



**Ein Kabel - alles drin.**

| Fernsehen | Radio | Internet |

**Werner Scheuer**

**Wie verändert die Digitalisierung  
die Rundfunk- und Fernsehmärkte:  
Geschäftsmodelle und  
Wertschöpfungsketten**

**Münchener Kreis**

**21.11.2002**



- Bosch Breitbandnetze
- Geringes Content-Angebot
- Königsweg: Transport-Modell
- Netzbetreiber in Vorleistung getreten
- Hindernisse für Netzausbau
- Bedeutung des Breitbandkabels
- Wettbewerbsorientierte Politik gefragt



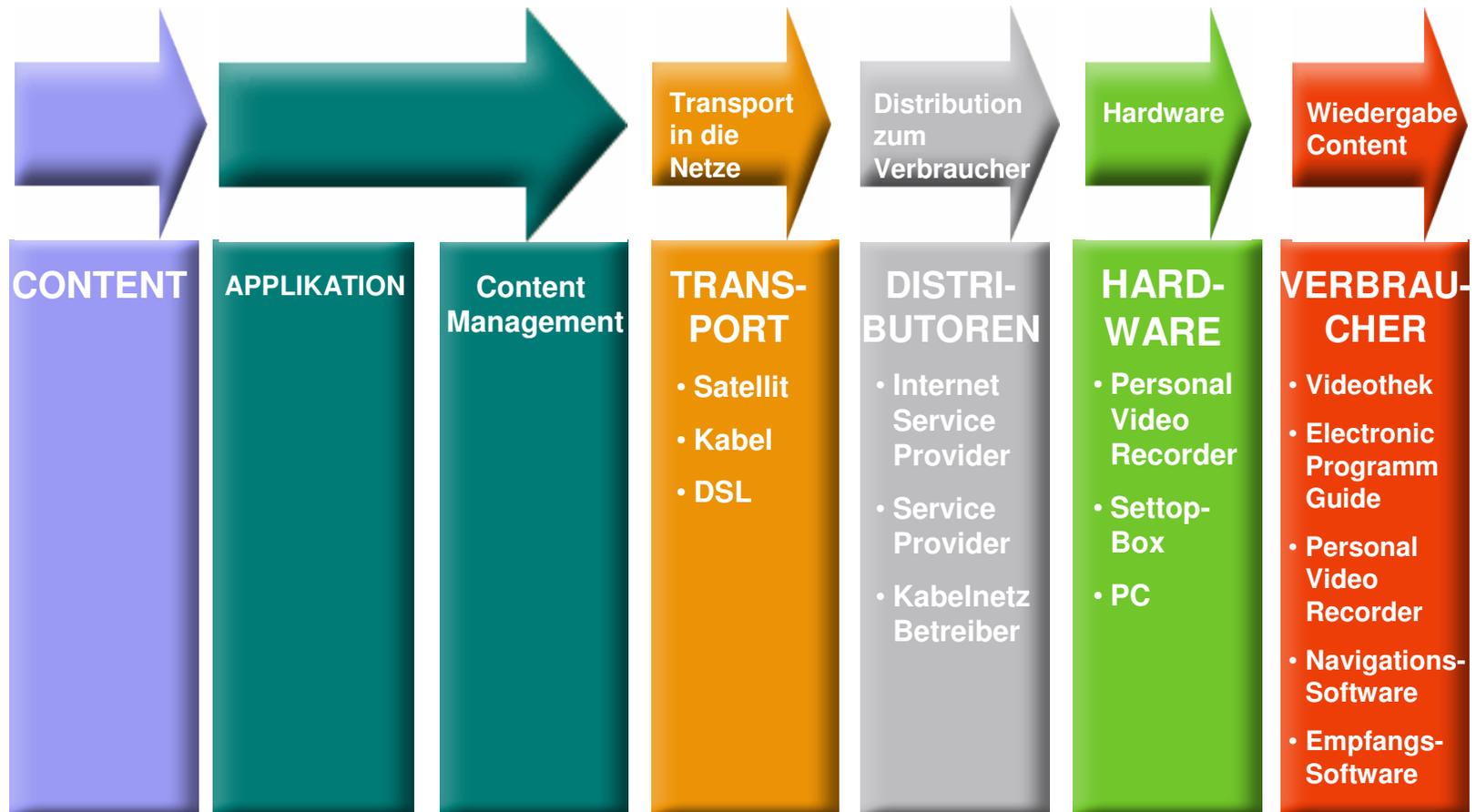
- Bosch Breitbandnetze GmbH betreibt in Deutschland umfangreiche Breitbandkabelnetze
- Schrittweiser Ausbau zu hochleistungsfähigen Multimedianezen
- Die wichtigsten Vorteile des Kabelanschlusses:
  - Konkurrenzlos große Kapazitäten – auch für Internet und Telefonie
  - Beste Qualität
  - Zuverlässige Versorgung
- Beispiel: Bosch-Netz in Hagen mit Kapazität für 54 analoge, mehrere hundert digitale Fernseh- und 33 UKW-Radio-Programme sowie sehr schnellen Internet-Zugang.



