Digitalreceivers und die von den Kabelnetzbetreibern vorgesehenen Navigationssysteme. KDG hatte zuvor angekündigt, im Frühjahr 2004 ein eigenes Digitalbouquet auf den Markt bringen zu wollen. KDG möchte mit dem Ausbau der digitalen Angebote in seinen Netzen auch eine strategische Neupositionierung seines Unternehmens weg vom reinen Transporteur von Rundfunksignalen hin zum Vermarkter digitaler Radio- und Fernsehangebote erreichen. (22) Dazu war mit dem Pay-TV-Veranstalter Premiere eine enge Kooperation vereinbart worden. Außerdem wollte KDG künftig die für den Empfang der digitalen Programme erforderlichen Receiver „zertifizieren“, das heißt, bestimmte Grundanforderungen für die Hard- und Software der Receiver festlegen, an denen sich die Geräteproduzenten und Konsumenten orientieren sollten.

ARD und ZDF kritisierten vor allem, dass die von KDG vorgesehene elektronische Navigationshilfe, wohl durch die Kooperation von KDG und Premiere bedingt, eine besonders hervorgehobene Präsentation der Pay-TV-Kanäle gegenüber den anderen Fernsehangeboten vorsah. Hierin sahen die öffentlich-rechtlichen Anstalten eine nicht hinnehmbare Benachteiligung ihrer digitalen Angebote. Die Rundfunkanstalten bestanden dagegen auf eine den Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrags entsprechende diskriminierungsfreie Präsentation ihrer Programme in dem von KDG eingesetzten Navigator. Darüber hinaus befürchteten ARD und ZDF, dass die von KDG geplante Zertifizierung der Kabelreceiver den Aufbau eines offenen Endgeräte-marktes behindern würde. Außerdem sah die Spezifikation von KDG nicht den MHP-Standard vor, der seit der Vereinbarung zwischen den großen deutschen Fernsehveranstaltern und der Geräteindustrie als Plattform für digitale Angebote vorgesehen ist. In den digitalen Bouquets von ARD und ZDF sind bereits auf MHP basierende Anwendungen enthalten, die mit den von KDG vorgesehenen Receivern nicht unterstützt worden wären. (23)

Ende März 2004 erreichten ARD, ZDF und KDG eine Einigung, die den wesentlichen Einwänden der Rundfunkanstalten Rechnung trug: Die digitalen Programme von ARD und ZDF werden auch künftig unverschlüsselt und ohne Zusatzkosten für die Kabelkunden in die Netze der KDG eingespeist. Der von KDG eingesetzte Navigator wird die ARD/ZDF-Programme diskriminierungsfrei dem Fernsehnutzer präsentieren. (24) Es wurde schließlich auch vereinbart, dass MHP die einheitliche Basistechnologie für multimediale und interaktive Zusatzangebote sein wird. Damit steht der Einspeisung der öffentlich-rechtlichen Digitalbouquets in die Netze der KDG nichts mehr im Wege.

Anders sieht es bisher mit den digitalen Angeboten der privaten Fernsehsender der RTL-Gruppe und von ProSiebenSat.1 aus, die zwar per Satellit verbreitet, aber bisher nicht im Kabel verfügbar sind. Für die Privatsender ist die digitale Einspeisung in das Kabel aus mehreren Gründen besonders problematisch. Zum einen fürchten die werbefinanzierten Free-TV-Sender, im größeren Programmfeld des digitalen Fernsehens Reichweite und damit Einnahmen zu verlieren. Zum anderen besteht KDG darauf, die Privatsender im digitalen Kabel zu verschlüsseln, womit der freie Zugang zu den Programmen verhindert würde. Grundsätzlich fordern die Privatsender außerdem, entsprechend dem in den USA üblichen Modell, von den Kabelnetzbetreibern für die Einspeisung ihrer Programme vergütet zu werden, weil die Kabelunternehmen diese Programme in ihren Digitalpaketen vermarkten wollen. Bisher verlangen die Kabelbetreiber dagegen von den Rundfunkveranstaltern eine Einspeisungsgebühr.

