

PRESSEMITTEILUNG

goetzpartners prognostiziert:

Fünf Erfolgsfaktoren treiben die Entwicklung von IPTV

München, 16. September 2008: IPTV tut sich hierzulande schwer. Über eine repräsentative Umfrage unter IPTV-Nutzern und -Anbietern hat goetzpartners fünf Erfolgsfaktoren ermittelt, die IPTV zum Durchbruch verhelfen könnten.

Im internationalen Vergleich ist die IPTV-Nutzung in Deutschland sehr gering. In Frankreich, dem weltweit größten Markt für IPTV-Angebote, beträgt der Marktanteil 20,4 Prozent der TV-Haushalte, während er in Deutschland bei weniger als einem Prozent liegt. Dabei ist IPTV, die Internetprotokoll-basierte Übertragung von Bewegtbildern, für die großen Telekommunikationsanbieter der wichtigste Trend für das Fernsehen der Zukunft. „Auf der diesjährigen IFA war IPTV ein Top-Thema. Die Produkte sind da, jedoch muss der Trend IPTV noch in den Köpfen der Verbraucher ankommen“, erklärt Marcus Worbs, Manager bei goetzpartners Management Consultants und Co-Autor der Studie. „Denn ohne die Nachfrage durch den Nutzer wird IPTV nicht aus seinem Dornröschenschlaf erwachen“.

Für die Anfang November erscheinende aktualisierte Auflage der Studie „IPTV – Fernsehen der Zukunft?“ hat goetzpartners eine repräsentative Befragung in der Bevölkerung und unter Experten aus den Bereichen Free- und Pay-TV, Telekommunikation, Kabel, IPTV sowie aus der Wissenschaft durchgeführt.

Die Auswertung der Ergebnisse hat gezeigt, dass vor allem folgende Faktoren die Verbreitung von IPTV in Deutschland erschweren:

Das bestehende TV-Angebot ist so umfangreich und attraktiv, dass sich momentan nur wenige Verbraucher veranlasst sehen, IPTV-Angebote zu nutzen. Darüber hinaus stellt die derzeitige Infrastruktur hierzulande eine große Hürde für die Verbreitung von IPTV dar. Voraussetzung für eine hohe Bildqualität sind breitbandige Internetanschlüsse, und von diesen gibt es derzeit in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern noch zu wenige.

Des Weiteren sind in Deutschland über 50 Prozent der TV-Haushalte an digitale Kabelnetze angeschlossen. „Weil die Kabel-Grundgebühr meist über die Mietnebenkosten abgegolten wird, haben TV-Nutzer nur bedingte Freiheiten oder

Anreize, auf eine andere Plattform wie beispielsweise IPTV zu wechseln“, erklärt Dr. Alexander Henschel, Managing Director und Verantwortlicher für die Studie.

Wie bereits die erste goetzpartners Studie „IPTV – Fernsehen der Zukunft?“ ergeben hat, liegt auch in der Vermarktung von IPTV noch erhebliches Potenzial: Viele Nutzer wissen gar nicht, welche Angebote existieren. Außerdem fehlt es bei der werbetreibenden Wirtschaft an Erlösmodellen, die ein attraktiveres IPTV-Angebot ermöglichen würden.

Die Anbieter müssen also noch einige Hausaufgaben erledigen, um IPTV auf den Erfolgspfad zu bringen. Die aktuelle goetzpartners-Studie hat die folgenden fünf herausragenden Erfolgsfaktoren ermittelt:

- Die Anbieter müssen in den Ausbau ihrer Netze investieren und sie den Kunden mit attraktiven Angeboten schmackhaft machen. IPTV erfordert heute noch Internetanschlüsse mit einer Bandbreite von mehr als 3 Mbit/s für Fernsehen in Standard-SD-Qualität und mehr als 6 Mbit/s für Fernsehen in HD-Qualität. Je höher die bereitgestellte Bandbreite, desto höher das Fernseherlebnis und die Möglichkeiten von IPTV.
- Die Anbieter müssen IPTV als „Marke“ etablieren. Nur starke Marken, die auf die Bedürfnisse der Zielgruppe abgestimmt sind, werden Erfolg haben.
- IPTV muss für den Konsumenten in Form von interaktiven und individualisierbaren Angeboten attraktiven Mehrwert bieten.
- Der Preis für IPTV muss attraktiv sein. Dazu kann der Werbemarkt einen erheblichen Beitrag leisten, wenn er sich auf IPTV einstellt und entsprechende Erlösmodelle entwickelt.
- IPTV muss einfach und benutzerfreundlich sein. Dies gilt für Hardware, IPTV-Angebote und Zusatzfunktionalitäten.

„Märkte wie Frankreich und Schweden machen es uns vor: Wenn Infrastruktur, Angebot und Vermarktung stimmen, ist IPTV sehr erfolgreich“, so Marcus Worbs von goetzpartners.

Die vollständige Studie kann ab November 2008 kostenlos bei goetzpartners bezogen werden.

Über goetzpartners

goetzpartners ist ein führendes unabhängiges europäisches Beratungsunternehmen, das Management Consulting, M&A-Beratung (Mergers & Acquisitions) und Interim

Management unter einem Dach kombiniert. Die Gruppe steht für innovative Beratungsansätze und individuelle Lösungen, die mit den Kunden erfolgreich umgesetzt werden. goetzpartners ist mit Büros in München, Düsseldorf, Frankfurt, London, Paris, Madrid und Prag sowie Kooperationen in New York, San Francisco, Los Angeles, Bangalore, Mumbai, Moskau und Budapest vertreten.

Fokus von goetzpartners Corporate Finance ist die Beratung bei M&A-Transaktionen. goetzpartners Management Consultants ist spezialisiert auf die Themenschwerpunkte Strategie, Operational Excellence, Marketing und Vertrieb, Restrukturierung und Strategic Due Diligence. goetzpartners Interim Managers unterstützt Investoren beim Management ihrer Beteiligungen und professionellen Nachfolgeregelungen.

Kontakt:

goetzpartners Management Consultants GmbH
Manuela Nikui
Director Marketing/PR
Prinzregentenstr. 56
80538 München
Tel.: +49 89 29 07 25-117
Fax: +49 89 29 07 25-215
Email: nikui@goetzpartners.com
www.goetzpartners.com