

„Wechselnde Rollen: Wie aus „Triple Play“ neue Geschäfts- und Kundenbeziehungen entstehen“



Ein neuer Markt entsteht



.....**T**.....Online.....

Wandel im Telekommunikationsmarkt



..... **T** ..Online..

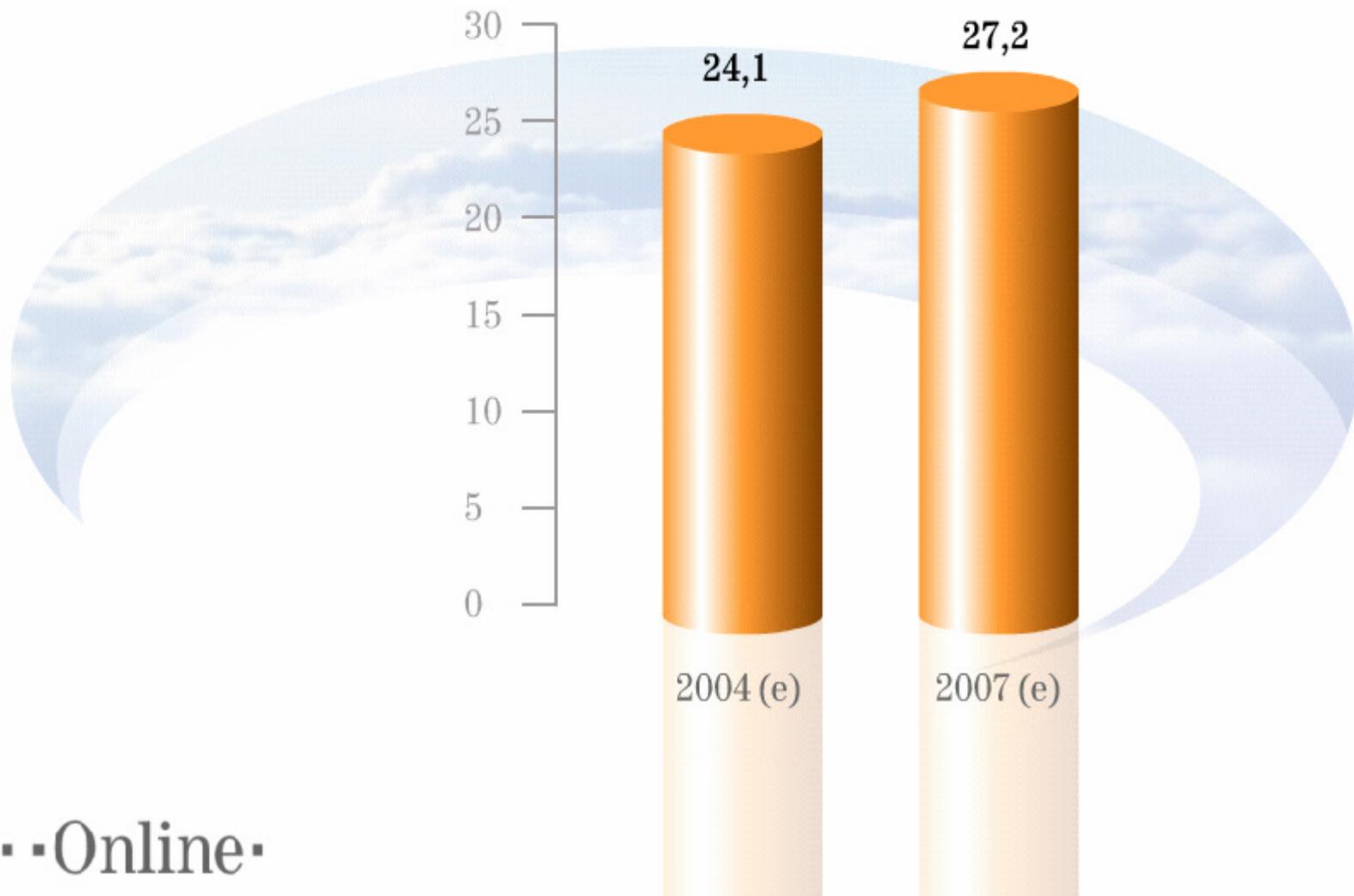
Wandel im Telekommunikationsmarkt

Telekommunikation ◊ Markt Deutschland ◊ Privatkunden ◊ Mrd. €

◊ ◊ ◊ ◊ **T** ◊ ◊ Online ◊

Wandel im Telekommunikationsmarkt

Telekommunikation · Markt Deutschland · Privatkunden · Mrd. €



Der Medienmarkt im Umbruch



Der Medienmarkt im Umbruch

Das Internet hat zu neuem Verbraucherverhalten geführt:

Die Kundenbedürfnisse werden individueller und spezieller.

- » Jeder einzelne Konsument bestimmt, wann und wo er welche Medien nutzen möchte.
- » Der Nutzer will unabhängig sein von vorgegebenen Programminhalten und Sendezeiten.

Erste These:
Der Markt wird jetzt gestaltet!



Die Zeit ist reif für Triple Play



..... **T** ..Online..

Blick auf Europa – der Markt entwickelt sich

Wer spielt mit in Europa?



... **T** ... Online ...

Blick auf Europa – der Markt entwickelt sich

Wer spielt mit in Europa?



Blick auf Europa – der Markt entwickelt sich

Wer spielt mit in Europa?

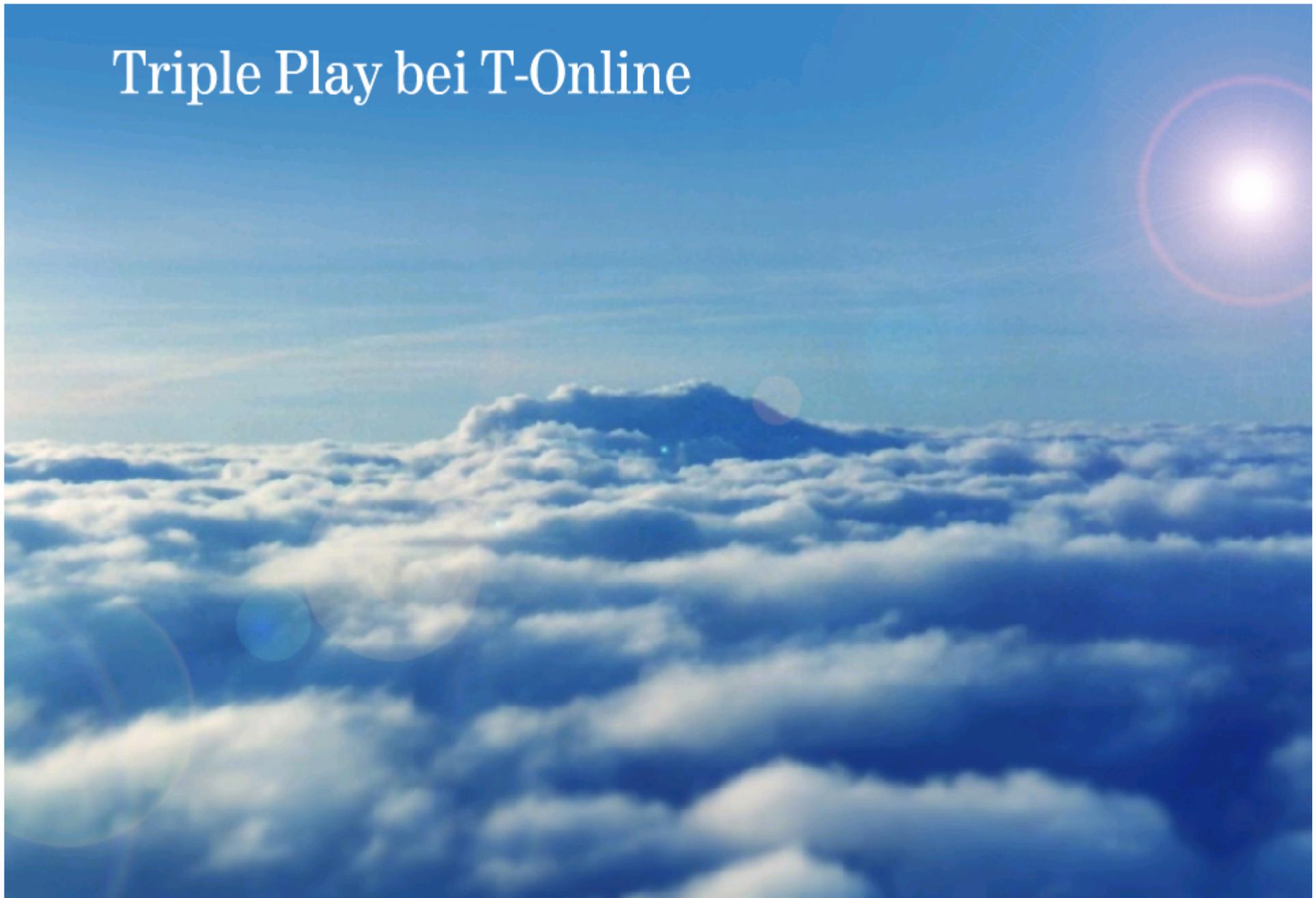
FASTWEB

- Basis TV: Angebot von 15 digitalen Kanälen
- Pay-TV / VoD: E.bisMedia mit Pay-TV und Pay per View
- Zeitversetztes Fernsehen: Netzbasierter VCR inkl. 24 Std. TVoD
- TV-/PC-Kommunikation: E-Mail und Videokonferenz



... **T** ... Online ...

Triple Play bei T-Online



... **T** ... Online

Zweite These: „Triple Play“
bringt hohen Mehrwert für Kunden



Zweite These: „Triple Play“ bringt hohen Mehrwert für Kunden

