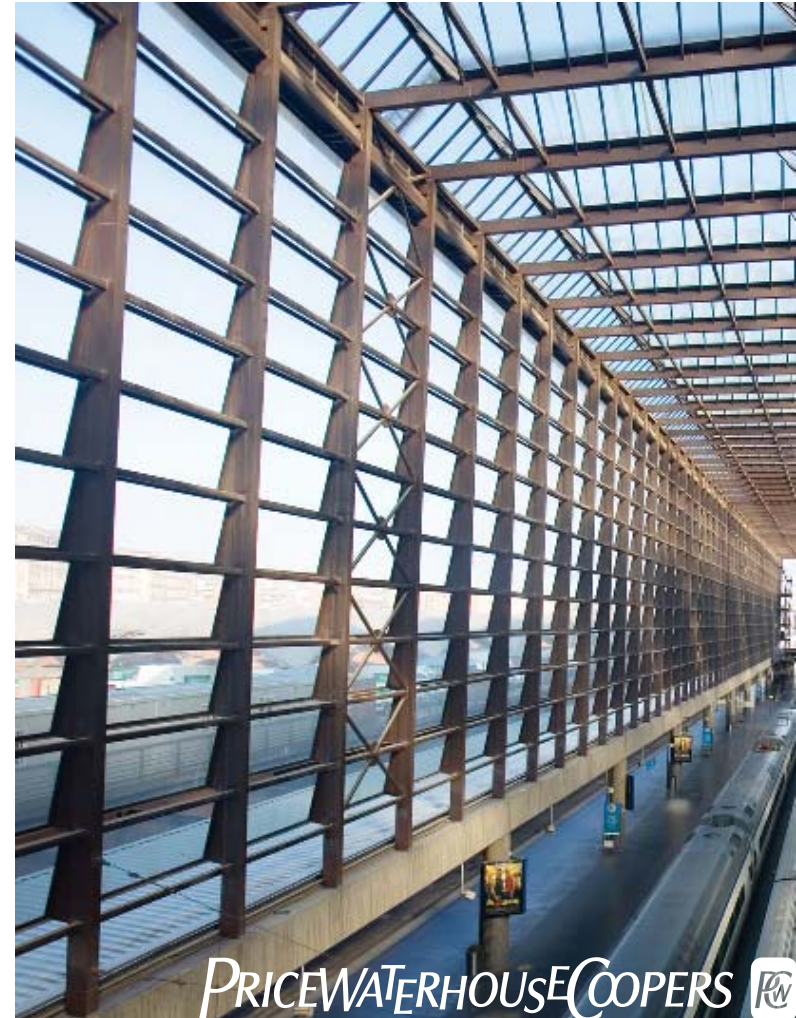


Technologie, Medien, Telekommunikation (TMT)

Breitbandgeschäftsmodelle*

Berlin, 12. Februar

Jari Sengera, Senior Manager



*connectedthinking

Agenda/Contents

Einleitung	1
Mehr Capex sind weniger Opex	2
Topline Wachstum in schwierigen Zeiten	3
Der strategische Imperativ	4
Zusammenfassung	5

