



Netzzentrale des Kabel-TV-Anbieters ish: Künftig können über das Kabel auch Daten mit bis zu 100 Mbit/s in die Haushalte geschickt werden. Foto: ish

Kabel-TV-Netze: Schnelles Internet ins Wohnzimmer

DSL-Wettbewerber setzen auf Bandbreite

VDI nachrichten, Köln, 8. 6. 07, jdb - Internet über TV-Kabel spielt in Deutschland trotz guter Zuwachsraten noch immer eine Nebenrolle. Die Kabelnetzbetreiber setzen im Wettbewerb mit DSL auf niedrige Preise und hohe Bandbreiten, die dank eines neuen Standards bis 100 Mbit/s reichen können.

Betrachtet man die Nationen mit dem höchsten Anteil an Breitband-Internetanschlüssen, dann zeigt sich, dass neben DSL-Anschlüssen der Telekommunikationsanbieter immerhin durchschnittlich 30 % dieser Anschlüsse über Kabel-TV-Netze realisiert sind. Lediglich in Deutschland, das in der von der OECD erstellten Liste nur auf Platz 18 rangiert, spielt das TV-Kabel im Internet eher eine marginale Rolle.

Für den damaligen Geschäftsführer von Kabel Deutschland, Christof Wahl, schon auf der Euroforum-Kabel-TV-Konferenz im Februar ein Grund, den mangelnden Wettbewerb der Infrastrukturen zu beklagen: „Hätten wir in Deutschland eine vergleichbare Zahl an Kabel-Internet-Zugängen wie in anderen Ländern, lägen wir auf Platz 8.“

Auch auf der Kabel-TV-Messe Anga Cable Ende Mai in Köln stand daher das schnelle Internet über TV-Kabel im Mittelpunkt des Interesses. Immerhin, so schätzt Torsten J. Gerpott, Professor an der Uni Duisburg-Essen, lag die Zahl der Internetanschlüsse per Kabel am Ende vergangenen Jahres bei über 500 000, was gegenüber 2005 zwar eine Verdopplung darstellt, angesichts der rund 15 Mio. DSL-Anschlüsse aber nur eine Marginalie ist.

Im Wettbewerb gegen die historisch bedingte Übermacht der Telekommunikationsanbieter setzen die Kabelunternehmen auf niedrige Preise und hohe Bandbreiten. Laut Gerpott surft die Mehrheit der Deutschen im Breitbandnetz mit Datenraten unter 6 Mbit/s. Das gerade im Aufbau befind-

liche VDSL-Netz der Telekom soll in Ballungsgebieten maximal 50 Mbit/s realisieren.

Die Antwort haben die Kabelnetzbetreiber schon parat: „Mit Docsis 3.0 können wir den Kunden bis zu 100 Mbit/s bieten, das ist doppelt so schnell wie das VDSL-Netz der Telekom“, sagte Thomas Braun, Präsident des Anga Verbands der Kabelnetzbetreiber zur Eröffnung der Anga Cable. Docsis steht für „Data Over Cable Service Interface Specification“, es ist ein Standard, der bidirektionale Datenkommunikation über TV-Kabelnetze und damit das so genannte Triple Play (Internet, TV und Telefonie) überhaupt erst ermöglicht. Wobei es mancher Kabelnetzbetreiber als Vorteil ansieht, dass der TV-Anschluss bereits im Wohnzimmer liegt, während ein Telekom-Anschluss meist nur im Hausflur zu finden sei.

In der Tat stellt die Weiterverbreitung eines Internet- wie eines TV-Anschlusses in Haus oder Wohnung noch ein Problem dar, egal ob der Kunde Internet-TV über DSL schauen möchte oder per Kabelanschluss surfen bzw. telefonieren will. Cisco-Manager Steffen Probst erläuterte auf der Anga Cable die verschiedenen Konzepte, die hier Abhilfe versprechen: Mit den Tochterunternehmen Linksys und Scientific Atlanta präsentierte er Lösungen auf Basis von Powerline, also Datenübertragung via Stromnetz, aber auch drahtlose Lösungen auf Basis des neuen WLAN-Standards 802.11n.

Als hinderlich erweist sich dabei, dass es in bestehenden Gebäuden oft an einer Infrastruktur für die Datenübertragung in alle Räume fehlt. „Das letzte, woran ein Bauherr bei seinem Wohnhaus denkt, ist eine Netzwerkverkabelung“, meinte Henry Samueli, Cheftechnologe des Chipherstellers Broadcom auf dem Globalpress Electronic Summit in Kalifornien. Er rechnet damit, dass es noch gut 20 Jahre dauern werde, bis sich ein einheitlicher Standard für die Vernetzung des Hauses herauskristalisieren werde, der dann aber sicher auf Basis des Internet-Protokolls realisiert werde. jdb

LESETIPP

Das Netzwerk der Macht

Die Bertelsmann-Stiftung gehört zu den einflussreichsten Unternehmensstiftungen in Deutschland. Kaum ein gesellschaftspolitisches Feld, auf dem sie nicht aktiv ist: Bildung, Gesundheit, Arbeitsmarkt, kommunale Verwaltung, Medien, Mitbestimmung oder öffentliche Bibliotheken. „Schattenkabinett aus Gütersloh“ hat sie der Herausgeber Jens Wernicke deshalb genannt. Die Botschaft ist einfach: Öffentliche Einrichtungen müssen geführt werden wie Unternehmen.