- » Günstig und einfach telefonieren
- » Schneller und sicherer Internetzugang
- » Verbesserung des heutigen Fernsehens:
 - Mehr und bessere Inhalte - aber nicht mehr Programme
 - Mehr Komfort und Unabhängigkeit wie beispielsweise Filme auf Abruf

Zwei Erfolgsfaktoren bestimmen den Wettbewerb



Zwei Erfolgsfaktoren bestimmen den Wettbewerb

1. Attraktive Preise schaffen den Markt.
2. Nachfragetreiber sind einzelne Dienste wie günstiges Telefonieren (VoIP) und Kino auf Knopfdruck (VoD).

Dritte These: Wettbewerbsdifferenzierung erfolgt über Premium-Inhalte.

Die wichtigsten Content-Bereiche sind:

- » Film
- » Musik
- » Spiel
- » Sport

Beispiel Film

... **T** ... Online ...

Beispiel Musik

... **T** ... Online ...

Beispiel Spiele

... **T** ... Online ...

Fazit: Win-Win durch Bundling



Fazit: Win-Win durch Bundling

Anbietersicht:

- » Verlagerung des Wettbewerbs von der Einzeltransaktion auf das System
- » Cross-Selling-Potenziale
- » Abschöpfen von Preisbereitschaften/Marktsegmentierung

