

PRESSEMITTEILUNG

Fibre to the Home:

Neue Geschäftsmodelle für Energieversorger im Breitbandausbau

12. November 2010. Der Wandel zu Kommunikationsgesellschaft wird zunehmend massive Investitionen in schnelle Datenautobahnen erfordern. Ein flächendeckender Ausbau der Glasfaserinfrastruktur würde immense Investitionen verschlingen – Schätzungen weisen bis 60 Milliarden Euro aus. Ein solches Investitionsvolumen kann nur unter Einbindung einer Vielzahl von Partnern aufgebracht werden. Neben den Verteilnetzbetreibern verfügen dabei vor allem die Energieversorgungsunternehmen (EVU) aufgrund ihrer flächendeckenden Infrastrukturen über eine hervorragende Ausgangsposition, um sich diesen Markt als neue Erlösquelle zu erschließen. Das ist das Ergebnis einer umfangreichen Analyse von goetzpartners.

Datenintensive Services wie Video-Conferencing, Online Games oder Cloud Computing haben das Datenvolumen im Internet explodieren lassen. Geht man heute von einer durchschnittlich verfügbaren Bandbreite von 1 MBit/s aus, werden in weniger als 20 Jahren 1 GBit/s Standard sein. Die Bundesregierung fordert in ihrer Breitbandinitiative, dass bis 2014 75 Prozent aller Haushalte mit einem Anschluss von mindestens 50 MBit/s versorgt sind. Treiber dieses Bandbreitenbedarfs sind die zunehmende Verbreitung von Videoanwendungen wie HDTV im Bereich Video-on-Demand und Online Gaming sowie datenintensive Anwendungen wie Video-Conferencing, Network Attached Storage und Cloud Computing. Die für diesen enormen zukünftigen Breitbandbedarf notwendigen Datenraten wird man langfristig nur über eine glasfaserbasierte Infrastruktur (Fibre-to-the-Home, Fibre-to-the-Building oder Hybrid Fibre Coax) zur Verfügung stellen können.

Die infrastrukturellen Voraussetzungen durch den spartenübergreifenden Ausbau der verschiedenen Netze bieten für Energieversorger die ideale Ausgangsposition für ein Engagement im Glasfaserausbau, zumal zahlreiche EVU bereits in der Vergangenheit Erfahrungen in der Telekommunikationsbranche gesammelt haben.

Startvorteile für EVU

- **Eigene Glasfasernetze und Leerrohrkapazitäten.** In die vorhandenen Schächte bzw. Leerrohre, die in Ballungsräumen und dicht besiedelten Gebieten bis zur Haustür des Endkunden reichen, können Glasfaserkabel mit Druckluft zu etwa 5 bis 15 Euro pro Meter eingeblasen werden. Zum Vergleich: Das Vergraben von Glasfaserkabeln kostet je nach Bodenbeschaffenheit ansonsten zwischen 30 und 70 Euro je Meter. Zusätzlich verfügen viele EVU/VNB bereits über weitverzweigte Glasfasernetze, die bis dato nicht ausgelastet sind und für den Breitbandausbau zur Verfügung stehen.
- **Vorhandene Wegerechte.** Für den Glasfaserausbau sind zwingend umfangreiche Wegerechte erforderlich. Da die EVU diese bereits für die Energieversorgung besitzen, entfallen für sie aufwändige Beratungs- und Genehmigungsverfahren bzw. müssen keine Wegerechte von Dritten eingeräumt werden.
- **Erfahrung und Synergien in Netzplanung, Tiefbau und Leitungsverlegung.** Mit ihren umfangreichen Kenntnissen können EVU einen realistischen Businessplan aufstellen und den Netzausbau kostenoptimiert betreiben. Durch die Nutzung von Leerrohren und Synergien bei der Mitverlegung von Glasfaserkabeln lassen sich mehr als 20 Prozent der Investitionen einsparen.
- **Kooperation mit den Kommunen.** Kommunen steigern durch eine zukunftsfähige Breitbandinfrastruktur ihre Attraktivität für Unternehmen und Bürger, ein weiteres

substanzielles Argument für die reibungslose und effiziente Zusammenarbeit mit EVU und VNB.

- **Nähe zum Endkunden.** EVU verfügen bereits über flächendeckende Beziehungen zu Endkunden. Sie können ihre Kundenbeziehungen ausbauen, in dem sie eine um Telekommunikationsprodukte erweiterte Palette von Dienstleistungen anbieten.

„Ihre ausgezeichnete Infrastruktur ist für EVU Gold wert“, sagt Dr. Alexander Henschel, Managing Director und Verantwortlicher für die Studie. Dies gilt aber nur, wenn es gelingt, den Breitbandausbau wirtschaftlich zu betreiben, eine Herausforderung, die nur zu bewältigen ist, wenn der Ausbau in einem integrierten Geschäftsmodell erfolgt, das auf einer klaren Positionierung in der Wertschöpfungskette fußt, lokale Gegebenheiten differenziert berücksichtigt und eine durchdachte Vertriebsstrategie beinhaltet. Nach den Ergebnissen der Studie von goetzpartners bieten sich dabei für EVU verschiedene Positionierungsalternativen, die sorgfältig vor dem Hintergrund der folgenden fünf Erfolgsfaktoren zu analysieren sind.

Erfolgsfaktoren im Breitbandausbau

- **Geografische Parameter des Ausbaugesbietes.** Ein entscheidender Kostenfaktor sind noch notwendige Investitionen in Verteilnetz und Hausanschluss, also in die passive Infrastruktur. Diese liegen pro Wohnung in der Großstadt 70 Prozent unter den Kosten in ländlichen Gebieten.
- **Technische Realisierung der Ausbaustrategie.** Mit der Nutzung innovativer Verlegeverfahren können deutliche Kosteneinsparungen realisiert werden.
- **Zukunftsorientiertes Produktportfolio.** Hohe Bandbreiten ermöglichen das Angebot innovativer Produkte wie 3D und HDTV für Privat- oder NAS (Network Attached Storage) für Geschäftskunden. Für Energieversorger ergeben sich dadurch kerngeschäftsnahe Zusatzpotenziale, von Smart Metering bis hin zum Smart Grid.
- **Vertriebliche Erfolgsfaktoren.** Um eine gute Wettbewerbsposition zu erreichen, spielen Wettbewerbsintensität, Vorvermarktung und Vertrieb für die Wohnungswirtschaft eine entscheidende Rolle. Wenn bereits hoher Wettbewerbsdruck herrscht, werden sich Investitionen in den Breitbandausbau kaum nachhaltig auszahlen.
- **Intelligente Wholesale-Strategie.** Anbieter haben zu prüfen, ob sie als Netzbetreiber das Netz alleine bewirtschaften oder es alternativ auch anderen Dienste-Anbietern öffnen. Das Potenzial für den Netzbetreiber liegt jedenfalls in einer verbesserten Netzauslastung und zusätzlichen Einnahmen aus dem Wholesale-Geschäft

„Wenn Energieversorger schnell genug reagieren, können sie sich die Pole Position im Glasfaserausbau sichern“, so Patrick Jung, Senior Manager bei goetzpartners und Autor der Studie.

Über goetzpartners

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 internationalen Kooperationen vertreten.

goetzpartners Management Consultants ist spezialisiert auf die Beratungsschwerpunkte Strategie, Organisation, Operational Excellence, Marketing und Vertrieb, Restrukturierung und Strategic Due Diligence. Fokus von goetzpartners Corporate Finance ist die Beratung bei M&A-Transaktionen. 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

nikui@goetzpartners.com

www.goetzpartners.com