Kritik an KDG-Navigator

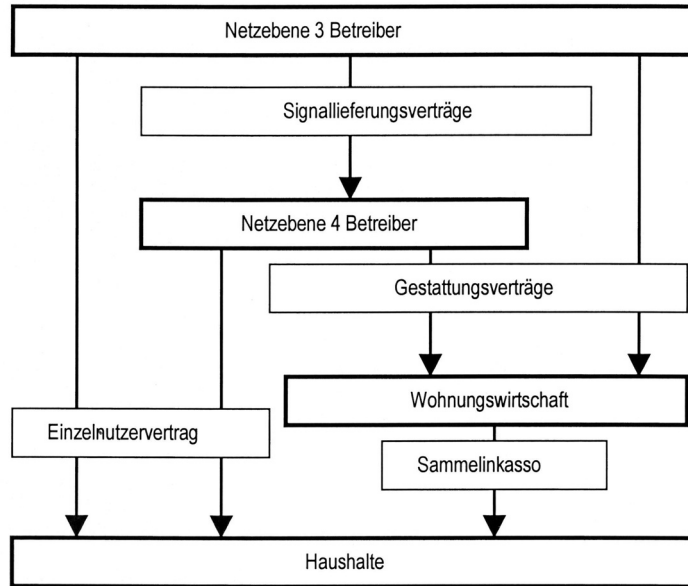
Einigung über wichtigste Punkte im März 2004

Private TV-Sender bisher nicht im digitalen Kabel

Die Privatsender haben sich eindeutig gegen die Konzentrationspläne der KDG gestellt mit der Begründung, das dadurch auf der Netzebene 3 entste-

Private lehnen Konzentration im Kabel ab

Abb. 2 Vertragsstrukturen und Rechnungsstellungsbeziehungen im Kabel



Quelle: Solon: Breitbandkabel Deutschland 2004. Marktübersicht. o.O., S. 5.

hende nationale Monopol würde die Zugangsfreiheit zur Kabelinfrastruktur bedrohen und der KDG künftig eine übermächtige Position gegenüber den Rundfunkveranstaltern verschaffen. Die Privatsender bestehen darauf, auch in der Zukunft ihre Programme selbst zu vermarkten und die Kundenbeziehungen in der Hand zu behalten. (25) Die Verhandlungen zwischen KDG und der Interessenvertretung der Privatsender, VPRT, über die digitale Einspeisung sind bisher noch ohne Ergebnis geblieben.

Netzebene-4-Betreiber fürchten Dominanz der KDG

Im zweiten Problemfeld, dem Spannungsverhältnis zwischen den Netzebenen 3 und 4 bzw. zwischen den großen regionalen Netzbetreibern und den zumeist mittelständisch strukturierten Kabeldienstleistern, wurde Ende 2003 bereits von einem sich anbahnenden „Kabelkrieg“ gesprochen. (26) Die in den Verbänden ANGA und FRK organisierten kleinen und mittleren Kabelunternehmen werfen den großen Netzbetreibern auf der Netzebene 3 vor, eine falsche Strategie für die digitale Weiterentwicklung der Kabelnetze zu verfolgen. Sie befürchten außerdem, dass KDG in Zukunft versuchen wird, mit eigenen Programmpaketen die Verbraucher verstärkt direkt zu erreichen. Gleichzeitig wird Misstrauen geäußert gegenüber den Beteuerungen von KDG, nicht weiter durch Übernahmen kleinerer Unternehmen in die Netzebene 4 expandieren zu wollen. Eine bessere Integration der Netze und koordinierte Vermarktung der digitalen Programmangebote sei dagegen dringend erforderlich, aber nur auf der Basis der Unabhängigkeit der mittelständischen Anbieter auf der Netzebene 4. Solange dies gewährleistet sei und das Kartellamt gegebenenfalls entsprechende Auflagen zum Schutz des Mittelstandes mache, spräche nichts gegen eine „Remonopolisierung“ der Netzebene 3, so der Geschäftsführer des Verbandes FRK, Heinz-

