



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



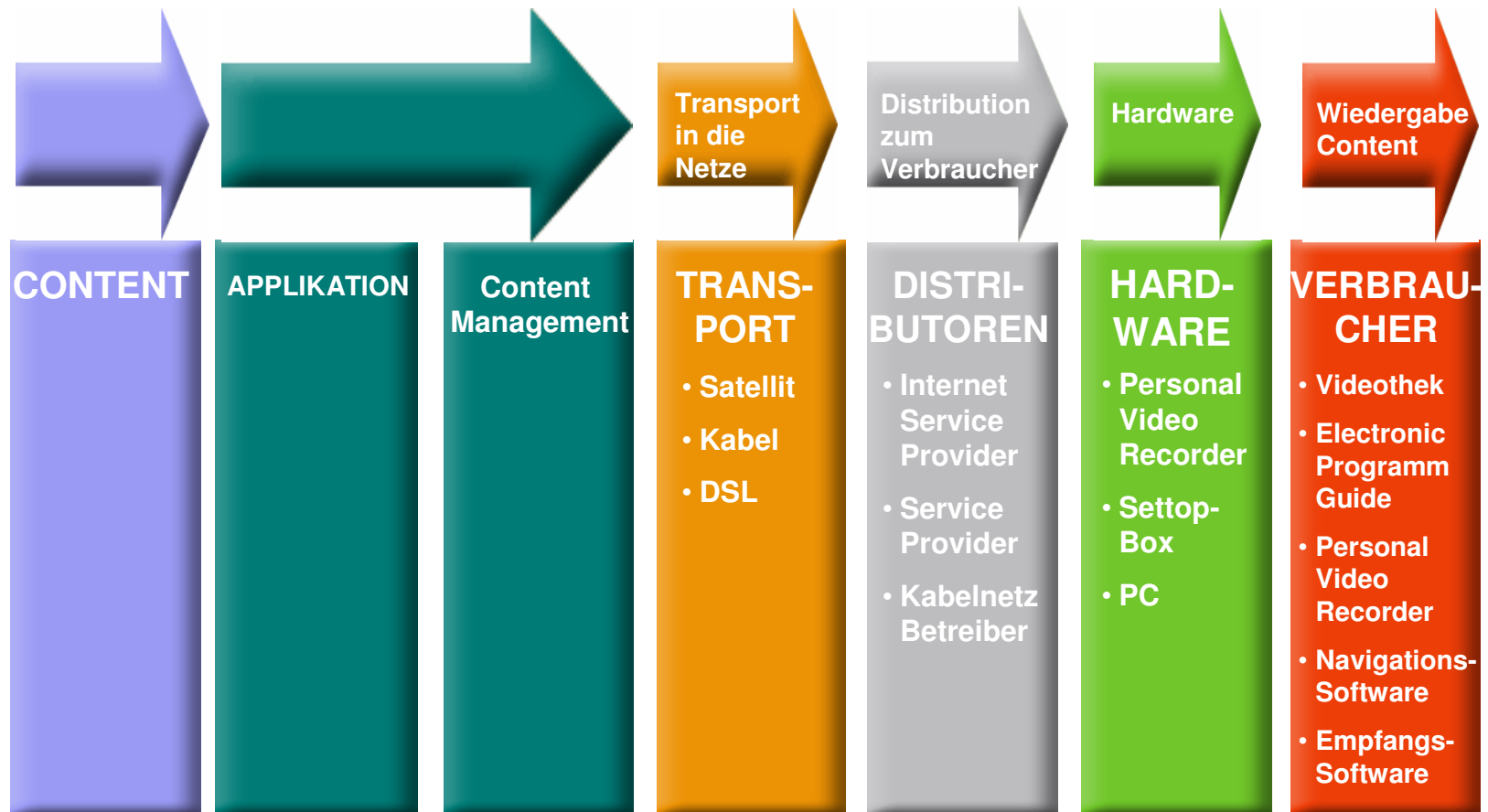
- Bosch Breitbandnetze GmbH betreibt in Deutschland umfangreiche Breitbandkabelnetze
- Schrittweiser Ausbau zu hochleistungsfähigen Multimedianezen
- Die wichtigsten Vorteile des Kabelanschlusses:
 - Konkurrenzlos große Kapazitäten – auch für Internet und Telefonie
 - Beste Qualität
 - Zuverlässige Versorgung
- 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.





IV. Netzbetreiber in Vorleistung getreten

BOSCH

- 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 Wohneinheit¹⁾:

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

¹⁾ 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.