

# **Fernsehen 2011: Alles Digital - außer Kabel?**

## **Digitalisierung aus Sicht der Kabel Deutschland**

Dr. Christoph Clément

General Counsel – Mitglied der Geschäftsleitung

München, 13. Mai 2009



**Kabel Deutschland**

# ▶ Zweck der Digitalisierung



Kabel Deutschland

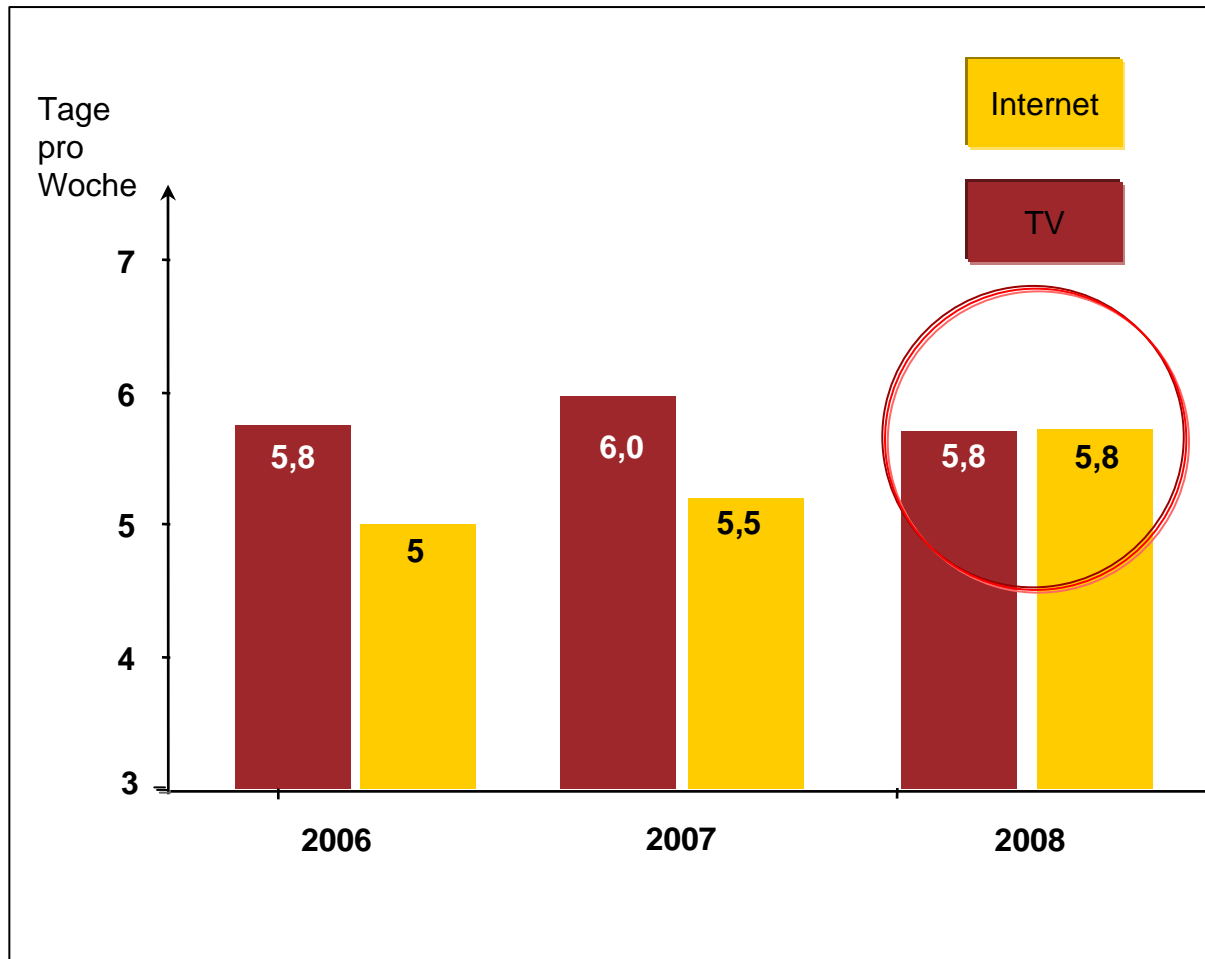
- Überwindung von Kapazitätsengpässen, um vielfältigen Inhalten den Zugang zum Endverbraucher zu geben
- Mehr Wahlmöglichkeiten für den Verbraucher: Zeitsouveränität und Individualisierbarkeit
- Ermöglichung neuer Geschäftsmodelle vor allem durch die Rückkanalfähigkeit
- Kostenersparnis für Anbieter und Netzbetreiber
- Mehr Wettbewerb und Innovation im Interesse des Verbrauchers