Gegründet wurde die Stiftung in den 70er Jahren von Reinhard Mohn. Sie versteht sich als Antriebskraft für Reformen, vor allem auf den Gebieten Bildung und Arbeitsmarkt. Das Zentrum für Hochschulentwicklung, eine Gründung der Stiftung und der Hochschulrektorenkonferenz, hat Studiengebühren und Hochschulrankings hoffähig gemacht. Regelmäßig veröffentlicht die Stiftung ein internationales Beschäftigungsranking, bei dem Deutschland, wer hätte es geglaubt, meist schlecht abschneidet. Auch an den Hartz-Konzepten soll die Bertelsmann-Stiftung beteiligt gewesen sein, nicht direkt, sondern durch Zuarbeiten und Weichenstellungen.

Die Aktivitäten der Stiftung, so der Tenor des Buches, zeigen, wie Weichenstellungen, über die



von den Bürgern und ihren gewählten Repräsentanten entschieden werden müsste, von einer neoliberal agierenden Stiftung im Konsens mit Eliten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik entschieden wird. Für die Demokratie in Deutschland eine fatale Entwicklung. Fazit: Ein Buch, dem man viele Leser wünscht.

has J. Wernicke/T. Bultmann: Netzwerk der Macht - Bertelsmann. Verlag des Bundes demokratischer Wissenschaftler, Marburg 2007, 434 S., 15 €

VDI nachrichten, Düsseldorf, 8. 6. 07 - hsteiger@vdi-nachrichten.com

Buchkauf im Internet mit Suchmaschine: www.vdi-nachrichten.com/buchshop

Medien: Wirtschaftspublizistik vernachlässigt in Deutschland ihre Kontrollfunktion

Vom Elend des Wirtschaftsjournalismus

VDI nachrichten, Düsseldorf, 8. 6. 07, has - Mehr Pluralität und weniger vorseilenden Gehorsam vor Anzeigenkunden fordert die Journalistenvereinigung „Netzwerk Recherche“ in der Wirtschaftsberichterstattung.

Helge Sodan ist Rechtsprofessor und war bis Ende April 2007 Präsident des Berliner Verfassungsgerichts. Als Wissenschaftler verfasst er Gutachten über das Gesundheitswesen. So auch letzten Herbst für die private Krankenversicherung DKV. Sein Zweifel, ob die Gesundheitsreform verfassungsgemäß sei, wanderte als Meldung in Presse und Agenturen - als Expertise des Verfassungsrichters. Kein Journalist interessierte sich mehr dafür, welcher Auftrag hinter dieser Meldung stand. Und die DKV, die dazu Stellung nehmen konnte, kam auf diesem Weg zu kostenloser Eigenwerbung.

Das ist eine von zahlreichen Geschichten über kritikwürdige Zustände im Wirtschaftsjournalismus. Zusammengetragen hat sie die Journalistenvereinigung „Netzwerk Recherche“, die auf gründliche Recherche und journalistische Unabhängigkeit drängt, insbesondere für das Problemressort Wirtschaft. „Wirtschaftsjournalismus ist in der Tendenz unkritischer und affirmativer als die Berichterstattung in anderen Ressorts“, heißt es in einer Studie der Netzwerk. Thomas Leif, Netzwerk-Vorsitzender, hat ein Beispiel: „Wie die Süddeutsche kritisch über Siemens berichtet, das sollte der Normalfall sein - es ist aber die Ausnahme.“

Wirtschaftsjournalisten sehen das Problem durchaus. „Gerade bei nutzwertigen Finanzgeschichten findet man Beiträge, die wirken, als wären sie in der PR-Abteilung einer Bank geschrieben“, sagt Klaus Schweinsberg, Chefredakteur von „Capital“. Wolfgang Kaden, Ex-Chefredakteur von „Spiegel“ und „Manager-Magazin“ sieht „mit einiger Betrübnis, wie wenig der Unternehmens-Journalismus dieser Tage aus dem Inneren der Unternehmen aufdeckt.“

Dabei haben Wirtschaftsthemen Konjunktur in den Medien, Manager sind zu zentralen politischen Akteuren avanciert, die Macht der Ökonomie diktiert die Politik und wirtschaftliche Entscheidungen haben oft schwerwiegende Folgen. Zugleich damit ist auch der Druck der Wirtschaft auf die öffentliche Meinung stärker geworden. Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit sind in den Unternehmen massiv aufgerüstet worden. „30 000 bis 50 000 PR-Mitarbeiter versorgen inzwischen



