

## Der Weg von 4G in eine neue Dimension

Johannes Gungl, Geschäftsführer Fachbereich Telekommunikation und Post der RTR, über den Status quo von 4G – und wie die Vergabe von 5G ablaufen wird.

Interview von **Stefan Mey**

### HORIZONT: Wie ist Österreichs Breitbandausbau derzeit im Vergleich zu Deutschland aufgestellt?

**JOHANNES GUNGL:** Österreich ist ein Mobilfunkland, in Deutschland spielt das Festnetz eine größere Rolle. Bei den festen Anschlüssen liegen wir mit 38 zu 29 Prozent ein bisschen hinter Deutschland, bei den mobilen Anschlüssen liegen wir mit 77 zu 73 Prozent vorne. Deutschland hat 98,3, Österreich 99,2 Prozent Breitbandpenetration in den Haushalten.

### Wie ist der Status in Sachen 4G derzeit?

4G ist in Österreich sehr gut ausgebaut mit einer Netzabdeckung von 98 Prozent der Bevölkerung. 2016 hat die Verbreitung von 4G-Sim-Karten massiv zugenommen: Von den 14 Millionen Sim-Karten sind sechs Millionen 4G-Karten. In einem Jahr wird 4G die führende Technologie sein.

### Wie weit ist der Breitbandausbau im ländlichen Raum vorangeschritten?

Wir haben 2013 jene der 2500 Gemeinden in Österreich ausfindig gemacht, die schlecht bis gar nicht angebunden sind und Versorgungsaufgaben für rund 540 Gemeinden erteilt, die damals sehr schlecht versorgt waren. Wir schätzen, dass nun 70 bis 80 Prozent dieser Gemeinden eine mobile Breitbandversorgung haben.

### Wie ist der Fahrplan für die 5G-Auktion nächstes Jahr?

Im zweiten oder dritten Quartal wird es eine Versteigerung der 3,4-3,8 Ghz-Frequenzen geben. Die darauf folgende Versteigerung der 700 Mhz-Frequenzen mit den alten UMTS-

Frequenzen wird 2019 passieren. Dafür fehlt uns eine Rechtsgrundlage für die Entschädigung der jetzigen Frequenzinhaber. Die 700 Mhz-Frequenzen werden derzeit für terrestrisches Fernsehen verwendet. Es wäre wichtig, dass die Bundesregierung das Gesetz zum Prozedere der Entschädigung schnell beschließt, damit wir hier nicht aufgehalten werden. Da ist uns jetzt möglicherweise die Nationalratswahl dazwischengekommen.

### Die Mobilfunken sorgen sich, dass für sie die 5G-Versteigerung ähnlich hohe Kosten bringt wie bei 4G, und man daher nur langsam ausbauen kann. Ist das berechtigt?

Wir wollen bei einer Vergabe den Marktpreis feststellen. Wir wissen nicht, wie wertvoll das Spektrum ist; deshalb erfolgt die Vergabe als Auktion, damit bildet der Markt seinen Preis. Darauf richten wir auch das Auktionsdesign aus. Natürlich sind zu hohe Frequenzkosten ein Hindernis für zukünftige Investitionen. Auf der anderen Seite hat die öffentliche Hand Interesse, einen fairen Preis für dieses öffentliche Gut zu erzielen.

### Also wird es ähnlich laufen wie bei vorherigen Frequenzauktionen?

Jede Frequenzauktion ist grundlegend anders. Die letzte Auktion war eine Multibandauktion, da wurden mehrere Frequenzbänder gleichzeitig versteigert. Bei der nächsten Versteigerung haben wir nur ein Frequenzband. Zudem gibt es einen Unterschied, ob man bundesweit vergibt oder ob auch regional Frequenzen erworben werden können. Auch die technische Nutzung kann unterschiedlich sein. Deswegen kann man nicht von einer Auktion auf die andere schließen.

## „Hoher Aufwand, kein unmittelbarer Benefit“

Ab Mai 2018 müssen Unternehmen die strengen Datenschutzregeln der DSGVO befolgen. Die Vorbereitungen darauf laufen in vielen Betrieben eher schleppend.