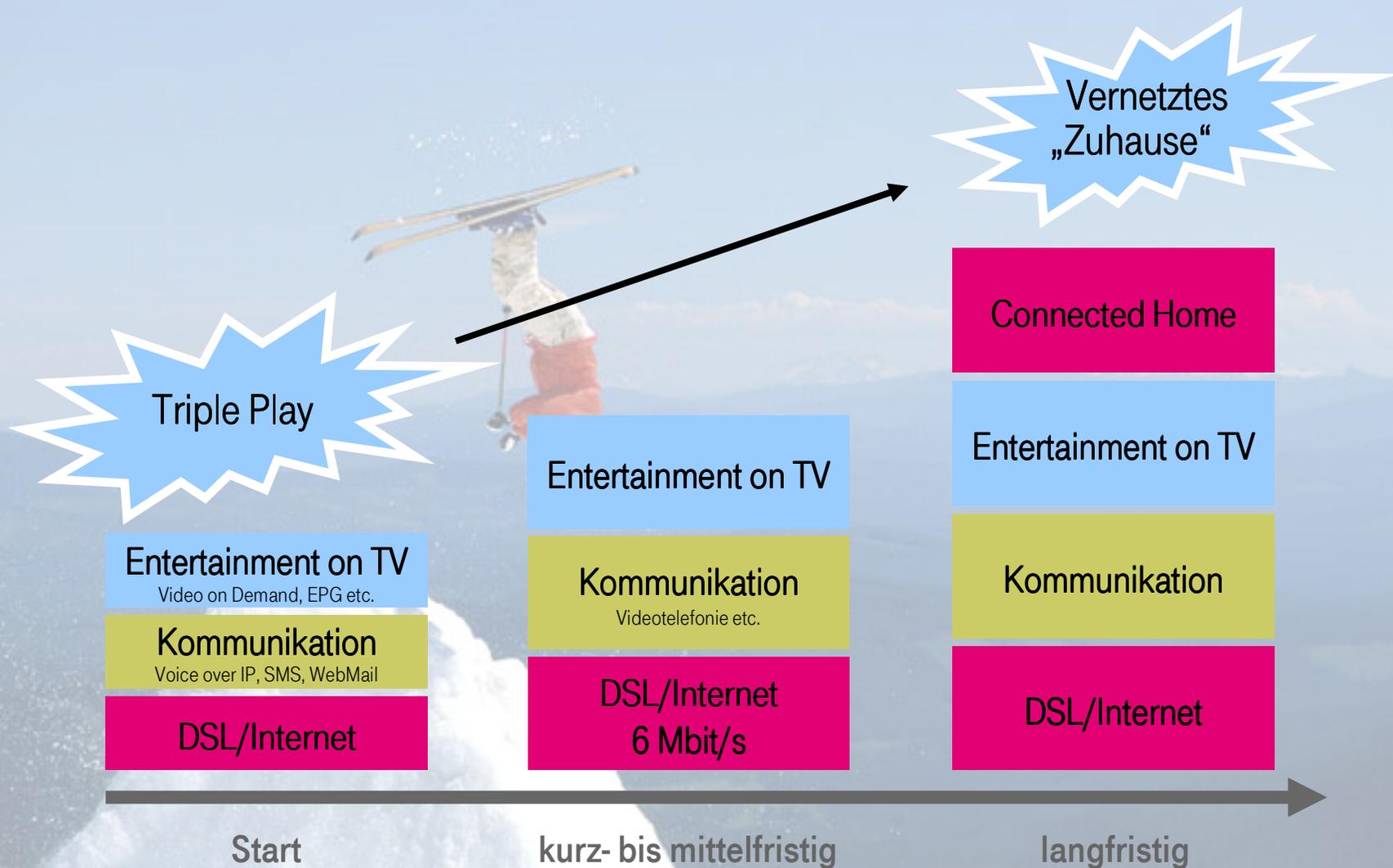
Kundensicht:

- » mehr Komfort
- » leichte Benutzung
- » alles aus einer Hand mit einer Rechnung

Ausblick – unsere Vision



Ausblick - unsere Vision



Das vernetzte Zuhause: Beispiel T-Com Haus

... T ... Online ...

Zusammenfassung



Zusammenfassung

- » Breitband wird im Zusammenhang mit Triple-Play-Angeboten Wachstum besonders für die Telekommunikationsunternehmen bringen
- » Der Markt wird **jetzt** gestaltet: Wer ihn erobern will, braucht einen guten Preis für die Bundles und attraktive Dienste
- » Die **Wettbewerbsdifferenzierung** zwischen den einzelnen Triple-Play-Anbietern erfolgt über den **Premium Content**
- » Kooperationen mit Content-Anbietern sind unverzichtbar
- » Triple Play bietet Anbietern und Kunden enorme **Vorteile**
- » Digitale Inhalte erobern vom PC nun das Wohnzimmer und langfristig das **ganze Haus**

A close-up photograph of a person's hands holding a dark, reflective metal pan. Inside the pan, a small, bright orange-gold nugget is visible. The pan's surface is highly reflective, showing distorted reflections of the hands and the surrounding environment. The lighting is dramatic, highlighting the texture of the metal and the metallic sheen of the nugget.

Freuen wir uns auf diese Chancen!