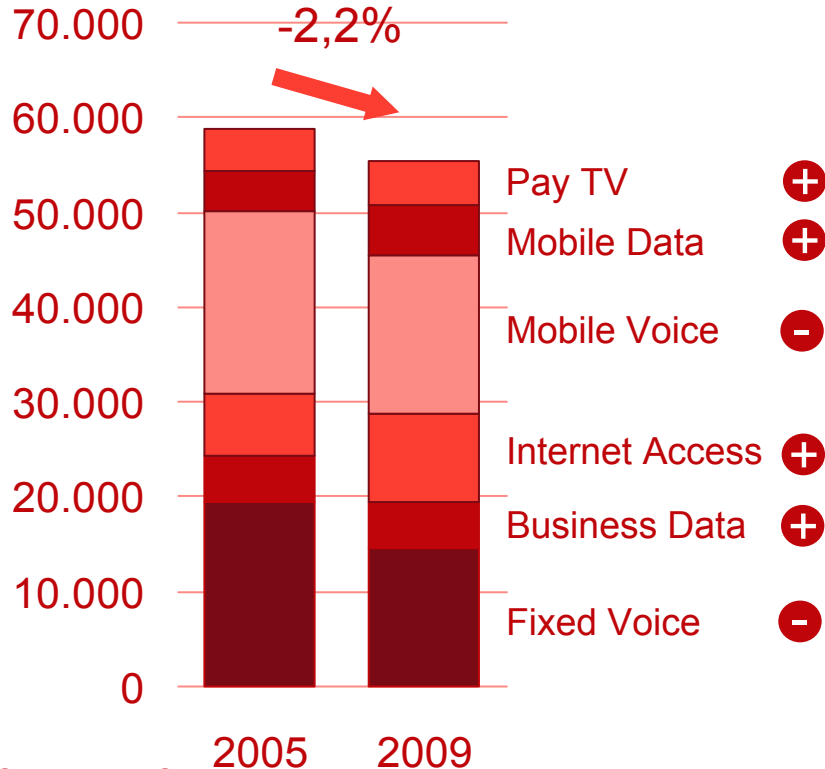
Part

Einleitung

1

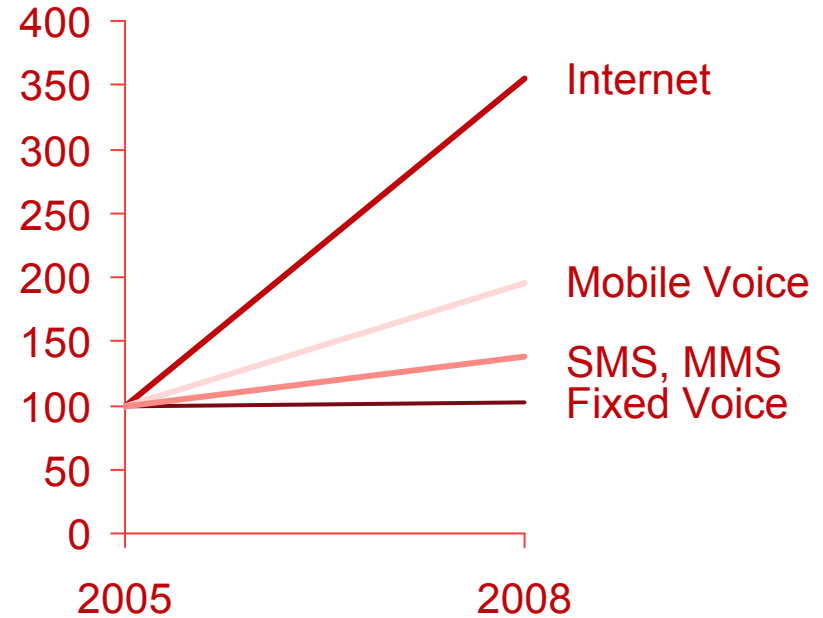
Es sind keine leichten Zeiten für Telekommunikationsunternehmen

Services (€ million)



Quelle: EITO

Netzwerk-Nutzung (Index)



Quelle: VATM, PwC

➤ Sinkende Umsätze bei deutlich ansteigenden Verkehrsvolumina in den Telekommunikationsnetzen und damit hohe Investitionserfordernisse

Es gibt drei wesentliche Erfolgsfaktoren für Breitbandgeschäftsmodelle ...

