

Die Wachstumsfalle

EIN DRAMA IN DREI AKTEN¹

Es gilt das gesprochene Wort!

Die handelnden Personen sind:

- Erstens: Ein herzerweichend klagender konzernangehöriger Kabelnetzbetreiber.
- Zweitens: Ein zukunftsängstlicher lagerfeuerorientierter Privatsendermanager.
- Drittens: Ein ungeduldig Höchstleistung verlangender Mediennutzer mit Flatrate.

Zur Reduzierung der Länge des Dramas hat der Autor auf die Aufnahme der folgenden Rollen verzichtet:

- selbstbewusster Glasfaserverkabler
- sich sicher fühlender Satellitenbetreiber
- ratloser Landesmedienanstaltsmitarbeiter
- alternder DSL-Marktführer
- und Breitband für alle einfordernder, aber mittelloser Landespolitiker.

Die Szene:

Ein lediglich zweckmäßig ausgestatteter spärlich beleuchteter Saal bei den Medientagen München. Vereinzelt Zuhörer mit unterschiedlichen Nebenbeschäftigungen (Nutzung von Magine, Facebook, Twitter und

WhatsApp über das WLAN der Messegesellschaft) schauen gelegentlich gelangweilt auf die Bühne, auf der ein kaum erkennbarer Moderator die ihm persönlich unbekanntem Keynote-Speaker bittet, sich selbst vorzustellen.

Dieses künstlerische Werk entstand mit freundlicher Unterstützung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Erster Akt

Der Kabelnetzbetreiber betritt die Bühne. Er hatte nur eine kurze Anreise.

Grüß Gott zusammen. Danke für die nette Einführung. Also, ich bin der Kabelnetzbetreiber hier.

Ich habe, das wissen Sie wahrscheinlich, drei Rollen.

Ich bin (erstens) Fernsehsignal-Durchleiter. Ich transportiere Hunderte von Fernseh- und Radioprogrammen zu meinen Kunden. Das habe ich schon immer gemacht, so habe ich 1982 angefangen. Nur waren es damals viel weniger Programme und wir waren alle noch Analogiker, kleiner Scherz zu Beginn. Meine Kunden, das sind entweder Haushalte und Betriebe mit Kabelanschluss oder Wohnungsunternehmen, die viele Mietwohnungen in ihrem Bestand haben. Die machen mit mir dann Gestattungsverträge. Für den Transport der Programme erhalte ich einen monatlichen Betrag. Der ist nicht sehr hoch, aber auskömmlich. Viele Jahre habe ich auch noch Einspeiseentgelte von den Sendern bekommen, aber ARD und ZDF behaupten nun, dass sie dazu nicht

¹ Eine ernst gemeinte Satire. Der Autor ist Publizist mit dem Schwerpunkt „Medienzukunft“.

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

BERLINER MEDIEN DISKURS

WERNER LAUFF

6. Oktober 2014

www.kas.de

www.kas.de/medienpolitik

verpflichtet sind. Und sie bekommen wohl Recht. Das ist das erste Problem. Außerdem stehe ich in meiner Eigenschaft als Fernseh-signal-Durchleiter in starkem Wettbewerb zum entgeltfreien Satelliten und zu DVB-T und verliere in meinem ursprünglichen Kerngeschäftsfeld nach und nach Marktanteile.

Aber das ist Gott sei Dank noch nicht alles. Ich bin nämlich (zweitens) Broadband-Enabler. Ich Sorge dafür, dass Haushalte und Unternehmen schnell im Internet surfen und Daten down- und uploaden können. Das ist ein Riesen-Geschäft, sage ich Ihnen. Ich komme gar nicht nach, die Router zu verschicken und die Leute in die Kundenkartei einzutragen. Das hängt auch damit zusammen, dass ich in einer besonders guten Wettbewerbssituation bin. Während DSL-Anbieter bei der Geschwindigkeit der Datenübertragung an ihre Grenzen stoßen und nun versuchen, mit der Übergangstechnologie Vectoring und der Heranführung der Glasfaser schneller zu werden, kann ich aufgrund des Docsis-Standards 100 Megabit und mehr anbieten. Das macht mich glücklich. Als Broadband-Enabler bin ich inzwischen die erste Wahl für Neukunden und Vertragswechsler, weil niemand Hochgeschwindigkeits-Internet so preisgünstig anbieten kann wie ich.

