

Zukunft mit IP und neuen Diensten

DNMG ist seit 15 Jahren Vermittler für Netzbetreiber und Programmanbieter

Seit 15 Jahren ist die Deutsche Netzmarketing Gesellschaft (DNMG) Vermittler zwischen Kabelnetzunternehmen und Programmanbietern. In Rahmenverträgen wird die Einspeisung von TV-Programmen und Diensten in die Breitbandnetze der DNMG-Mitglieder geregelt. Der 1999 gegründeten DNMG gehören alle namhaften kleinen und mittelständischen Kabelnetzbetreiber als Gesellschafter und Mitglieder an. Außerdem sind Wohnungsunternehmen mit eigenen Breitbandnetzen und der Bundesverband der Wohnungswirtschaft (GdW) in der DNMG vertreten. Insgesamt werden von den in der DNMG vertretenen Netzbetreibern über 5,5 Millionen Haushalte im deutschsprachigen Raum mit Kabelfernsehen und multimedialen Diensten versorgt. Im Gespräch mit Cable!Vision Europe skizziert DNMG-Geschäftsführer Ingo Schuchert die aktuellen Herausforderungen an die Netzbetreiber und erläutert zukünftige Projekte wie die im Frühsommer gestartete Smart-Metering-Kooperation unter dem Produktnamen „MeterPlan“.

Cable!Vision Europe: 15 Jahre DNMG – wie haben sich Anforderungen der Kabelnetzbetreiber und Programmanbieter verändert?

Ingo Schuchert: Vor allem hat sich das Wettbewerbsumfeld erheblich verändert. Während auf Seiten der Breitbandnetze der Wettbewerb viel intensiver geworden ist - sowohl durch etablierte als auch neue Teilnehmer - sehen wir gleichzeitig eine starke Konzentration bei den Sendergruppen. Das ehemals ausgewogene Verhältnis wird zusätzlich durch das Medienrecht stark zu Lasten der Netzbetreiber verzerrt. Nur exemplarisch sei hier das „must-carry“-Regime genannt. Was zum Schutz der Vielfalt konzipiert war, privilegiert heute die Sender, die dieses Schutzes am wenigsten bedürfen. Der Konflikt um die Einspeiseregulierung von ARD/ZDF und Netzbetreibern zeigt exemplarisch: das stark regulierte Marktgefüge ist fragil wie ein Porzellanladen! Aber geschützt

wird nicht das Porzellan, sondern die Elefanten! Die für Wettbewerb und Vielfalt relevanten unabhängigen Sender und Netzbetreiber stehen dem faktisch machtlos gegenüber. Das produktive Miteinander der Marktakteure hat sich so über die Jahre leider in Teilen umgekehrt.

CVE: Wie hat sich das Angebotsportfolio entwickelt?

Schuchert: Die Stärken der Kabelnetzunternehmen waren von jeher ausgebaut Netze und hohe Kapazitäten für eine umfassende analoge und digitale TV-Versorgung. Seit Jahren sind auch die IP-Services der Netzbetreiber sehr erfolgreich und weiterhin der Marktreiber. Nur die mit der Digitalisierung verbundene Hoffnung auf neue Vielfalt dank höherer Kapazitätsnutzung hat sich bisher nicht erfüllt. Eher im Gegen-



teil: Wir sehen immer mehr Gleiches von immer den gleichen Anbietergruppen. Gerade die Marktführer starten stetig neue Kanäle und entziehen mit ihrer Dominanz potenziellen Wettbewerbern die Kapazitäten. Das gilt selbst für Shopping-Sender und selbst bei diesen sind ausgerechnet die Marktführer vielfach mit „must-carry“-Status privilegiert. Nicht zuletzt deshalb liegt der Fokus der Netzbetreiber immer stärker auf IP-Services.

CVE: Welche Programmplattformen, Mediatheken, OTT-Anbieter können bei der DNMG hinzukommen?

Schuchert: In diesem Segment sind Größenvorteile und Verknüpfung von Diensten erfolgsentscheidend. Gerade bei OTT findet international ein mit sehr großen Budgets geführter Verdrängungswettbewerb statt. Die relevanten deutschen Akteure haben es leider nicht vermocht, eine offene Plattform im Einklang mit dem deutschen Wettbewerbsrecht zu schaffen. Buchverlage

und Netzbetreiber haben es mit der e-book-Variante „Tolino“ geschafft, eine gemeinsame Plattform zu etablieren - und dennoch ist Wettbewerb zu Amazon schwierig. Ähnliches steht unserem Markt bevor: Mediathek-Insellösungen, welche man Huckepack auf Kosten der Netzbetreiber durchsetzen will, werden im OTT-Wettbewerb bestenfalls Nischen besetzen können. Bei den deutschen Anbietern sehe ich aktuell nur bei Sky Deutschland ein schlüssiges OTT-Konzept.

CVE: Neben Kabelnetzbetreibern und der Wohnungswirtschaft haben sich die Stadtwerke im Breitbandmarkt etabliert. Welche Rolle haben die Stadtnetze bei der DNMG?

Schuchert: Wir begrüßen diese Entwicklung und unterstützen sie nach Kräften, denn unabhängige mittelständische Netzbetreiber sind von jeher die Basis der DNMG. Dabei ist diese Differenzierung kaum noch relevant. Neu ist höchstens, dass dank der LWL-Technik zunehmend kleinere und mittlere Anbieter Kapazitäten gerade auch im suburbanen Raum schaffen und sich erfolgreich im Markt positionieren. So konnte die DNMG, obwohl die Zahl der klassischen Kabel-TV-Anbieter zurückgeht, in den letzten Jahren auf über 170 Partnerunternehmen wachsen.