Bericht von **Stefan Mey**

Bis zum 25. Mai 2018 haben Unternehmen Zeit, die Anforderungen aus der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) umzusetzen. Wegen der hohen Strafen kann es sich kaum ein Unternehmen leisten, den Aufgabenstellungen nicht nachzukommen – trotzdem kommen die Vorbereitungen nur schleppend voran, wie Lilian Meyer-Janzek, Geschäftsführerin des iab Austria, ausführt: Zu den Hindernissen zählen ihr zufolge mangelndes Wissen zu den Details der Verordnung, zusätzlich handle es sich um eine Frage der Ressourcen: „Dem hohen Umsetzungsaufwand stehen keine unmittelbar spürbaren Benefits entgegen“, sagt Meyer-Janzek. Hinzu komme, dass die DSGVO vielfach vage sei und teils auch Widersprüche zwischen Rechtstext und Erwägungsgründen enthalte. Meyer-Janzek: „In vielen Punkten können weder Gesetzgeber noch Rechts- und IT-Experten bisher klare rechtsverbindliche Anweisungen geben, was im Konkreten zu tun ist.“

Auch Konrad Mayr-Pernek, Geschäftsführer der MEC, ist skeptisch in Hinblick auf die Frage, ob Österreichs Unternehmen ab Mai DSGVO-konform sein werden: „Der Aufwand ist wirklich substantiell“, sagt er. In seiner Gruppe gebe es zwar Hilfe aus dem Konzern, lokal ist bereits ein Datenschutzbeauftragter ernannt und Arbeitsgruppen etabliert. „Aber selbst diese strukturierte Herangehensweise ist keine Garantie dafür, bis zum Stichtag alles zu 100 Prozent abgedeckt zu haben“, sagt Mayr-Pernek: „Wir rechnen in Summe mit einigen Mannjahren, die nötig sein werden, um das Thema compliant abzuhandeln. Und derartige Ressourcen werden nur wenige

hinter die DSGVO stellen wollen oder können.“ Viele Unternehmen würden auf eine softe Exekution hoffen.

Zuversichtlicher ist man bei anderen Unternehmen. Etwa bei der Österreichischen Post, wo betont wird, dass Datenschutz immer schon einen hohen Stellenwert genossen habe – Stichwort: Briefgeheimnis – und man sehr früh begonnen habe,



„Keine klaren Anweisungen in vielen Punkten, was zu tun ist“

**Lilian Meyer-Janzek,**  
Geschäftsführerin, iab  
Austria © iAB

sich mit dem Thema DSGVO zu beschäftigen. Ähnlich zuversichtlich ist man bei einem anderen österreichischen Großunternehmen, den Casinos Austria: „Wir arbeiten seit über einem Jahr an der Umsetzung der DSGVO, seit einigen Monaten arbeitet ein bereichsübergreifendes Projektteam daran“, sagt Dietmar Hoscher, Vorstandsdirektor der Casinos Austria. Im Zentrum steht derzeit die Analyse aller Datenverarbeitungen und die Anpassung der Systeme an die DSGVO. „Darüber hinaus werden alle Einverständniserklärungen und datenschutzrelevanten Verträge geprüft, und wir bereiten intensive Schulungsprogramme für alle Mitarbeiter vor“, sagt Hoscher. Zu Beginn des Projekts stand die Abklärung der für die Umsetzung notwendigen personellen und finanziellen Ressourcen. Da man schon früh begonnen habe, sei man mit der Umsetzung bereits relativ weit, betont er. Davon

abgesehen spielt Datenschutz hier schon immer eine große Rolle, da man branchenbedingt mit teils sehr sensiblen Daten arbeitet. Als Herausforderung sieht Hoscher aber sehr wohl, dass die Mitarbeiter in relativ kurzer Zeit geschult werden müssen.

Ob die DSGVO neben dem Aufwand auch positive Seiten mit sich bringt? „Unbedingt“, sagt Hoscher: Starker Datenschutz sei immer schon eine Kernkompetenz der Unternehmensgruppe, dazu gehören laut Hoscher auch die durch die DSGVO gestärkten Auskunfts-, Richtigstellungs- und Lösungsrechte von Privatpersonen. Und auch Mayr-Pernek kann der DSGVO und der E-Privacy-Verordnung trotz Aufwands positives abgewinnen: „Erstens wird mit beiden Verordnungen eine gemeinsame Basis quer über die EU geschaffen, was schon mal per se ein Vorteil ist“, sagt er: „Zweitens zwingt uns die DSGVO im Allgemeinen und die E-Privacy-Verordnung im Besonderen dazu, uns mit der Wahrnehmung von Werbung, insbesondere von Onlinewerbung, genauer auseinanderzusetzen.“



Dieser Text ist Teil der Info-Offensive DSGVO des Manstein Verlags zusammen mit der Kanzlei Lansky, Ganzger + partner Rechtsanwälte (LGP). Lesen Sie mehr dazu Online unter: → [www.horizont.at/home/dsgvo](http://www.horizont.at/home/dsgvo)



Verlängern Sie Ihre TV- oder Display-Kampagne auf mobile und DOOH Screens, indem Sie lokale Impulse an GPS Locations setzen – auf Wunsch nur bei Schönwetter (oder bei Schlechtwetter, wenn Ihnen das lieber ist).

01 370 88 08 775 | [sales@goldbachaustria.at](mailto:sales@goldbachaustria.at)

**GOLDBACH  
AUSTRIA**