Und drittens bin ich auch noch Aggregator und Packetierer von TV-Angeboten, die ich an meine Kunden vermarkte. Ich mache zwar nicht selbst Programme; das wäre mir zu riskant. Aber ich halte einfach einige Programme zurück und sage meinen Kunden: Die gibt es nur, wenn ihr zusätzlich Kohle abdrückt. So etwas nennt man ja jetzt eine Paywall, das machen die Zeitungen auch. Dann gibt es noch viele Bezahlkanäle, bei denen ich in einer Win-Win-Situation mit den Senderchefs bin. Ich mache quasi das Inkasso und behalte einen großen Teil der Erlöse für mich. Manchmal muss es sich noch nicht mal um ein neues Programm handeln; HDTV reicht auch schon. Haben die Kollegen vom Satelliten vorgemacht. HD plus nennen die das. Eigentlich ist es aber nur Plus HD.

Ich sag jetzt mal: Kabelnetzbetreiber zu sein war finanziell gesehen immer ein Traumberuf. Meine Einnahmen als Durchleiter gehen zwar zurück, aber dafür habe ich Zuwächse als Broadband-Enabler und halte mich ganz gut als Packetierer. Allerdings ...

Der Kabelnetzbetreiber stockt und blickt in die Richtung, in der er den Moderator vermutet. „Soll ich jetzt schon ...?“ fragt er unsicher. Als er nichts hört und sieht, setzt er fort:

Allerdings ... wird die Sache langsam problematisch. Das eine ist, dass ich dauernd von der Politik bedrängt werde. Die Politiker verlangen, wir sollen die weißen Flecken füllen. Gleich vier Bundesministerien nacheinander haben sich neulich bei mir gemeldet. Die arbeiten glaube ich alle am selben Thema, ist sicher wahnsinnig effektiv.

Herr Dobrindt stellt sich hin und sagt: Alle müssen an einem Strang ziehen. Aber als er dann gefragt wurde, wieviel Geld sein Ministerium denn dafür an Zuschüssen ausgeben kann, da hat er geantwortet: Eine schwarze Null. Wenn er Generalsekretär geblieben wäre, hätte er ganz anders antworten können. Die Bayern nehmen nämlich richtig Geld in die Hand, anderthalb Milliarden Euro für die Breitbandversorgung allein in ihrem Bundesland. Die anderen Länder machen zwar Breitbandbüros und die helfen den Kommunen, aber uns Netzbetreibern bringt das nicht so viel. Wir müssen dann immer wieder an Breitbandkonferenzen teilnehmen und sagen: Wir bemühen uns.

Die machen sich's leicht, die Politiker. Weiße Flecken gibt es ja nicht nur auf dem Land. Schauen Sie mal in kleinen Städten in die Gewerbegebiete, die sind meist nicht verkabelt, weil die da ja arbeiten und nicht fernsehen sollen. Und schnelles DSL gibt's da oft auch nicht, weil die KVZs, die Kabelverzweiger, zu weit weg sind oder sich die Sache einfach nicht rechnet. Die Leute mieten ein Büro für Jahre und denken natürlich, die Telekom ist doch Daseinsvorsorger, die richtet schnellen Internet-Zugang schon irgendwie ein. Tut sie aber nur wenn sich's lohnt. Und wenn ein Wettbewerber in das

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

BERLINER MEDIEN DISKURS

WERNER LAUFF

6. Oktober 2014

www.kas.de

www.kas.de/medienpolitik

Gebiet rein möchte, grätscht die Telekom noch dazwischen und sagt: Mach ich selbst.