- CAPEX
- OPEX

- Neue Services
- Neue Geschäftsmodelle

- Wettbewerb

1

Mehr CAPEX sind weniger OPEX

2

Topline Wachstum auch in schwierigen Zeiten

3

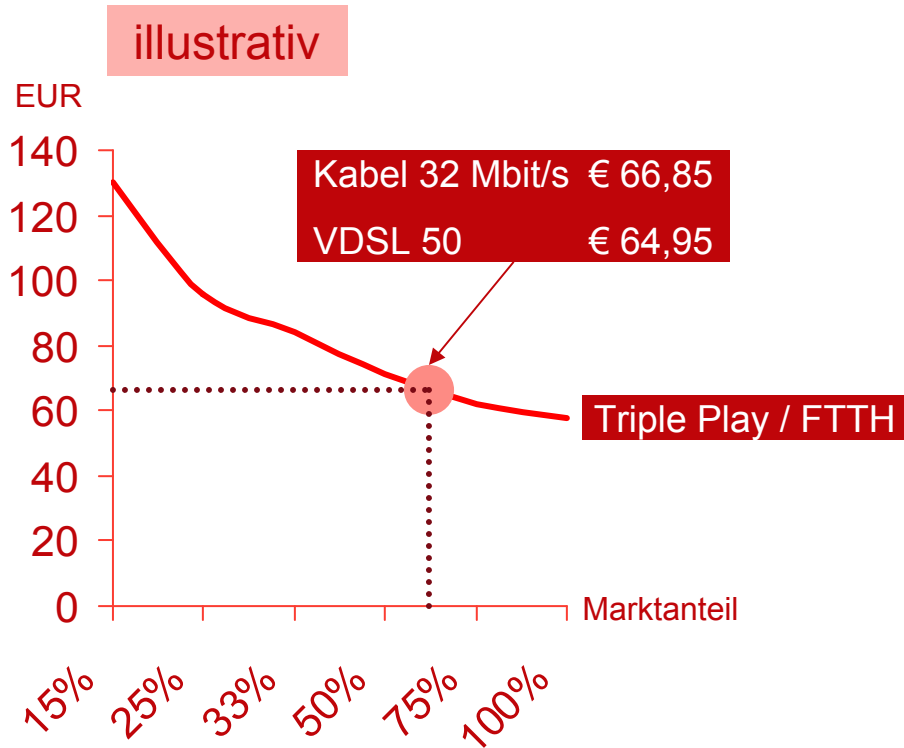
Der strategische Imperativ

Part

Mehr CAPEX sind weniger OPEX

2

Beispiel FTTH: Der Marktanteil entscheidet in hohem Maße über die Profitabilität des Netzaufbaus



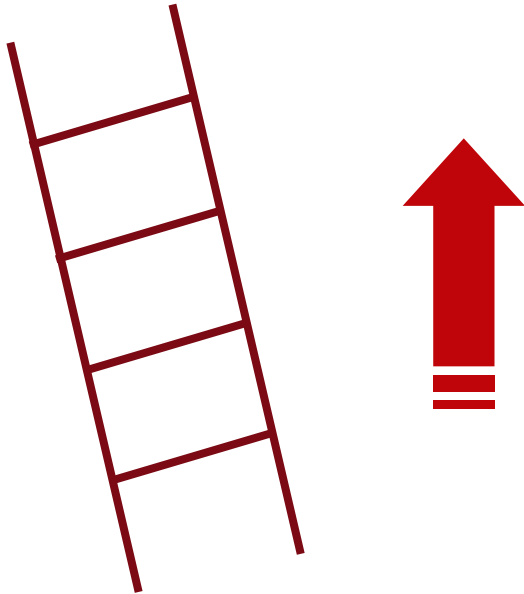
Quelle: OECD, PwC

- Die notwendigen Investitionen sind von verschiedenen Faktoren abhängig: Größe des Anschlussgebietes und Verteilung der Wohneinheiten, Gebäudeart, Grabungskosten, Verfügbarkeit von Leerrohren etc.
- Neben geschätzten Investitionen in die letzte Meile in Höhe von €500 - €1.500 pro Haushalt, sind weitere Investitionen in die Zuführungsnetze notwendig, um „bottlenecks“ zu vermeiden.

➤ Investitionen müssen bei nicht ausreichendem Marktanteil auf mehrere Schultern verteilt werden. Denkbar sind Zusammenschlüsse von Altnets, Partnerschaften und Open Network Modelle.

“Moving up the value chain”: Vorteile durch eigene Infrastruktur auf der letzten Meile

Anbieter FTTH



Anbieter entbündelte Teilnehmeranschlussleitung (TAL)

- Aufgrund einer signifikanten Reduzierung der aktiven Netzkomponenten nach dem Ausbau von FTTH, ergeben sich Kostenvorteile.
- Darüber hinaus können Altnets wesentliche Einsparungen durch den Wegfall des Bezugs von Vorleistungen realisieren. Ein Wegfall der TAL, senkt die Kosten pro Haushalt um €10,50.

