



**G O L D M E D I A**

---

# **Infrastrukturwettbewerb im Breitbandmarkt**

---

***Situation in Deutschland und Europa***

*Berlin, Januar 2008*

*Redaktionsschluss: November 2007*

**Goldmedia GmbH**  
**Media Consulting & Research**

***Dr. Klaus Goldhammer, Michael Schmid,***

**Oranienburger Str. 27, 10117 Berlin, Germany**

**Tel. +49 30-246 266-0, Fax +49 30-246 266-66**

**Klaus.Goldhammer@Goldmedia.de**

**Michael.Schmid@Goldmedia.de**

# Inhalt

- 1. Executive Summary:  
Sechs Thesen/Erfolgsfaktoren im Breitbandmarkt**
- 2. Gesamtwirtschaftlicher Rahmen des Breitbandmarktes**
- 3. Situation in Europa**
  - 3.1 Einfluss der Wettbewerber und alternativer Infrastrukturen
  - 3.2 Bandbreitenentwicklung und Preisverfall
  - 3.3. Triple Play/IPTV
  - 3.4 Länder Case Studies: UK, BE, F, AT, CH
  - 3.5 Zwischenfazit: Konsolidierung im europ. Breitbandmarkt
- 4. Situation in Deutschland**
  - 4.1 Markt- und Wettbewerbsentwicklung im deutschen Breitbandmarkt
  - 4.2 Entwicklung von Preisen und Bandbreiten
  - 4.3 Konsolidierung des deutschen Breitbandmarktes
  - 4.4 Entwicklung von Kabel-Internet
  - 4.5 Case Studies Unternehmen: Versatel, Hansenet, NetCologne, EWE, M-net
  - 4.6 Zwischenfazit: Situation und Erfolgsfaktoren im deutschen Breitbandmarkt
- 5. Fazit: Ableitung von Erfolgsfaktoren**

# Executive Summary: Fünf Thesen für Erfolgsfaktoren im Breitbandmarkt

## 1 Breitband-entwicklung

Für einen gut entwickelten Breitbandmarkt ist die Markterschließung durch potenzielle Infrastrukturwettbewerber entscheidend!

## 2 Infrastrukturvielfalt

Im Breitbandmarkt bedeutet dies vor allem Wettbewerb der Netze und *verschiedenen* Infrastrukturen (DSL, Kabel, Wireless) und nicht nur Wettbewerb innerhalb einer Plattform. DSL-interner Wettbewerb und *Infrastrukturwettbewerb* in Kombination führen zum optimalen Marktergebnis.

## 3 Gilder's Law

Fallende Endkundenpreise bei gleichzeitig steigender Bandbreitennachfrage (Gilders Law!) erfordern eine laufende, kostenintensive Netzauf-rüstung bei den Breitband-Anbietern. Große Unternehmen haben hier bei *Skalenvorteile*.

## 4 Skaleneffekte

Durch Bündelung kleinerer Marktplayer wird es erst möglich, den frühe-ren Staatsmonopolisten (Incumbents) im Wettbewerb Paroli zu bieten.

## 5 Netzeffekte

Am Ende der Wachstumsphase lässt sich in vielen Märkten ein klarer Trend hin zur *Konsolidierung* der Netze erkennen.

Situation in Deutschland: Ein Wettbewerber „auf Augenhöhe“ des ehemaligen Staatsmonopolisten DTAG fehlt. Auch deshalb bleibt die Breitbandentwicklung hierzulande zurück.

# Volkswirtschaftliche Bedeutung von Breitband-Internet in Deutschland (PEST).

## Politische Bedeutung

- Bürger können sich schneller und ausführlich informieren – mehr Demokratie
- Bürger können leichter partizipieren an politischen Entwicklungen und
- Durch e-government können Verwaltungs-Prozesse wesentlich in Effizienz und Schnelligkeit gesteigert werden

## Ökonomische Bedeutung

- Zwischen Unternehmen können Daten schneller ausgetauscht werden: Deutlich effizientere Produktion
- Kosteneinsparungen durch Wegfall o. Optimierung aufwändiger Prozesse
- Wachstum durch E-Commerce
- Negativ: Schädigung von Wirtschaftsbereichen (Musikindustrie)

## Soziale Bedeutung

- Netzeffekte: In jungen Zielgruppen fast 100% Internet-Penetration – Das soziale Leben wird hier entscheidend verändert werden (Communities)
- Bessere/leichtere Kommunikation und Ideenaustausch, z.B. für Wissenschaft
- Negative Effekte: z.B. Pornografie wird Minderjährigen leichter zugänglich