# ▶ Mediennutzung: Internet holt TV ein

## Fernseh- vs. Internet-Konsum der 25-34 Jährigen in Deutschland



Kabel Deutschland



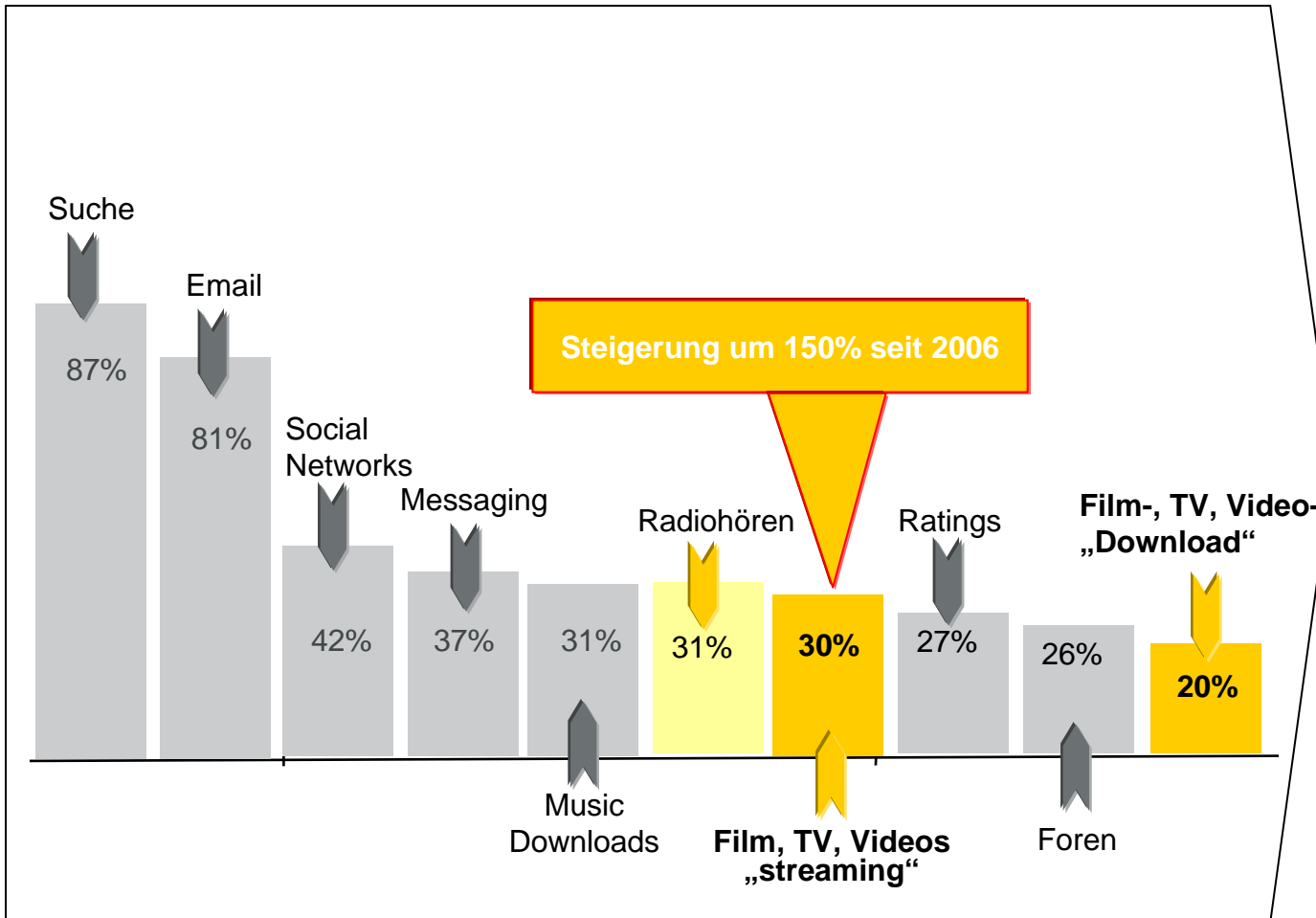
- 86% der 25-34 Jährigen nutzten 2008 das Internet wöchentlich (+ 10% seit 2007)
- Stundenzuwachs für Internetnutzung pro Woche betrug 2008 + 25% seit 2007
- Gleichstand bei Fernseh- und Internetnutzung nach Tagen (+ 5% vs. 2007)

