



Breitbandausbau ist Daseinsvorsorge des 21. Jahrhunderts

Breitbandausbau ist Daseinsvorsorge des 21. Jahrhunderts

Schnelles Internet ist eine der zentralen Herausforderungen in Deutschland. Egal ob per Glasfaser oder Mobilfunk, der Zugang zum Breitbandinternet ist entscheidend für die Teilhabe an der Gesellschaft. Darüber waren sich die Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesministerium für Verkehr und Digitale Infrastruktur, Dorothee Bär MdB, und Christian Hartung, Gründer und CEO des Berliner Start-Ups Limemakers einig. Sie diskutierten beim UdL Digital Talk am 20. März im BASE_camp in Berlin die Frage "Breitbandausbau in Deutschland - wer sorgt für den richtigen Anschluss?".
Zielvorgaben der Politik
Die Bundesregierung hat sich im Rahmen der Digitalen Agenda zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2018 eine flächendeckende Breitbandversorgung mit mindestens 50 Mbit/s zu erreichen. Laut Dorothee Bär gehört der Ausbau des Breitbandes zur klassischen Daseinsvorsorge und ist damit Sache der Politik. Bär vergleicht das Projekt mit dem Kitaausbauvorhaben aus der vergangenen Legislaturperiode. Noch nie wurde das Thema Internet und Digitales mit so viel Nachdruck vorangetrieben.
Für Dorothee Bär gibt es dafür einen zentralen Grund: "In Deutschland gibt es keinen Ort, wo man kein Internet braucht." Dies gelte sowohl für Unternehmen als auch für Privatpersonen. Wenn es darum gehe, allen Menschen die gleichen Bildungschancen oder den Zugang zu neuen Technologien - etwa im Bereich der Medizin - zu ermöglichen, sei ein schneller Internetanschluss in Zukunft unverzichtbar.
Breitbandausbau als gesamtgesellschaftliche Aufgabe
Dabei sei der Ausbau keine reine Staatsaufgabe, sondern natürlich auch Sache der Wirtschaft. Diese wolle die Regierung in die Pflicht nehmen und so den flächendeckenden Ausbau sicherstellen. "Allerdings ist es nicht realistisch", so Dorothee Bär, "dass bis 2018 Glasfaser auf jedem Bauernhof und jeder Hallig liegt. Der Ausbau ist nur im Technologiemix aus Glasfaser, Kupferkabel und LTE, also Mobilfunk, möglich." Und weiter: "Ich will keine staatlichen Netze schaffen. Der Netzausbau wird eine Kraftanstrengung von allen Akteuren sein."
Dorothee Bär verteidigt die Verteilung der Zuständigkeit beim Thema Digitales auf verschiedene Bundesministerien. Die Digitalisierung betreffe alle Bereiche der Politik. So müsse beispielsweise das Thema Netzsicherheit beim Innenministerium angesiedelt sein. Für die Gesamtentwicklung der Digitalen Agenda fühle sich die Kanzlerin persönlich verantwortlich.
Vergabeverfahren für Funkfrequenzen noch offen
Zur Frage der Finanzierung nannte die Staatssekretärin verschiedene Modelle. Möglich wäre es, Mobilfunkfrequenzen nicht zu versteigern, sondern an die Unternehmen abzugeben, allerdings gekoppelt an entsprechende Vorgaben. Dorothee Bär wörtlich: "Dass die Frequenzen versteigert werden, ist nicht in Stein gemeißelt." Auch sei es denkbar, Einzelhaushalte an den Kosten des Anschlusses zu beteiligen, so wie das teilweise beim Zugang zur Wasserinfrastruktur der Fall sei. Eine Steuerfinanzierung sei hingegen nicht geplant.
Allerdings sei die Finanzierung nicht das einzige Hindernis des zügigen Ausbaus. Bürokratien, komplizierte Bauvorschriften und langwierige Genehmigungsverfahren seien ebenso ein Problem. Der Ausbau solle zwar schnell erfolgen, jedoch seien überirdisch verlegte Kabel keine Alternative.
Für Internetunternehmer Christian Hartung ist es letztlich nicht entscheidend, wie er ins Netz kommt: "Für Unternehmer ist ein schneller Anschluss ans Internet wichtig, unabhängig davon, wie das geschieht, Hauptsache man bekommt ihn. Eine staatliche Förderung mit Schaufensterbeträgen hilft dabei jedoch nicht weiter."

E-Plus Gruppe
E-Plus-Straße 1
40472 Düsseldorf
Deutschland
Telefon: +49 (211) 448-0
Telefax: +49 (211) 448-2222
Mail: presse@eplus-gruppe.de
URL: <http://www.eplus-gruppe.de/>

Pressekontakt

E-Plus Gruppe

40472 Düsseldorf

eplus-gruppe.de/
presse@eplus-gruppe.de

Firmenkontakt

E-Plus Gruppe

40472 Düsseldorf

eplus-gruppe.de/
presse@eplus-gruppe.de

Kommunikation ist ein Grundbedürfnis der Menschen. Wir wollen zu jeder Zeit und an jedem Ort unsere Emotionen mit der Familie und Freunden teilen können, wir müssen immer und überall in der Lage sein, von unterwegs Geschäftliches abzuwickeln. Der Boom des Mobilfunks spiegelt diesen Trend eindrucksvoll wider. E-Plus hat sich auf die Fahnen geschrieben, mobile Kommunikation für seine Kunden einfach und unterhaltsam zu gestalten. Unser Slogan "Ein Plus verbindet" steht dabei für unsere Rolle, Menschen durch mobile Kommunikation miteinander zu vernetzen und ihr Leben damit zu bereichern, sprich wertvoller zu machen. Damit verbunden sind klare Markenwerte, an denen wir uns messen lassen: Wir bieten unseren Kunden Produkte an, die einfach zu verstehen sind. Wir versuchen, immer ein wenig mehr für's Geld zu bieten und liefern, was wir versprechen. Wir wollen menschlicher, sprich näher am Kunden sein und erfahren, was unsere Kunden wünschen. Und wir suchen die Herausforderung, indem wir den Markt und unsere Kunden mit innovativen Produkten überraschen. All das macht E-Plus als Marke einzigartig und erfrischend anders.