Peter Labonte. (27) Sein Pendant im Verband ANGA, Peter Charissé, sieht dies allerdings anders und hält den von KDG geplanten Zusammenschluss für „nicht genehmigungsfähig“. (28)

Eine besondere Position innerhalb der komplizierten Struktur des deutschen Kabels nehmen die Wohnungsgesellschaften ein, die Abnehmer des Kabelsignals von der Netzebene 4 sind und daher ebenso wie die privaten Verbraucher aus Kabelbetreibersicht als Endkunden gelten (vgl. Abbildung 2). Die Wohnungswirtschaft verwaltet eine große Zahl von Kabelanschlüssen und hat im Wesentlichen ein Interesse daran, dass das inhaltliche Angebot so vielfältig und preisgünstig wie möglich bleibt. Besonders fürchten die Wohnungsunternehmen eine „Zwangsdigitalisierung“ des Kabels, die zur Herausnahme analoger Programme aus dem Angebot führen und gleichzeitig zusätzliche Kosten durch erhöhte Kabelgebühren nach sich ziehen könnte. (29)

Für den privaten Endverbraucher ist der Einstieg in die digitale Kabelwelt mit höheren Ausgaben verbunden. Das Geschäftsmodell der KDG beruht darauf, dass die paketierten Programmangebote, bisher vor allem mit Pay-TV-Programmen von Premiere, zusätzliche Einnahmen generieren. Die Preise starten bei 6 Euro monatlich für das Basispaket plus Zusatzkosten für weitere Pakete. Außerdem verlangt KDG eine einmalige „Freischaltungsgebühr“ von 14,50 Euro. (30) Die Digitalbouquets von ARD und ZDF sind weiterhin frei empfangbar, aber es wird ein Receiver benötigt.

Wohnungswirtschaft gegen „Zwangsdigitalisierung“

Endverbraucher muss mit Kosten rechnen

Monopol „fast gar nicht schlimm“?

Schwierige Aufgabe für das Bundeskartellamt

In einer wettbewerbsorientierten Analyse hat der Unternehmensberater Werner Lauff die KDG-Pläne mit dem Fall Liberty Media aus dem Jahr 2002 verglichen, um festzustellen, welche Chancen die Übernahme der anderen drei anderen Kabelbetreiber hat, bei der laufenden Prüfung des Bundeskartellamts zu bestehen. (31) Er unterteilt, analog zum Text der Entscheidung des Bundeskartellamts im Fall Liberty Media (32), in mögliche Auswirkungen des Zusammenschlusses auf den Einspeisemarkt (Programme und andere Inhalte in das Kabelnetz), den Signalzulieferungsmarkt (Verhältnis Netzebenen 3 und 4) und den Endkundenmarkt (Verbraucher). Sein Ergebnis: Der Fall KDG liege anders als bei Liberty, da KDG keine eigenen Inhalte verbreiten möchte, keine Beteiligungen an Netzebene-4-Unternehmen hält und auch im Receivermarkt keinen proprietären Standard durchsetzen möchte. Allerdings glaubt auch Lauff nicht, dass durch den beabsichtigten Zusammenschluss der Wettbewerb insgesamt verbessert würde, da KDG keine Telefonie plane und den Internetzugang eher langfristig ausbauen will. Sollte KDG sich zu einer fairen Einspeisung von Fernsehprogrammen und einer Kooperation mit der Netzebene 4 verpflichten und außerdem deutliche Anstrengungen für eine Ausrüstung der Netze unternehmen, dann sei am Ende „ein Monopol fast gar nicht mehr schlimm“. (33)

Rückkehr zur Situation unter der Deutschen Telekom

Abgesehen von dem Problem, dass mit der Fusion auf der Netzebene 4 ein Zustand nach nur wenigen Jahren wiederhergestellt würde, der damals als nicht akzeptabel galt, weil er einem Marktakteur (damals Deutsche Telekom) eine außergewöhnlich starke Position im Gesamtmarkt sicherte, gibt es allerdings eine ganze Reihe von Aspekten, die die obige, entwarnende Schlussfolgerung in Zweifel ziehen lässt.