Quelle: EIAA Mediascope Europe, Media Consumption Study 2008

# ▶ TV-Nutzung unter den Top Ten der Online-Aktivitäten



Kabel Deutschland



- Die Zahl der Nutzer von TV, Filmen oder Videoclips ist seit 2006 um 150% gestiegen
- TV-Nutzung geht zurück
  - 48% der 16-24 Jährigen sehen weniger TV
  - 40% insgesamt sehen weniger TV
- Nach YouTube sind die Webseiten von ProSiebenSat.1 und der RTL-Gruppe die meistbesuchten Videoseiten in Deutschland

Quellen: EIAA Mediascope Europe, Media Consumption Study 2007/2008; www.comscore.com

# ▶ Was hat Kabel Deutschland seit Übernahme von DTAG erreicht? (1)



Kabel Deutschland

- Das Kabel ist zu 100% digital. Jeder Kunde kann das digitale Angebot von Kabel Deutschland beziehen
- Alleine seit 2005 Investitionen von über 1 Milliarde Euro, v.a. in Rückkanalfähigkeit und deutliche Kapazitätserweiterung für TV (Schaffung von zusätzlichen 60-70 digitalen Programmplätzen)
- 2004 Einführung von Abo-TV „Kabel Digital Home“
- Anfang 2006 Vermarktung digitales FreeTV: Heute über 100 Sender – soviel Vielfalt wie nie!
- Seit 2006 für direkte Neukunden ausschließlich digitaler Kabelanschluss mit kostenlosem Receiver und bis zu 3 Smartcards
- Weiterer Mehrwert: Pay per View und digitaler Video Recorder
- Einspeisung HD-Programme (Premiere, Anixe)
- 80% der Haushalte rückkanalfähig mit Standardprodukt 32 MBit/s aufgerüstet



**Konsequente Förderung der Digitalisierung durch massive Investition in das Kabelnetz und neue Produkte**

# ▶ Was hat Kabel Deutschland seit Übernahme von DTAG erreicht? (2)



Kabel Deutschland

...das heißt in Zahlen

- 15,3 Mio. Haushalte erreichbar
- ca. 12 Mio. Haushalte für Internet und Telefonie aufgerüstet
- 9,1 Mio. Haushalte angeschlossen
- 1,4 Mio. digitale TV Kunden
- 700.000 Internet Kunden, davon 485.000 ohne Smartcard
- Durchschnittlicher Digitalisierungsgrad rd. 25 %\*
- Digitalisierungsgrad nach Art der Kundenbeziehung\*\*
  - direkte Kunden – rd. 40%
  - Wohnungswirtschaft – rd. 12%
  - NE4 – rd. 5%

\* inkl. Schätzung Premiere Kunden

\*\* exkl. Premiere Kunden

# ▶ Hemmnisse für die Digitalisierung im Kabel



Kabel Deutschland

- Satellit und Kabel hatten ungleiche Startbedingungen: Bei Übernahme der KDG von DTAG lag Digitalisierung im Kabel bei 7%, der Satellit bereits bei rd. 30%
- Fragmentierung des Kabelmarktes
- Später Start des digitalen Free TV
- Verbraucher schätzen analoges Kabelfernsehen
  - rund 25% der Neukunden nehmen das Angebot des digitalen Receivers nicht an
  - analoges Programmangebot aus Kundensicht ausreichend
  - analoge Technik „Plug & Play“ ist bequem
  - einfaches Anschließen von Zweit- und Drittgeräten
  - Wohnungswirtschaft erwartet langfristige Analoggarantien
  - Neue Wettbewerber (Glasfaser!) bieten dauerhaftes und umfangreiches analoges Angebot für Wohnungswirtschaft

# ► Was ist zu tun?



Kabel Deutschland

Marktgetriebenes Vorgehen: Der Verbraucher muss von der digitalen Welt überzeugt werden

- Technologie vereinfachen
  - Markteinführung von CI Plus
- Mehrwert schaffen
  - Neue Angebotsformen wie Video on Demand
  - Neue Inhalte, z.B. HDTV vorantreiben
- Kommunikation verbessern
  - Bewerbung digitaler Angebote durch Programmanbieter
  - Start einer Digitalisierungskampagne

# Vielen Dank.

**Dr. Christoph Clément**  
**General Counsel – Mitglied der Geschäftsleitung**

Telefon: +49 (0) 89 960 10 172  
Telefax: +49 (0) 89 960 10 870  
christoph.clement@kabeldeutschland.de

**Kabel Deutschland GmbH**  
**Betastraße 6-8, 85774 Unterföhring**

München, 13. Mai 2009



**Kabel Deutschland**