Also, wenn überhaupt, dann funktioniert „Breitband für alle“ nur mit einem Netze-Mix unter Einbeziehung des Mobilfunks. Dafür brauchen wir auch das 700 Megahertz-Band, also jetzt nicht wir, sondern die Mobilfunkler, aber ist ja inzwischen eh alles eins. Und es muss eine ordentliche finanzielle Förderung geben, die genau das bewirkt, was sie soll, und nicht ohnehin schnelle Netze noch schneller macht. Wenn das nicht genau geregelt wird, haben wir bald am Stachus 500 Megabit pro Sekunde und am Chiemsee zwei. Unter uns: Das war doch auch bei LTE schon grenzwertig. Wie eilig die Regulierungsbehörde da gesagt hat, ja die ländliche Abdeckungspflicht ist erfüllt, jetzt könnt Ihr wieder in Eure Ballungszentren zurück und Euch dem High-End-Wettbewerb widmen, also wissen Sie ...

Aus der Ferne ist das Räuspern des Moderators zu hören. Doch der Kabelnetzbetreiber fährt unbeirrt fort:

So und jetzt kommt das zweite Problem: Je mehr Bandbreite wir schaffen, umso mehr nutzen andere sie für eigene Geschäfte. 12 Millionen Deutsche rufen mindestens einmal pro Woche Videos übers Internet ab. Bei den jungen Leuten unter 19 Jahren nutzen 40 Prozent Bewegtbilder. Und das tun sie über unsere Leitungen.

Mit so etwas haben wir gar nicht gerechnet. Als sich der schnelle Internet-Zugang so um die 30 Euro im Monat eingependelt hat, gab's vielleicht den ein oder anderen, der YouTube nutzte. Kein Mensch hat geahnt, dass im Jahr 2017 nach Cisco-Prognosen 73 Prozent des gesamten weltweiten Datenverkehrs im Internet auf bandbreitenfressende Videos zurückzuführen sein werden.

Netflix, Zattoo, Magine, Watchever, Amazon prime, Hulu, Google und Apple – das sind ja alles internationale Medienunternehmen, die sich „Over The Top“ auf unsere Netze setzen. Und dann bieten die nicht etwa ruckelnde Videos im 640 mal 480-Format an, sondern natürlich HD und bald 4K. Der Familienvater schaut House of Cards über

Smart TV oder HbbTV, die Mutter Game of Thrones übers Tablet, die Tochter Sex and the City über die Xbox. Parallel laufen dann bald drei Streams mal 4K pro Haushalt, das sind 48 Megabit netto, das ist die Apokalypse für uns.

Der bereits im Saal anwesende zukunftsängstliche lagerfeuerorientierte Privatsendermanager schüttelt sich vor Entsetzen.

Das Ganze funktioniert natürlich nur, wenn wir nachrüsten und nachrüsten. Wir bieten jetzt 100 Megabit an, aber abends um neun haben wir 100 Prozent Netzauslastung. Wir sagen immer: Kabel ist anders als LTE kein shared medium, aber ganz ehrlich, wenn wir abends auf fünf Megabit runterfallen, weil das Cluster immer noch zu groß ist, dann ist da doch kaum noch ein Unterschied. Für den Endkunden ist es egal, warum es zu langsam ist.

Und das mit den Videos funktioniert natürlich nur, wenn diese neuen Anbieter die Signale so nah an uns heranführen, dass die Bilder auch gut beim Nutzer ankommen. Dafür sorgen bislang schon Akamai und Co., die Content Delivery Networks. Das sind die „Middlemen“, die von den Inhalteanbietern bezahlt werden. Jetzt sage ich mal: Wenn die Inhalteanbieter mehr wollen als „best effort“, wenn sie eine gesicherte „quality of service“ wollen, dann können sie doch gleich an uns zahlen. Kill the middlemen!