CVE: Mit der Gesellschaft MeterPan steigt die DNMG in einen neuen Servicemarkt ein. Welche Perspektiven gibt es für die Breitbandbetreiber?

Schuchert: Die Kernkompetenz gerade der mittelständischen Kabelnetzbetreiber ist die Realisierung lokaler technischer Lösungen und Dienstleistungen. Zur Erfüllung der neuen gesetzlichen Anforderungen im Bereich Smart Metering sind spezifische lokale Angebote entscheidend und das ist die Kernkompetenz unserer Mitglieder. Die dafür aber im Hintergrund erforderlichen Prozesse und Systeme sind sehr komplex. Zielsetzung der DNMG war es, hierfür den technischen und rechtlichen Rahmen zu schaffen. Dank spezialisierter

Partner konnten wir in den vergangenen zwei Jahren diese Voraussetzungen schaffen. Mit MeterPan können Wohnungswirtschaft und Netzbetreiber schon heute Smart-Metering-Leistungen auf Basis von erprobter Technik und Systeme anbieten - das ist nach unserer Kenntnis einmalig!

CVE: Welche Anforderungen müssen die Netzbetreiber erfüllen?

Schuchert: So wie sich Wohnungswirtschaft und Netzbetreiber nicht um die Erstellung von TV-Programmen gekümmert haben, so müssen sie für ihr Smart-Metering-Angebot natürlich auch kein Energieversorger werden. Die wichtigste Voraussetzung ist die eigene Kabel-Infrastruktur und IP-Konnektivität in der Immobilie. Denn eine Akzeptanz beim Endkunden entsteht nur durch die Partizipation mittels zeit- und lastvariabler Stromtarife. Voraussetzung dafür ist die zeitnahe Übermittlung der Verbrauchsdaten, welche nur über ein Festnetz verlässlich zu gewährleisten ist. Mobilfunk ist nicht nur teurer, sondern scheitert nach Erfahrungen unterschiedlicher Anbieter mit vielen tausend Pilotinstallationen regelmäßig an den Kellerwänden. Deshalb ist der Kabelnetzbetreiber mit seiner Infrastruktur hier hervorragend positioniert. Er kennt die Objekte, er kennt die Anforderungen seiner Kunden in der Wohnungswirtschaft und er hat eine sichere IP-Konnektivität in jedem Keller.

CVE: Welche Aufgaben übernimmt die DNMG bei MeterPan?

Schuchert: Wie auch im bisherigen Stammgeschäft schaffen wir den rechtlichen und operativen Rahmen für unser Netzbetreiber und Wohnungswirtschaft. MeterPan ist ein Gemeinschaftsunternehmen von vier Partnern, jeder in seinem Segment seit vielen Jahren z.T. marktführend etabliert, welche die gesamte Service- und Wertschöpfungskette abbilden. Wir stellen es dem Kunden dabei frei, welche Module aus der Leistungskette er selbst erbringen möchte und werden stets versuchen, auch die lokalen Versorger, allen voran die Stadtwerke, mit einzubinden. Denn anders als im TV-Markt entsteht hier ein völlig neues Geschäftsfeld. Keinem Partner wird ein bestehendes Geschäft streitig gemacht. Im Gegenteil: Kommen

meterpan

Vier Partner haben jetzt ein konkretes Dienstleistungspaket unter dem Markennamen „MeterPan“ geschnürt. Neben den Stadtwerken Norderstedt, den Technologie- und Serviceunternehmen DZG und IVU übernimmt die DNMG (Deutsche Netzmarketing GmbH) die Vermarktung von MeterPan beispielsweise bei den Netzbetreibern sowie der Wohnungswirtschaft. Die Stadtwerke Norderstedt haben dazu im ersten Schritt mehr als 5000 Messsysteme installiert und bis 2017 sollen es 45.000 Einheiten werden.

wir gemeinsam zu Lösungen, so können alle Beteiligten davon profitieren und in ihrem Kerngeschäft wachsen. DNMG und MeterPan bleiben dabei stets Dienstleister im Hintergrund.

CVE: Welche weiteren Services ergeben sich damit für den Netzbetreiber für künftige Automatisierungs-, oder Kontroll- und Überwachungsaufgaben mit Blick auf den Haushalt beim Endkunden?

Schuchert: Sie sprechen hier eher den Themenbereich „Smart Home“ an, welcher sehr stark den unmittelbaren Lebensbereich der Endkunden tangiert. Auch aufgrund der Kosten ist es bisher eher ein Thema für technikbegeisterte Eigenheimbesitzer. Im für uns relevanten Mietwohnungsbau erscheint das betreute Wohnen die höchste Relevanz zu haben. Der Nachfrageimpuls für „Smart Home“ sollte aber stets vom Endkunden kommen, denn die Kosten für die notwendigen Einbauten sind hoch und da wird sich nach heutigem Stand der Dinge der Endkunde in der ein oder anderen Form beteiligen müssen. Fraglos schlummert in diesem Bereich noch viel Potenzial und wir freuen uns sehr auf die weitere Entwicklung dieses Marktes. Unser Ziel ist es, auch diesen Markt gemeinsam mit unseren Kunden zu entwickeln und zu gestalten.

ZidaTech

Innovation + Systems

Ready to install!

Mit den vorkonfektionierten Dosen von ZidaTech



- Individuelle und projektspezifische Vorkonfektion
- Schnelle Montage: Einzug durch 1 Person möglich
- Stapelbare Blister Verpackung
- Durchsteckbare Achse zum einfachen Abrollen
- Für die Montage im Alt- und Neubau

FTTH Flach-AP Dose von ZidaTech

Für die schnelle und einfache Montage im Alt- und Neubau



www.zidatech.ch