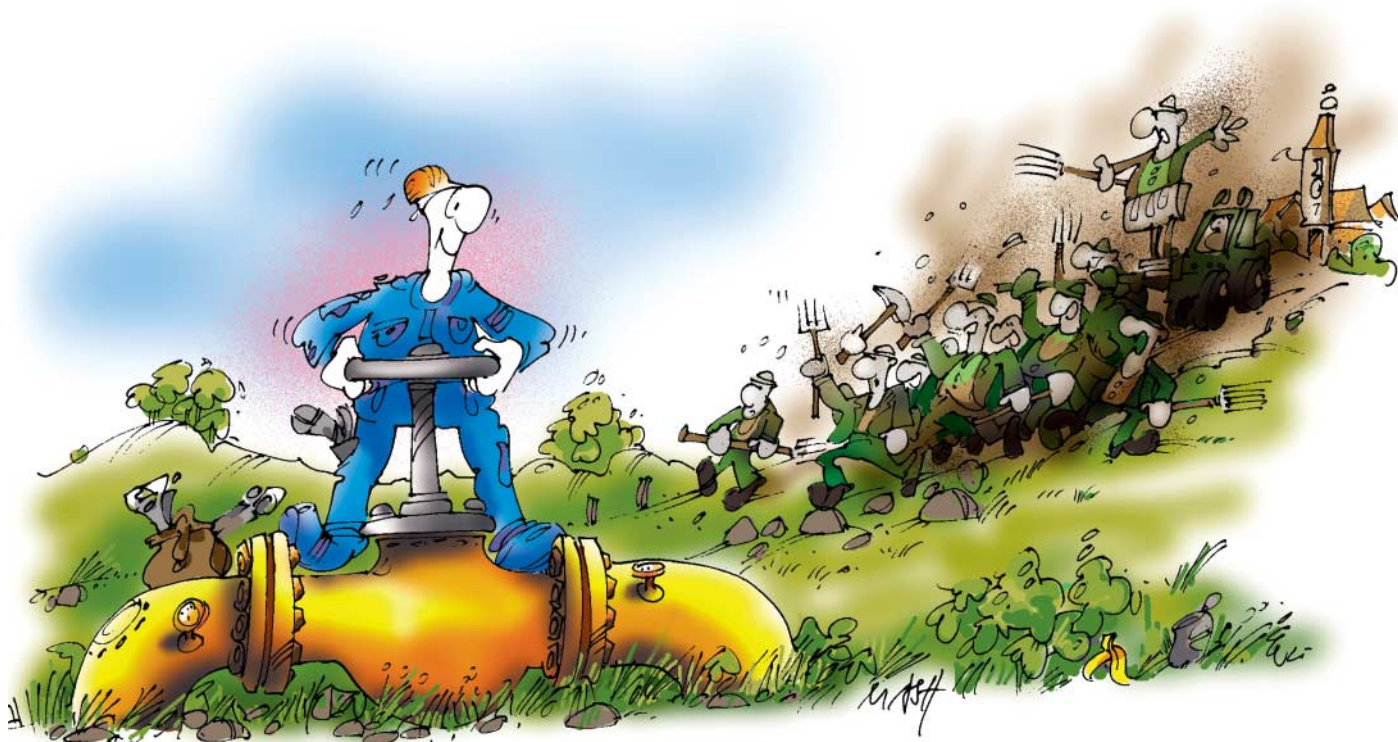




Gedrosselter Zorn

Was sich die Konzernspitze bei Vodafone gedacht hat, als sie die Drosselung für Peer-to-Peer-Dienste und Sharehoster für alle Kabelkunden gleichzeitig scharf schaltete, werde ich wohl nie erfahren. Bei der fatal falschen Lageeinschätzung wäre ich gerne Mäuschen gewesen.

Immerhin haben sie den Schuss doch noch gehört. Nur einen Tag nach den ersten Berichten über die frisch eingerichtete Drossel ging die Unternehmensleitung vor dem Shitstorm in Deckung und ruderte eilig zurück. Dass die Reue nicht ehrlich ist, kann man daran sehen, dass der Passus immer noch in den AGB steht. Könnte ja sein, dass die Drosselung irgendwann doch noch durchsetzbar wird. Dann wäre es doch schade, wenn man sie nicht ohne Umstände wieder einführen könnte.

Alle Breitband-Anbieter wollen gerne drosseln. Wenn das neue Spiel tagelang lädt oder die neue Serie nur noch stotternd oder als Klötzchengrafik auf den Schirm kommt, schafft das Leidensdruck. Dieser lässt sich ummünzen. Wer als Anbieter seine Kunden ausbremst, kann für die künstlich verknappte Bandbreite zusätzliche Erlöse erzielen. So funktioniert der Markt neuerdings.

Bei den Kabelanbietern hat die Drosselung allerdings einen technischen Hintergrund: Im Vergleich zum Downstream ist die Kapazität in Senderichtung eher knapp. Wer Tauschbörsen und Sharehoster benutzt, produziert aber hohe Last in Senderichtung. Dass renommierte Softwarehersteller wie Microsoft inzwischen auf das Peer-to-Peer-Modell setzen, um große Datenmengen an viele Kunden zu verteilen, dürfte den Kabelanbietern Sorgenfalten auf die Stirn treiben.

Bei den Internet-Kunden sind Drosseln so beliebt wie der Veggie-Day am Wurststand. Schlimm genug, dass man im Mobilfunk damit leben muss, aber wenigstens der Festnetzanschluss zu Hause war bislang die Oase, wo der Datenbrunnen unendlich sprudelte.

Die Anbieter lassen beim Drosseln aber nicht locker. Telefónica hat alle Kritik an der Abschaffung der Flatrates bei den DSL-Angeboten von O2 ausgesessen und hofft offenbar, dass sich die Kunden den neuen Realitäten beugen, also Drosselung oder Zusatzgebühren. Das Vorgehen ist insofern clever, als die Kunden mit wachsendem Bedarf der Reihe nach ausgebremst werden und nicht alle auf einmal. Außerdem können sie sich freikaufen.

Die Telekom zielt hingegen eher auf die Anbieter: Google, Amazon & Co. sollen dafür bezahlen, dass ihre Daten ungedrosselt zum Kunden fließen. Als sie vor Jahren an die Anschlüsse ihrer Kunden ging, schallte ihr von allen Seiten „Drosselkom“ entgegen. Einen zweiten Versuch in diese Richtung hat sie seither nicht unternommen.

Der Ball liegt nun beim Kunden. Jeder, der sich eine Drosselung bieten lässt, hat nichts besseres verdient. Wer gerne einen ungedrosselten Anschluss hätte, muss das richtige Angebot wählen, wenn er denn die Wahl hat. Sobald Drossel-Zugänge ohne Murren akzeptiert werden, werden alle Anbieter darauf umsteigen. Garantiert.

Urs Mansmann

Urs Mansmann