- Den enormen Kapazitäten steht ein (derzeit noch) geringes Angebot auf der Content-Seite gegenüber.  
Dies gilt vor allem für internet-basierte Dienste.
- Die Kunden sind nur dann bereit mehr Entgelt zu bezahlen, wenn sie zusätzliche attraktive Dienste bekommen.
- Eine flächendeckende Verbreitung der digitalen Angebote wird vor allem von neuen attraktiven Inhalten vorangetrieben. Es reicht nicht, bisherige analoge Programme digital zu übertragen.
- Bosch sieht sich nicht als Content-Anbieter, sondern bietet eine neutrale Plattform, die allen Dienstleistern zur Verfügung steht.
- Die Auswahl der zu übertragenden Inhalte wird eng mit den Kunden der Wohnungswirtschaft abgestimmt.



- Das Transport-Modell ist für Netzbetreiber der Weg, der allen Interessen am besten gerecht wird.
- Die Position des Netzbetreibers ist somit eindeutig festgelegt und verhindert Zielkonflikte mit anderen Gliedern der Wertschöpfungskette.  
(Aber: Nicht alle Netzbetreiber positionieren sich so klar.)
- Das Transport-Modell ist die beste Voraussetzung für die Realisierung unterschiedlicher, diensteabhängiger Geschäftsmodelle.
- Aber: **Man sollte den Bären erst vor Augen haben bevor man sein Fell verteilt.** Leider haben wir ihn trotz intensiver Bemühungen noch nicht gesehen.





- Die Netzbetreiber haben hohe Summen in den Ausbau ihrer Kabelnetze investiert und sind dabei in Vorleistung getreten.
- ANGA-Erhebung:  
In 2002 investieren die Mitglieder allein in den Aus- und Aufbau ihrer Netze rd. 270 Mio. Euro.
- Der Ausbau der Netze orientiert sich am Bedarf der Kunden und zunehmend an den Wünschen der Inhalteanbieter.



- Fehlender Content für Breitbandnetze (Henne/Ei-Problem)
- Unklarheit über Erwerber der DTAG/KDG Netze und deren Ziele:
  - Geschäftsmodell, Ausbaustrategie, Kooperationsbereitschaft, Verweildauer in diesem Geschäft
- Wettbewerbsverzerrung durch Subventionierung von DVB-T trotz:
  - begrenzter Übertragungskapazität
  - extrem hoher Kosten pro Haushalt (Faktor 100 ggü. Kabel)
  - geringer Eignung für mobile Dienste
  - höherer Strahlenbelastung als bei analoger Übertragung
- Unverständliche Urheberrechtsforderungen von Programmanbietern



- Die Digitalisierung verändert die Hörfunk- und Fernsehwelt nicht grundlegend, ermöglicht aber mehr und neue und technisch gesehen bessere Angebote.
- Wie jüngste Studien zeigen, stellt das Kabel den wirtschaftlichsten Weg dar, um digitale Angebote voranzubringen.

Kosten pro Fernsehprogramm je nutzende Wohneinheit<sup>1)</sup>:

- Kabel	0,14 Euro
- Satellit	0,49 Euro
- DVB-T	24,50 Euro

<sup>1)</sup> Quelle: Prism Consulting, Düsseldorf



- Die erforderlichen Investitionen der Netzbetreiber müssen sich wirtschaftlich rechnen.
- Die jüngsten Erfahrungen zeigen:  
Ausbaupläne ins Blaue hinein nutzen niemandem.

### **WICHTIG:**

**Alle Marktpartner sollten die Voraussetzungen dafür schaffen, dass die leistungsfähigste Infrastruktur für die Verbreitung digitaler Angebote weiter ausgebaut werden kann.**

**Die Politik sollte den Ausbau durch geeignete Rahmenbedingungen begleiten und nicht durch Subventionen den Wettbewerb verzerren.**