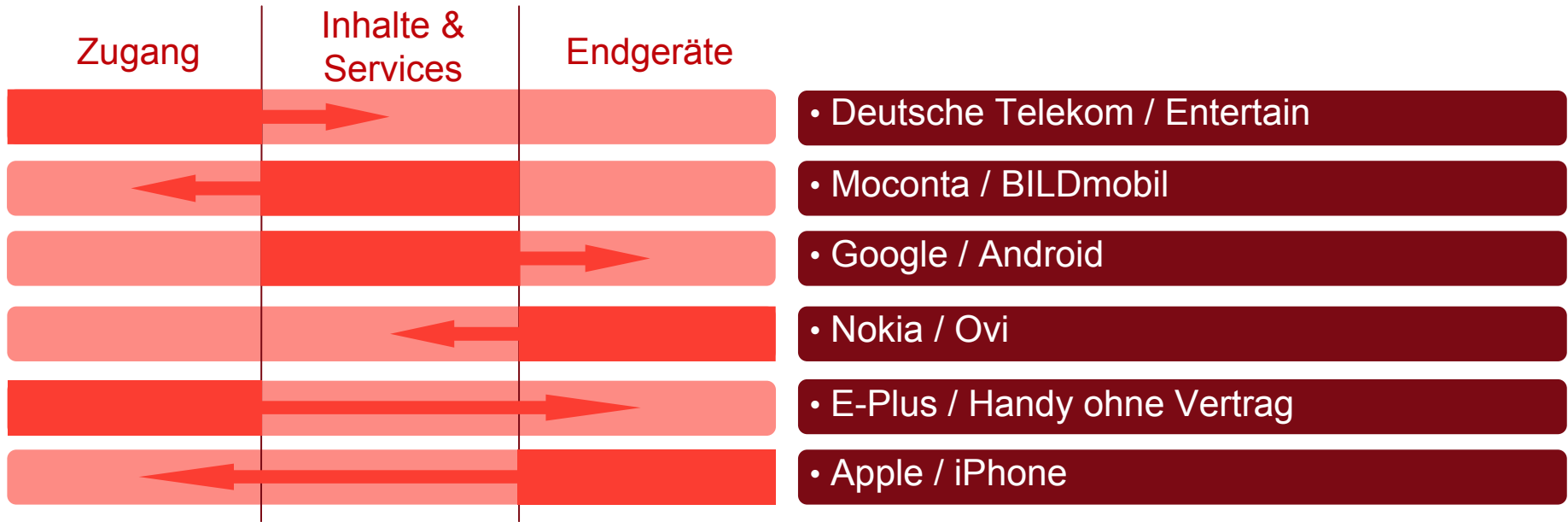
➤ Die eingesparten Kosten im Zusammenhang mit der TAL können zur Finanzierung eines FTTH- Netzes herangezogen werden.

Part

Topline Wachstum in schwierigen Zeiten

3

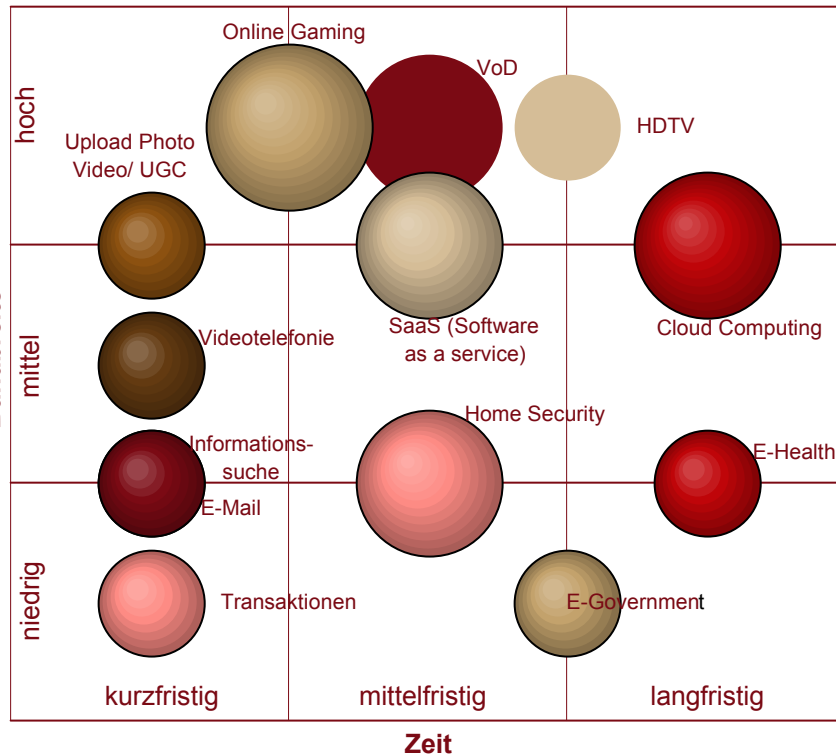
Die traditionelle Wertschöpfungskette verliert zunehmend an Bedeutung



➤ Innovationen und Kooperationen auf allen Ebenen der Wertschöpfungskette (Zugang, Inhalte & Services, Endgeräte) sind ein wesentlicher Erfolgsfaktor in den kommenden Jahren. In-House sollten Kernkompetenzen wie Produktentwicklung und Customer Care im Fokus stehen.