Was soll das Gerede über die Netzneutralität? Wir haben keinen Grund, Apple Google vorzuziehen, wenn Apple zahlt und Google zahlt. Wir sind und bleiben neutral. Aber wir müssen wieder dahin zurückkommen, wie wir es bei den Einspeisegebühren auch hatten. Durchleitung in verlässlicher Qualität kostet einfach Geld. Und die Garantie eines qualitativ gesicherten Services hilft im Übrigen auch den kleinen und neuen Anbietern – die werden sonst nämlich von Google und Co. an die Wand gedrückt.

Das gilt umso mehr, als sich immer mehr Leute überlegen, ob sie angesichts von Magine und Zattoo überhaupt noch Fernsehen übers Kabel brauchen. Das muss man sich mal vorstellen: Die Nutzer kündigen die

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

BERLINER MEDIEN DISKURS

WERNER LAUFF

6. Oktober 2014

www.kas.de

www.kas.de/medienpolitik

Fernsehversorgung und abonnieren dafür das Premium-Paket von Magine, weil sie ja jetzt die Kabelgebühren sparen. Und wir sollen die Daten dann ohne Drosselung bestmöglich frei Haus liefern.

Also ehrlich, das was die Telekomiker da mit der Drosselung angestoßen haben, dafür müssten sie einen Orden bekommen. War zwar zur falschen Zeit kurz vor der Wahl, aber in der Sache haben sie Recht. Wir müssen an beiden Ecken des Netzes kassieren, bei den Nutzern und bei den Anbietern. Sonst klappt das nicht mehr mit den drei Rollen. Dann haben die Kunden kein Interesse mehr am Durchleiter Kabel, keins mehr am Packetierer Kabel, dann wollen sie nur noch, dass wir Breitband-Anschluss ohne Ende liefern. Zahlen wollen sie auf alle Ewigkeit nur 30 Euro, mehr nicht, und natürlich flat flat flat. Mehr Breitband, mehr Kosten, gleiche Einnahmen. Das ist keine Wachstumschance, das ist eine Wachstumsfalle. So wachsen wir zu Tode!

Tritt ab. Der Moderator nickt dem zukunftsängstlichen lagerfeuerorientierten Privatsendermanager zu, weil er seinen Namen vergessen hat.

Zweiter Akt

Der Privatsendermanager beginnt seinen Vortrag.

Auch von mir guten Tag. Danke dass Sie heute hier sind. Ich kann meinen Vorredner gut verstehen. Aber Netzneutralität muss schon sein. Die Netzbetreiber müssen unsere Geschäftsmodelle vollständig abbilden. Also wenn es Free TV ist, muss das für die Kunden free sein. Wenn es Pay TV ist, müssen die Netzbetreiber für uns packetieren und kassieren. Und wenn wir Angebote übers Internet mit direktem Log-In haben, müssen sie die Signale erstklassig durchleiten. Weil: Wir sind die Inhaltenanbieter – und Content is King. Natürlich haben wir nichts dagegen, wenn Videos von Netflix und Amazon Prime nicht ganz so einwandfrei beim Endkunden ankommen ... Wir sind deutsche Unternehmen nach deutschem Recht, unterwerfen uns den vielen deutschen Landesmedienanstalten, zahlen nach deutschen

Tarifverträgen, also bitte – etwas Schutz und Chance darf da ja wohl sein.

Also, jetzt lassen Sie mich mal erklären, was Sache ist. Wir Privatsender haben viele Jahre versucht, das Schlimmste zu verhindern. Wir haben die Digitalisierung verzögert, indem wir den Simulcast verweigerten. Wir haben Zusatzdienste zum Fernsehen vertagt, indem wir vorgaben, MHP zu unterstützen. Wir haben unsere Programme Aggregatoren wie Zattoo vorenthalten. Was haben die gebettelt!

