



Paneldiskussion „Geschäftsmodelle im Triple Play“
Tagung des Münchner Kreises

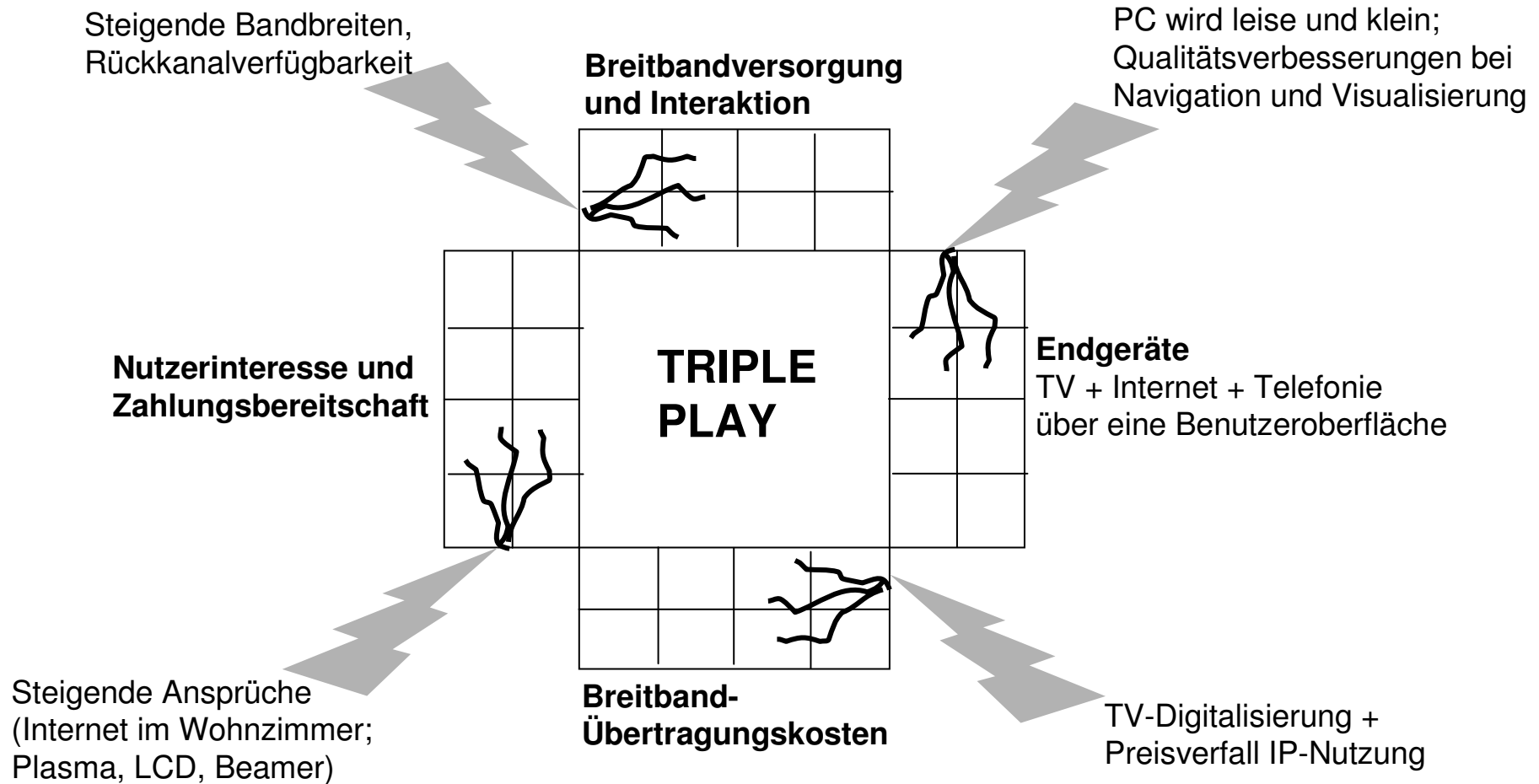
Wolfgang Kasper
10. Mai 2006

Erfolgsfaktoren für Triple Play

- Preisvorteil
- Angebots- und Preistransparenz
- Gewohnte Angebote und „mehr“
- Flexibilität (keine langfristige Bindung)
- Investitionssicherheit (Hardware, Infrastruktur)
- Einfachheit bei der Bedienung und Nutzung
- Interaktivität („Mitmach-TV“)
- **Attraktivität von Entertainment und Inhalten**

- ▶ Kundenbedürfnisse erfüllen und wecken
- ▶ Mensch-Maschine-Interface im Wohnzimmer

Wesentliche Mauern fallen



Triple Play ermöglicht:

- Neue Distributionskanäle (zusätzliche Verbreitungswege)
- Neuartige Fernseh-, Video- und Mediendienste
- Erweiterung der Interaktivität (Mitmach-Formate)
- Ausbau der Kundenbeziehungen

RTL unterstützt die Marktteilnehmer

- **TV-Programme der Senderfamilie für die digitale Verbreitung**
- **Vermarktung = Reichweite und Marketing-Power**
- **Kaufanreize durch erweiterte Angebote**
- **Einbringen von Know-How: Programm und Usability (User-Interface)**

- ▶ **Connectivity ist Voraussetzung für ein neues Entertainment-Erlebnis**
- ▶ **RTL unterstützt proaktiv Triple Play**