Kein „Killer“, aber ein Bündel mit vielen Möglichkeiten

Online Services



• Eine Verlagerung von Umsätzen aus anderen Bereichen des Medien- und Unterhaltungsmarktes ist denkbar:

- Mehr VoD und weniger Kino sowie DVD-Verleih (Gesamtmarkt €2,4 Mrd.)
- Mehr Online- und weniger Offline-werbung (Gesamtmarkt €14,0 Mrd.)

• Neue Services können vor allem dazu führen, dass weniger Kunden abwandern (*Customer Stickiness* erhöhen) und zusätzliche Erlösquellen erschlossen werden.

ABER: Die zur Verfügung stehenden Budgets können nicht beliebig ausgedehnt werden. Die gesamtwirtschaftliche Lage ist schwierig und es gibt viele Wettbewerber.

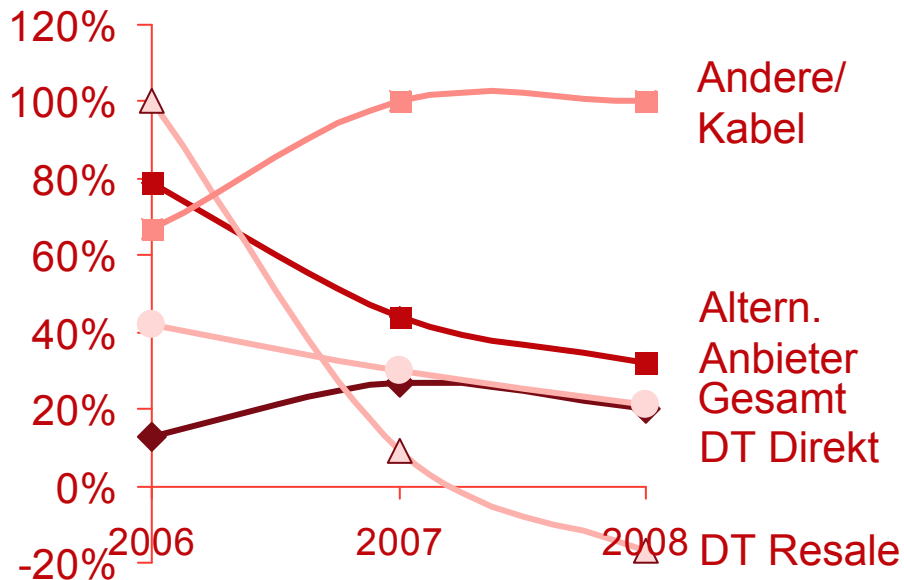
Part

Der strategische Imperativ

4

Kabel ist ein ernstzunehmender Wettbewerb für DSL

Wachstumsraten Breitbandanschlüsse

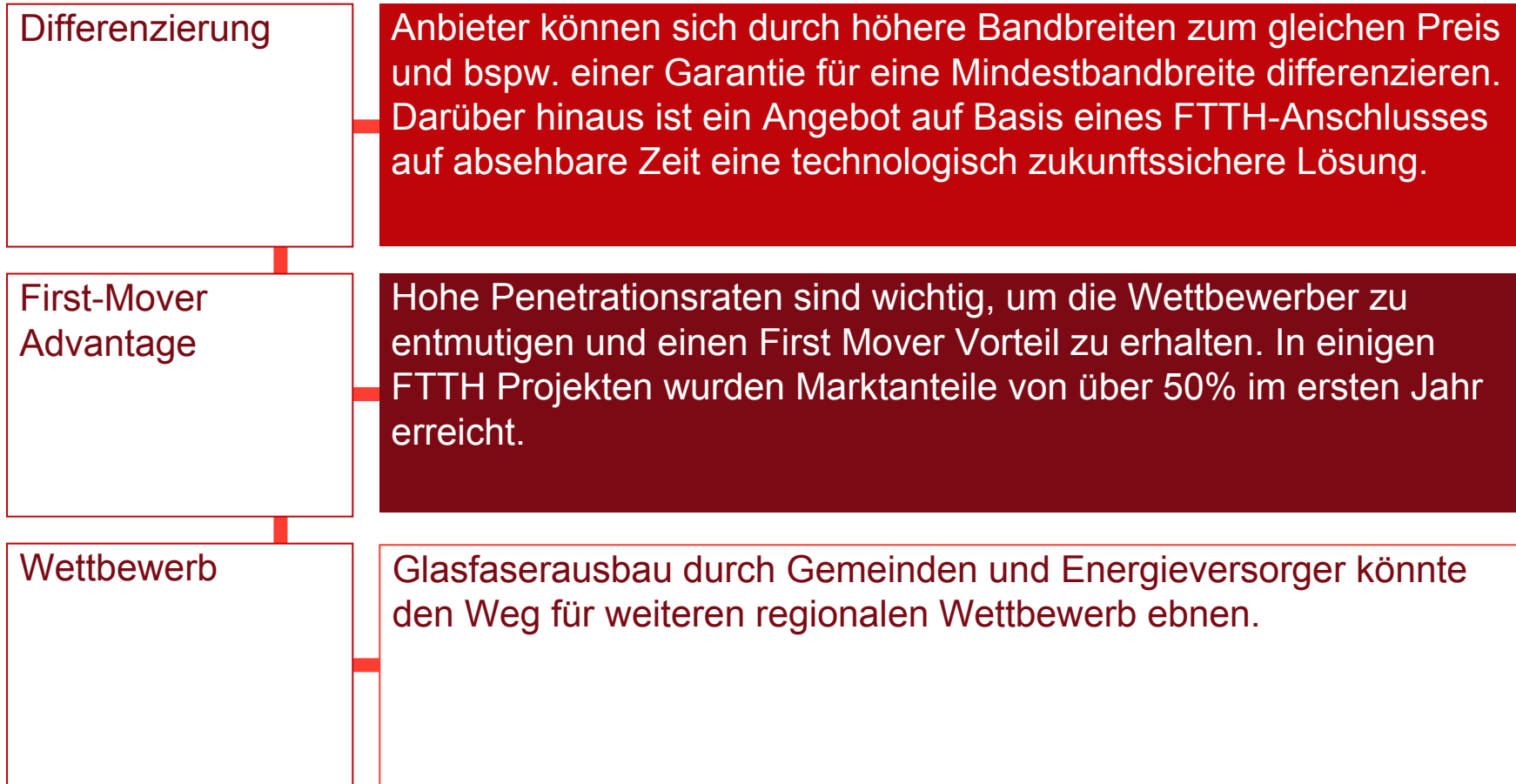


- Der Anteil der Kabelnetzbetreiber an Breitbandanschlüssen ist auf insgesamt 2 Millionen gestiegen.
- Das Kabelinternet hat in vielen Haushalten den Vorteil, dass der Basis-Kabelanschluss bereits in den Mietnebenkosten enthalten ist.