TV-Veranstalter wollen Kontrolle über eigene Programme behalten

Die jüngsten Auseinandersetzungen zwischen KDG und den Rundfunkveranstaltern über die Bedingungen einer Einspeisung in das digitale Kabel deuten auf einen zentralen Konfliktpunkt der künftigen digitalen Medienlandschaft. Auch wenn die Probleme von ARD/ZDF und Privaten mit der Strategie und Geschäftspolitik der Kabelnetzbetreiber unterschiedlich gelagert sind, verweisen sie insgesamt auf die sensible – und für die Fernsehveranstalter unter Umständen existenzrelevante – Frage, nicht nur, welche Programme überhaupt eingespeist werden, sondern auch, wie der Nutzer am Bildschirm zu ihnen hinfindet, wie der Kabelbetreiber sie in seinen Marketingprospekten „verkauft“, in welchem Zusammenhang sie mit anderen, fremden Programmen präsentiert werden usw. Die Rundfunkveranstalter ziehen hier bereits am Anfang der Digitalisierung eine deutliche Linie, weil sie fürchten, sonst die Kontrolle über ihre eigenen Produkte zu verlieren, wenn der digitale Zug erst einmal richtig in Fahrt gekommen ist. Auch wenn die Veranstalter streng genommen schon jetzt auf

der regionalen Ebene mit Monopolisten der Netzebene 3 zu tun haben, würde doch ein nationales Monopol eines Netzbetreibers, der 18 Millionen angeschlossene Haushalte versorgt, eine neue Qualität bedeuten, zumal dieser Netzbetreiber nunmehr die Strategie eines Vermarkters verfolgt und nicht mehr allein die eines technischen Dienstleisters.

In Bezug auf das Verhältnis der Netzebenen und eine faire Partnerschaft zwischen Netzebenen 3 und 4 darf nicht vergessen werden, dass KDG, Isy, Ish und Kabel BW immerhin bereits über gut 6 Millionen Anschlüsse auch auf der Netzebene 4 verfügen und dies in der Vergangenheit nach Kräften versucht haben auszubauen. Insofern ist die Trennung der Ebenen eher theoretischer Natur und das Argument, KDG sei Gegensatz zu seinerzeit Liberty Media nicht vertikal integrierte, nicht haltbar. Der von den großen Kabelunternehmen als zu gering eingestufte Anteil an „direkten Kundenbeziehungen“ war denn auch in den letzten Jahren häufig als einer der wichtigen Gründe genannt worden, warum die Nachfolger der Deutschen Telekom im Kabelnetz so große Probleme bei der Umsetzung ihrer Geschäftsziele hatten. Die vertikale Integration der Netzebenen macht ohne Zweifel für die großen Kabelbetreiber Sinn. Die mittelständischen Anbieter der Netzebene 4 misstrauen zu Recht den Beteuerungen der Selbstbeschränkung zum Beispiel durch die KDG. Daher bauen sie an vielen Stellen ihre eigene Infrastruktur aus, um von der Netzebene 3 möglichst unabhängig zu werden. (34) Sofern es medien- und wettbewerbspolitisch erwünscht ist, die organisatorische und betriebswirtschaftliche Trennung der Netzebenen 3 und 4 auch dauerhaft zu erhalten, wären bei einer Remonopolisierung auf der Netzebene 4 Auflagen zur Verhinderung einer zusätzlichen vertikalen Konzentration zwangsläufig.