Diese Verdienste um das deutsche werbefinanzierte Fernsehen ließen sich natürlich nicht ewig fortsetzen. Wir haben das ja bei der Musikindustrie gesehen. Musik wurde irgendwann nicht mehr gekauft, sondern nur noch genapstert. Das gab's bei Movies ja auch, denken Sie nur an kino.to. Also konnten wir unsere alte Strategie nicht mehr aufrecht erhalten.

Jetzt ist Diversifizierung angesagt. Die schönste Form ist natürlich, so etwas wie mit Zalando zu machen. Media for Equity, das ist wirklich ein tolles Konzept. Wir geben Euch Werbespots, Ihr gebt uns Anteile und alle schreien vor Glück. Aber neben diesen OFF-Media-Geschichten widmen wir uns jetzt intensiv so Dingen wie Maxdome, dem red button und dem Second Screen. Außerdem haben wir neue Sender geschaffen, das sind unsere Beiboote – übrigens eine geniale Idee: Wir packen alles, was wir aus Output Deals haben und die Quote stört, in neue Sender. Klappt prima.

Neben der Diversifizierung reden wir natürlich auch noch über unsere Hauptprodukte. Wir sind sehr zufrieden damit, dass wir für HD-Versionen unserer Programme beim Endkunden kassieren können. Die Aggregatoren Zattoo und Magine unterstützen wir inzwischen. Und ist es doch egal, über welchen Vertriebsweg die Kunden unsere Programme sehen, da sind wir völlig netzneutral. Also: Magine, Zattoo, Entertain, wer auch immer unsere Programme vermarkten will, nur zu. Natürlich kostet das was, Free TV hin oder her. Neuer Verbreitungsweg, neues Verbreitungsglück sage ich mal.

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

BERLINER MEDIEN DISKURS

WERNER LAUFF

6. Oktober 2014

www.kas.de

www.kas.de/medienpolitik

Wir machen das eben anders als die Printmedien. Die haben jahrelang ihre Inhalte kostenlos ins Netz gestellt, nur aus Werbung finanziert. Wir TV-Sender kommen sogar aus der reinen Werbefinanzierung. Aber wir wären nie auf die Idee gekommen, das TV-Modell einfach eins zu eins aufs Internet zu übertragen. Nein, in Wirklichkeit produziert das Internet einen Vorzeichenwechsel: Was im realen Leben kostenlos ist, kann im Internet kostenpflichtig sein. Natürlich darf man nicht ähnliche Reichweiten erwarten. Das Internet ist ein zusätzliches Medium und es generiert Zusatzerlöse. Dass manche das nicht verstanden haben, ist schon merkwürdig. Dies gilt insbesondere bei den mobilen Geräten. Denen ist die Zahlungsbereitschaft der Nutzer doch quasi in die Wiege gelegt.

Aber wir brauchen natürlich auch noch die Rundfunknetze. Kabel-TV, Satellit, DVB-T, das sind im Rahmen der Lastverteilung unverzichtbare Konstanten. Ein Endspiel Deutschland gegen Argentinien live, das geht nicht in der IP-Welt, es sei denn Sie wollen eine Revolution anzetteln. Wir brauchen also weiterhin Rundfunknetze für das was wir gemeinsam sehen. Bei einem Lagerfeuer gibt es ja auch nur einen großen Holzhaufen, da sitzt nicht jeder vor einer eigenen Kleinbrennstelle. Insofern bleibt Rundfunk die Basis für alles, was wir Sender tun.

Der zukunftsängstliche lagerfeuerorientierten Privatsendermanager ist mit seinem offensiv wirkenden Auftritt zufrieden und bleibt auf der Bühne stehen. Der Moderator macht aber eine Wischbewegung. Der Manager tritt daraufhin ab. Der ungeduldig Höchstleistung verlangende Mediennutzer mit Flatrate erklimmt die Bühne und legt sofort los.