Bulle und Bär sind Symbole der Börse. In elektronischen Medien beschränkt sich die Berichterstattung über Wirtschaft auf das Auf und Ab der Kurse. Foto: Raupach

rund 48 000 hauptberufliche Journalisten mit Informationen“, schätzt Thomas Leif. Lutz Frühbrodt, Autor eines Fachbuchs über Wirtschaftsjournalismus gibt an: „80 % bis 90 % der Exklusivstorys im Wirtschaftsjournalismus lancieren die Unternehmen, Politiker oder Verbände selbst.“

Problematisch ist der Vormarsch des Nutzwertjournalismus in den Wirtschaftsredaktionen. Meldungen und Berichte sollen den Lesern unmittelbaren Nutzen bringen. Erkenntnisse über Strukturen und größere Zusammenhänge sind dabei weniger wichtig. Aufschwung erlebte die Jagd nach dem Nutzwert mit dem Börsenboom und der New Economy. Viele Medien haben damals den Hype noch verstärkt. Und einige Journalisten mit Insider-Kenntnissen hatten auch ihren persönlichen Nutzwert im Sinn.

Wirtschaft ist freilich ein komplexes Thema. Gerade volkswirtschaftliche Themen haben es schwer gegen Wirtschaftsgeschichten, die sich personalisieren lassen. „Wenn Konzerne wie ABB, Novartis oder DaimlerChrysler medial fast ausschließlich über ihre jeweiligen Unternehmensleiter wahrgenommen werden, wird damit zwangsläufig eine hochkomplexe Unternehmenswirklichkeit verzerrt“, analysierte die „Neue Züricher Zeitung“. Besonders das Fernsehen macht eine schlechte Figur. Wirtschaftsthemen sind fast vollständig auf Service, Verbraucherberatung und Börsenberichte reduziert.

Allerdings treffen Wirtschaftsjournalisten in ihrem Metier auch auf besondere Bedingungen. Recherchen sind aufwendig. Unternehmen sind nicht

auskunftspflichtig und Informanten in der Regel zurückhaltender. Nicht selten drohen Unternehmen neugierigen Publizisten mit Rechtsanwälten oder boykottierten Interviews. Welche Aktivitäten Lobbyisten entfalten können, war in den letzten Jahren deutlich zu sehen in den Debatten um Reach, das Europäische Gesetz zur Registrierung, Evaluierung und Autorisierung von Chemikalien, das eben in Kraft getreten ist. Hier wurde mit allen Mitteln, auch der Manipulation von Zahlen und öffentlicher Meinung gearbeitet, so die Studie des Netzwerks.

Aber das ist eben auch das Dilemma. Selten beschreiben Wirtschaftsjournalisten, wie solche Prozesse funktionieren und transportieren lieber interessengebundene Informationen weiter. Wirtschaftsjournalisten folgen heute weitgehend dem neoliberalen Mainstream. Wissenschaftler aus der Memorandumgruppe etwa, die jährlich das alternative Wirtschaftsgutachten abliefern, kommen in den Medien fast gar nicht mehr vor. Memorandummitglied Heinz Bontrup: „Die Massenmedien grenzen uns bewusst aus.“ Die Folgen könne man beispielsweise daran sehen, sagt der Wirtschaftspraxisprofessor von der FH Gelsenkirchen, „in welchem Maß es gelungen ist, Lohnnebenkosten zu einem negativen Begriff zu machen.“

„Die klassische Kontrollfunktion der Medien - gerade im Feld der Wirtschaft - braucht einen Konjunkturaufschwung“, lautet die Schlussfolgerung vom „Netzwerk Recherche“. Vorsicht vor der Übermacht der Public Relations, mehr Zeit und mehr Geld für Recherche, weniger vorseilenden Gehorsam vor großen Anzeigenkunden und eine Pluralität der Positionen - das sind Forderungen, um die Defizite des

Zusammenhänge spielen kaum noch eine Rolle

Nutzwertartikel wie von PR-Fachleuten verfasst

UNTERNEHMEN STELLEN AUS - UND INGENIEURE EIN.

Der Recruiting Tag der VDI nachrichten, einfach ideal für eine erfolgreiche Jobsuche. Wir bringen hier zusammen, wer zusammen gehört - renommierte Unternehmen mit qualifizierten Ingenieuren und technischen Fachkräften. Treffen Sie wichtige Unternehmensvertreter. Informieren Sie sich bei kompetenten Karriereberatern. Hören Sie die Vorträge hochkarätiger Redner. www.ingenieurkarriere.de/recruitingtag

Sie möchten mehr Informationen? Wenden Sie sich bitte direkt an Ihre persönliche Ansprechpartnerin: Kerstin Ernst
Telefon: (0211) 61 88 - 374
kernst@vdi-nachrichten.com

LUDWIGSBURG, FORUM AM SCHLOSSPARK
19. JUNI 2007, 11.00-17.30 UHR

VDI nachrichten
recruiting tag