

PRESSEMITTEILUNG

goetzpartners-Analyse: Hervorragende Wachstumsaussichten für Kabelnetzbetreiber in Europa

München, 11. Mai 2010. Der Markt der Kabelnetzbetreiber in Europa ist seit 2005 um ca. 8 Prozent pro Jahr gewachsen. Diese positive Entwicklung lässt sich in den kommenden Jahren fortsetzen, wenn es den Kabelnetzbetreibern gelingt, ihre hervorragende Ausgangsposition im Plattformwettbewerb auch künftig in Umsatz und Marktanteile umzuwandeln. goetzpartners zeigt auf, mit welchen Strategien und Maßnahmen sich für Kabelnetzbetreiber binnen zwei Jahren EBITDA-Steigerungen bis zu 25 Prozent erzielen lassen.

Das Kabel ist als Multimediaplattform in fast allen EU-Ländern sehr gut positioniert und sowohl für den Wettbewerb mit anderen Plattformen als auch für die multimedialen Anforderungen der Konsumenten bestens gerüstet. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie von goetzpartners, in der die Kabelmärkte von EU-Ländern analysiert wurden. In den betrachteten entwickelten Kabelmärkten (25- bis 75-prozentige Kabelpenetration) ist die Zahl der kabelbasierten Internet- und Telefonieverträge seit 2005 um durchschnittlich 41 Prozent pro Jahr, die der Kabel-TV-Verträge um knapp 2 Prozent pro Jahr gestiegen. Aktuell liegt der Anteil der Kabel-TV-Haushalte an den Gesamthaushalten in 10 EU-Ländern bereits über 50 Prozent.

Vor dem Hintergrund des derzeit steigenden Bandbreitenbedarfs und der zunehmenden Konvergenz von Fernsehen, Internet und Telefonie prognostiziert goetzpartners auch in den nächsten Jahren eine Fortsetzung dieses Aufwärtstrends: „Kabel ist in den meisten Europäischen Ländern die Plattform, die als einzige TV/DigitalTV, Breitband-Internet und Telefonie aus einer Hand für die breite Masse anbieten kann. Außerdem bietet die Kabelplattform im DOCSIS 3.0 Standard die Möglichkeit, Bandbreiten von mehr als 100 MBit/s bereit zu stellen. Das ist vor dem Hintergrund des rapide ansteigenden Bandbreitenbedarfes ein deutlicher Wettbewerbsvorteil gegenüber der derzeit vorherrschenden xDSL-Technologie“, sagt Ulf Rieckhoff, Senior Manager bei goetzpartners.

In der vorliegenden Studie hat goetzpartners unter anderem die Netzabdeckung sowie die vertragliche Durchdringung des Netzgebietes, analysiert. Aus den Ergebnissen hat die Beratungsgesellschaft drei Wachstumsstrategien abgeleitet:

- **A: „Expand“:** Ausweitung des Netzgebietes, sofern die Penetration im bestehenden Netz relativ hoch und das Netzgebiet außerdem wirtschaftlich

sinnvoll erweiterbar ist. Dabei ist jedoch die Steigerung der Erlöse bei den bestehenden Kunden nicht zu vernachlässigen.

- **B: „Penetrate“:** Steigerung der vertraglichen Durchdringung innerhalb des bestehenden Netzgebietes.
- **C: „Leverage“:** Steigerung der Erlöse je Kunde (*average revenues per user*, ARPU), da sowohl die Netzerweiterung als auch die vertragliche Durchdringung weitgehend ausgereizt sind.

In Deutschland sind heute ca. 75 Prozent aller Haushalte kabeltechnisch erschlossen, was ca. 30 Millionen Haushalten entspricht. Nur 2/3 von ihnen (ca. 19 Millionen Haushalte) haben dabei aber einen Vertrag mit einem Kabelnetzbetreiber. "Die Strategie hierzulande muss also heißen, die vertragliche Durchdringung zu erhöhen und den ARPU zu steigern", sagt Dr. Alexander Henschel, Managing Director und Verantwortlicher für die Studie.

Zur Umsetzung der jeweiligen Wachstumsstrategien hat goetzpartners konkrete Optimierungsansätze entwickelt, die nach Einschätzung der Beratungsgesellschaft EBITDA-Steigerungen bis zu 25 Prozent in zwei Jahren erwarten lassen: Insbesondere ein umfangreiches und aktiv vermarktetes Angebot an digitalen Zusatzdiensten wie Digital TV, VoD, Internet und Telefonie, gezielte Maßnahmen zur Vertrieboptimierung und Effizienzsteigerung im Kundenservice sichern den Kabelnetzbetreibern die nachhaltigen Wertsteigerungen.

In Zukunft werden mit der fortschreitenden Digitalisierung und HD-Einspeisung Qualität und Sendervielfalt im Kabel zunehmend an die von Satellit und IPTV gewohnten Standards heranreichen. Weiterhin werden Kabelnetzbetreiber viele neue und zum großen Teil vollständig integrierte interaktive Features wie einen elektronischen Programmguide (EPG) Video-on-Demand (VoD), Time Shift, Catch-up-TV, Personal Video Recorder (PVR) etc. anbieten. "Kabelnetzbetreiber werden künftig auch vermehrt als Content-Aggregatoren auftreten, um mit selbst geschnürten Pay-Paketen Zusatzerlöse zu generieren und Kunden anzuziehen", so Henschel.

Über goetzpartners (www.goetzpartners.com)

goetzpartners ist ein führendes unabhängiges europäisches Beratungsunternehmen, das M&A-Beratung (Mergers & Acquisitions) und Management Consulting 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, Madrid, Moskau, Paris, Prag und Zürich sowie Kooperationen in New York, Los Angeles, San Francisco, Bangalore,

Mumbai und Budapest vertreten. Fokus von goetzpartners Corporate Finance ist die Beratung bei M&A-Transaktionen. goetzpartners Management Consultants ist spezialisiert auf die Beratungsschwerpunkte Strategie, Organisation, Operational Excellence, Marketing und Vertrieb, Restrukturierung und Strategic Due Diligence. goetzpartners ist „Hidden Champion“ 2009 in den Beratungssektoren Strategische Due Diligence, Finanzierungs- und Mergerstrategien sowie Post-Merger-Integration (Corporate-Finance-Beratung). (Studie „Hidden Champions des Beratungsmarktes“, Wissenschaftliche Gesellschaft für Management und Beratung (WGMB), Prof. Dr. Dietmar Fink, 2009).

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