Dritter Akt

„Jetzt wird’s aber Zeit. Jetzt haben wir zwei Industrievertreter gehört, die nur an sich denken“, sagt der Mediennutzer. Jemand applaudiert.

Es ist ja immer so: Nie wird mit den Nutzern gesprochen, immer nur über sie. Auch jetzt ist es wieder ein typischer Fall von Bevormundung. Ja Leute, fragt uns doch mal, was wir wollen!

Die Netzbetreiber sind gerade dabei, die wichtigste Errungenschaft der Menschheit nach dem Buchdruck kaputt zu machen. Und das auch noch mit fadenscheinigen Argumenten. Nehmen wir mal die Musikdienste. Die Netzbetreiber sagen: Wir sind beim Kassieren ja neutral. Wir machen Spotify und Deezer das gleiche Angebot. Aber was ist wenn Spotify ja dazu sagt und Deezer nein und ich Deezer-Kunde bin? Dann diskriminieren die Netzbetreiber zwar nicht Deezer, aber mich. Ich bekomme dann nicht die Qualität, die ein Spotify-Nutzer erhält, obwohl sich an meinem monatlichen Preis für den Internet-Zugang nichts geändert hat. Das Internet ist aber per se diskriminierungsfeindlich. Und es ist völlig egal, ob der Netzbetreiber eine IP-Sperre einrichtet oder sich auf „quality of service“ beruft – der Ausgesperrte bleibt ausgesperrt.

Jetzt sagen die Netzbetreiber: Ja, aber Deezer läuft doch nach wie vor einwandfrei. Das ist die Theorie der Normalspur und der Sonderspur. Auf der Normalspur gilt „best effort“, auf der Sonderspur eine besondere Servicequalität. Nur: Die reservierte Fahrspur reduziert logischerweise die Kapazität der Normalspur; dort werden die Staus daher zunehmen. Ich bekomme dann immer öfter, vor allem abends, Daten im Schrittempo. Und nebenan rauschen die Bits von Spotify im Turbogang vorbei.

Stellen Sie sich das mal in einem anderen Netz vor, dem Schienennetz. Da bekommt das bahneigene Speditionsunternehmen DB Schenker die Zusage, dass auf dem Weg von Ingolstadt nach Hamburg alle Signale auf grün stehen, sobald ein Schenker-Güterzug auf der Strecke ist. Da haben wir dann gleich auch noch den Fall der Bevorzugung eigener Angebote. An den Weichen stehen dann Hunderte von Zügen, vom Cargosprinter über den Regionalexpress bis zum ICE, und warten, bis die Strecke wieder frei wird. Das nennt man dann „Verzögerungen im Betriebsablauf“.

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

BERLINER MEDIEN DISKURS

WERNER LAUFF

6. Oktober 2014

www.kas.de

www.kas.de/medienpolitik

Dass die EU „special services“ zulassen will, finde ich daher untragbar. Ich glaube auch, dass das Wort „service“ damit überstrapaziert wird. Die Netzbetreiber leisten insofern ja gar keinen Service, sondern verändern nur ihr ohnehin bestehendes Netzlastmanagement nach Kriterien, die nun nicht mehr rein technisch sind. Sie reduzieren Latenzen, verbessern den Datenfluss und sorgen für mehr Geschwindigkeit für diejenigen, die vertraglich bessere Bedingungen ausgehandelt haben als andere. Also eine wirkliche Leistung ist das nicht.

Dazu kommt noch, dass von außen undurchschaubar ist, wer mit wem eigentlich was vereinbart hat. So wie jetzt schon kaum jemand weiß, welche Sender eigentlich Zahlungen an Kabelnetzbetreiber vornehmen. Nur so viel ist bekannt: Nicht alle Sender zahlen und nicht alle Netzbetreiber erhalten Zahlungen. Das erinnert mich an die Geldströme von Sendern an Fernsehgerätehersteller für die Platzierung eines Senders im einstelligen Programmbereich – Pro Sieben auf Platz Sieben, das bringt Knete. Und es erinnert mich auch an die Diskussionen über Elektronische Programmführer und Einstiegsplattformen; auch da ist es natürlich das größte Ziel von Sendern, mit ihren Angeboten auf die Startseite zu kommen.