Ein Hauptargument für den geplanten Zusammenschluss sind die angeblich damit erreichbaren verbesserten Bedingungen für die Überwindung der Blockade bei der Modernisierung der Kabelnetze. Die im Gang befindliche, aber zumindest in Deutschland im Kabel nur schleppende Digitalisierung soll einen kräftigen An Schub erhalten, damit das Potenzial des Kabels endlich realisiert werden kann. KDG hat hierfür eine Investitionssumme von 500 Mio Euro über die kommenden Jahre in Aussicht gestellt. (35) Gleichzeitig hat KDG jedoch deutlich gemacht, dass Telefonie keine Option ist und Internet über Kabel zwar lokal angeboten, aber auf absehbare Zeit keine Priorität genießen werde. Im Zentrum der KDG-Strategie steht das Fernsehen, und hier will das Unternehmen in erster Linie als Vermarkter auftreten. Basis hierfür bleibt das Kabel mit einer Bandbreite von 450 MHz, so wie es seit den 1980er Jahren verlegt worden ist. Dies bedeutet theoretisch eine Übertragungskapazität von 500 digitalen Fernsehkanälen – sofern die vorhandenen analogen Kanäle abgeschaltet werden. Für Internet, interaktive Dienste und andere multimediale Angebote oder Video-

Netzebene-4-Unternehmen wollen Unabhängigkeit bewahren

Kaum Perspektiven für Netzausbau und interaktive Dienste

on-demand wird die Kapazität kaum ausreichen. Das deutsche Kabel droht damit erneut hinter der Entwicklung zurückzubleiben, die in anderen Ländern bereits das Internet als wesentliche Komponente mit einbezieht.

Kartellamt vor schwieriger Abwägung

Das Bundeskartellamt hat die schwierige Aufgabe, diese Aspekte abzuwägen. Nach der Liberty-Entscheidung erscheint es kaum denkbar, dass die von KDG geplante Remonopolisierung akzeptiert werden wird. Andererseits wiegen Argumente pro Entwicklungsfähigkeit schwer angesichts einer allseits beklagten Modernisierungsblockade über viele Jahre. Liberty Media hat seinerzeit seine Chancen auch dadurch vermindert, dass es in aggressiver Weise versuchte, sein Geschäftsmodell gegen die Interessen wichtiger einheimischer Akteure durchzusetzen. Dieser Interessengegensatz ist zwar in der aktuellen Konstellation abgeschwächt, aber deshalb grundsätzlich trotzdem vorhanden. Von vielen Beobachtern wird zudem darauf hingewiesen, dass das Nicht-Vorhandensein eigener, medienpezifischer Interessen bei den gegenwärtigen Eigentümern der Netzebene 3 (fast ausschließlich Banken und Finanzierungsgesellschaften) erwarten lässt, dass diese ein eher geringes Interesse am langfristigen Ausbau des Kabels haben dürften. (36) Ihr Bestreben könnte sein, den Wert der Netze kurzfristig durch eine Ausweitung der digitalen Fernsehangebote zu erhöhen, um dann einen günstigen Zeitpunkt für den „Exit“ aus dem Geschäft zu suchen. (37) Dies würde der Entwicklung der Kabelinfrastruktur kaum dienen.

Anmerkungen:

- 1) Zur damaligen öffentlichen Debatte und dem Vorlauf zur Kartellamtsentscheidung im Fall Liberty Media vgl. Woldt, Runar: Konturen des digitalen Kabelmarkts. Sind Vielfalt und offener Zugang gewährleistet? In: Media Perspektiven 1/2002, S. 34-49.
- 2) Vgl. Financial Times Deutschland v. 1.10.2002.
- 3) Vgl. Financial Times Deutschland v. 1.4.2003.
- 4) Vgl. New Media Markets v. 16.1.2004, S. 1-2.
- 5) Vgl. epd medien Nr. 34 v. 5.5.2004, S. 27.
- 6) Vgl. www.digitalfernsehen.de/news/news_7087.html v. 12.3.2004.
- 7) Vgl. epd medien Nr. 34 v. 5.5.2004, S. 27.
- 8) Vgl. New Media Markets v. 23.1.2004, S. 6-7.
- 9) Vgl. Gertis, Hubert: Keine blühenden Landschaften. Der Kabelmarkt im internationalen Vergleich. In: Tendenz 4/2003, S. 34 f.
- 10) Vgl. Bundeskartellamt, 7. Beschlussabteilung, B7 - 168/01.
- 11) Vgl. Woldt (Anm. 1).
- 12) Vgl. Pressemitteilung des Bundeskartellamts v. 26.2.2002.
- 13) Vgl. Süddeutsche Zeitung v. 29.1.2003 und Frankfurter Allgemeine Zeitung v. 14.3.2003.
- 14) Frankfurter Allgemeine Zeitung (Anm. 14).
- 15) Diese Vermutung äußert – neben vielen anderen – Posewang, Wolfgang: Kommunizierende Röhren. Kabelfernsehen: Wettbewerbsposition für die Zukunft. In: epd medien Nr. 5 v. 22.1.2003, S. 9.
- 16) Frankfurter Allgemeine Zeitung (Anm. 13).
- 17) Vgl. Aussagen von Roland Steindorf, dem Vorsitzenden der Geschäftsführung von KDG, zitiert in Frankfurter Allgemeine Zeitung (Anm. 14).
- 18) Vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung v. 23.10.2003.
- 19) Vgl. Wirtschaftswoche v. 15.11.2003.
- 20) Vgl. Die Welt v. 10.2.2004; Financial Times Deutschland v. 5.4.2004.
- 21) Vgl. www.digitalfernsehen.de/news/news_5631.html.
- 22) Vgl. Interview mit KDG-Geschäftsführer Roland Steindorf in: Tendenz 4/2003, S. 20-22.
- 23) Vgl. zur Position der ARD in diesen Fragen das Interview mit Michael Albrecht, dem ARD-Koordinator für die digitalen Programmangebote in: promedia 4/2004, S. 28-29.
- 24) Der KDG-Navigator zur Zeit noch zur „Erteilung einer Unbedenklichkeitsbescheinigung“ von der Gemeinsamen Stelle Digitaler Zugang (GSDZ) der Landesmedienanstalten geprüft.
- 25) Vgl. die Kritik des Vorstandsvorsitzenden von ProSiebenSat.1, Guillaume de Posch, an den Expansionsplänen von KDG in: Financial Times Deutschland v. 18.6.2004.
- 26) Vgl. Labonte, Heinz-Peter: Blick in die Zukunft des Kabels. Nationaler Kabelkongress mit erfolgreicher Bilanz und positiven Signalen. In: Infosat 12/2003, S. 132.
- 27) Vgl. Labonte, Heinz-Peter: Überlebensk(r)ampf: Jetzt wird es spannend! In: Infosat 3/2004, 122-125.
- 28) Vgl. Digitalfernsehen 7/2004, S. 109.
- 29) Vgl. www.heise.de/newsticker/data/tol-17.06.03-005 v. 17.6.2003
- 30) In der Einführungsphase nicht erhoben.
- 31) Vgl. Lauff, Werner: Déjà vu. Und auch nicht. Kabel Deutschland und das Kartellrecht. In: epd medien Nr. 10 v. 11.2.2004, S. 3-5.
- 32) Vgl. Bundeskartellamt (Anm. 11).
- 33) Werner Lauff (Anm. 31), S. 5.
- 34) Vgl. Charissé, Peter: In der Kabelbranche tritt das schnelle Internet gegen digitale Fernsehprogramme an. In: Frankfurter Rundschau v. 16.6.2004.
- 35) Vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung v. 5.4.2004.
- 36) Vgl. beispielsweise Wagner, Christoph: Erst Monopol – dann Exit? Zum Versuch der KDG, die NE3-Betreiber zu übernehmen. In: promedia 4/2004, S. 31-32.
- 37) Presseberichten zufolge haben die bisherigen Eigentümer von Iesy in Hessen und Kabel Baden-Württemberg vor, ihren „Exit“ zu nehmen: Sie sollen beim geplanten Verkauf ihrer Netze an KDG bar ausgezahlt werden und wollen sich dann vollständig aus dem deutschen Kabelmarkt zurückziehen; vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung v. 5.4.2004.