- Kabelnetzbetreiber sind grundsätzlich gut positioniert, um dem Endkunden kurz- bis mittelfristig hohe Bandbreiten anzubieten.

Quelle: VATM, Dialog Consult

➤ Die Kabelnetzbetreiber werden mit ihren Angeboten den Handlungsdruck für andere Telekommunikationsanbieter erhöhen.

Als First-Mover oder einziger Anbieter von sehr hohen Bandbreiten haben Telekommunikationsunternehmen strategische Vorteile



Part

Zusammenfassung

5

Fazit

1 Bei einem geringem Marktanteil sind Investitionskosten häufig prohibitiv. Partnerschaften, Zusammenschlüsse und Open Network-Modelle helfen, die Investitionslast zu verteilen.

2 In einer Welt, in der traditionelle Wertschöpfungsstufen zunehmend obsolet werden und neue Wertschöpfungsketten entstehen, sind Innovationen und Kooperationen ein wesentlicher Erfolgsfaktor.

3 Eine “Wait and See” – Strategie im Rahmen des weiteren Breitbandinfrastrukturausbaus kann erhebliche strategische Nachteile mit sich bringen.

Vielen Dank!

Jari Sengera
Senior Manager Advisory

Moskauer Str. 19
40227 Düsseldorf

Kontakt:
+49 (0)211 981-2229
+49 (0)170 22 596 22
jari.sengera@de.pwc.com