Also, in einem Punkt lasse ich mit mir reden. Wenn der Inhalteanbieter besondere Leistungen des Netzbetreibers in Anspruch nehmen will. Eine solche besondere Leistung könnte die Vermarktung eines Programms im Rahmen eines aggregierten Programmpakets sein. Hier wird eine Marktstärke des Netzbetreibers genutzt, nämlich die bestehende Kundenbeziehung mit hinterlegten Kontodaten. Entscheidet sich der Inhalteanbieter dazu, diese Stärke zu nutzen, muss dies ihm und dem Netzbetreiber erlaubt sein. Für mich als Nutzer ist das natürlich schade; ich hätte gerne jeden Inhalt umsonst. Aber das ändert nichts an der Legitimität dieses Vorgehens. Der Netzbetreiber etabliert eine neue Wertschöpfungsstufe und der Inhalteanbieter erspart sich Aufwendungen. Das ist ja dann auch eine regulierte Plattform.

Ganz anders sieht der Fall aus, wenn der

Netzbetreiber versucht, einen ohnehin bestehenden Dienst, der keine speziellen Netzbetreiberleistungen in Anspruch nehmen will, zu behindern oder zu bevorzugen. Die Behinderung kann bereits in einer Drosselung des Datenvolumens für den Endkunden liegen; die Bevorzugung läge dann in der Aufnahme des jeweiligen Inhalteanbieters in die Liste der nicht anrechenbaren Datenvolumina. Wer so bevorzugt oder diskriminiert, in aller Regel wohl aus wirtschaftlichen Gründen, der versucht, aufwandslos Erträge zu generieren. Diese wertschöpfungslose Diskriminierung wäre der signifikante Missbrauch einer – zumeist ohnehin monopolistischen – Marktstellung.

Der ungeduldig Höchstleistung verlangende Mediennutzer mit Flatrate tritt zur Seite. Der herzerweichend klagende konzernangehörige Kabelnetzbetreiber und der zukunftsängstliche lagerfeuerorientierte Privatsendermanager kommen hinzu. Es beginnt der Epilog, in dem alle parallel reden. Ein wildes akustisches Durcheinander entsteht. Ab und zu hört man, wie alle gleichzeitig Sätze aussprechen, bei denen offenbar Einigkeit besteht:

Rundfunk muss bleiben.

Wir müssen die Netze aufrüsten.

Mit Glasfaser hätten wir das Problem nicht.

Die mobile Nutzung steigt.

Wir brauchen mehr Zuschüsse.

Ansonsten sind aber nur noch Wortfetzen zu verstehen. Es wird laut. Man hört Rufe nach dem Regulierer. Jemand fragt: Welcher Regulierer? Alle lachen. Der aus dem Dunkeln nach vorne getretene Moderator verlässt kopfschüttelnd die Bühne.

Die auf die nächste Veranstaltung wartenden Zuschauer wenden sich über das WLAN der Messe München wieder verstärkt Magie, Facebook, Twitter und WhatsApp zu. Plötzlich bricht der Datenstrom ab. Auf allen Endgeräten erscheint eine Einblendung des WLAN-Routers. Die Messeleitung teilt mit: Die Datenverbindung wird wegen der Live-

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

BERLINER MEDIEN DISKURS

WERNER LAUFF

Übertragung einer Podiumsdiskussion zur
Netzneutralität mit Wirtschaftsministerin
Ilse Aigner zur Zeit priorisiert. Bitte warten
Sie. Bitte warten Sie. Bitte warten Sie.

6. Oktober 2014

www.kas.de

www.kas.de/medienpolitik