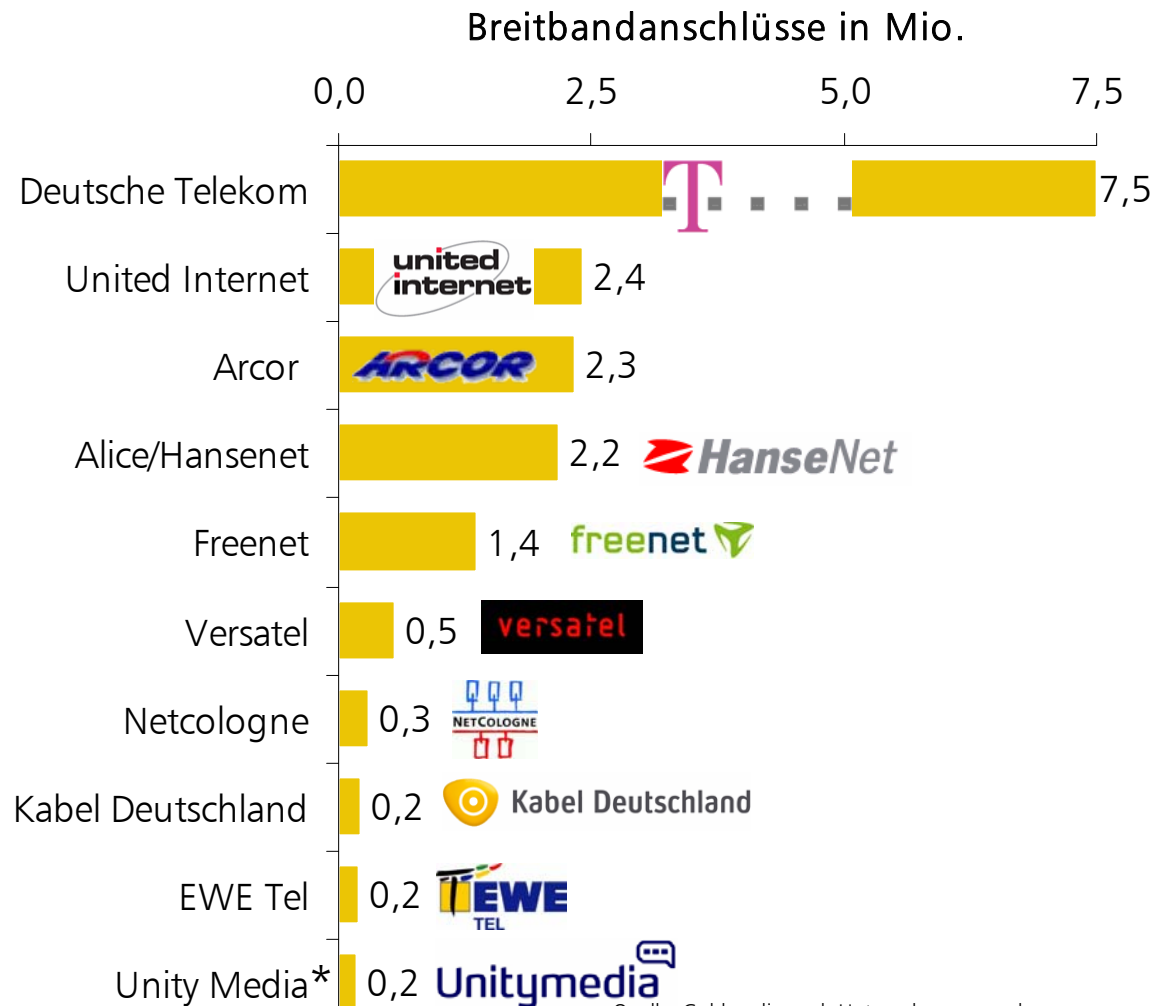
## Technologische Bedeutung

- Breitband-Internet wird zur Basis vorher nicht existenter Technologien, bspw. Vernetzung von Datenbanken und weltweiter Zugriff auf umfangreiches Datenmaterial
- Prozess- und Gerätesteuerung kann auch über große Entfernungen und ohne physische Anwesenheit erfolgen

# Lokale Stadtnetzbetreiber national kaum relevant – kein gleichberechtigter Wettbewerber der DTAG vorhanden



## Top 10 Breitbandanbieter in Dtl. 06/2007



Quelle: Goldmedia nach Unternehmensangaben, Schätzungen, \*abzgl. 54 Tsd. 128 kbps-Anschlüsse (MMA)

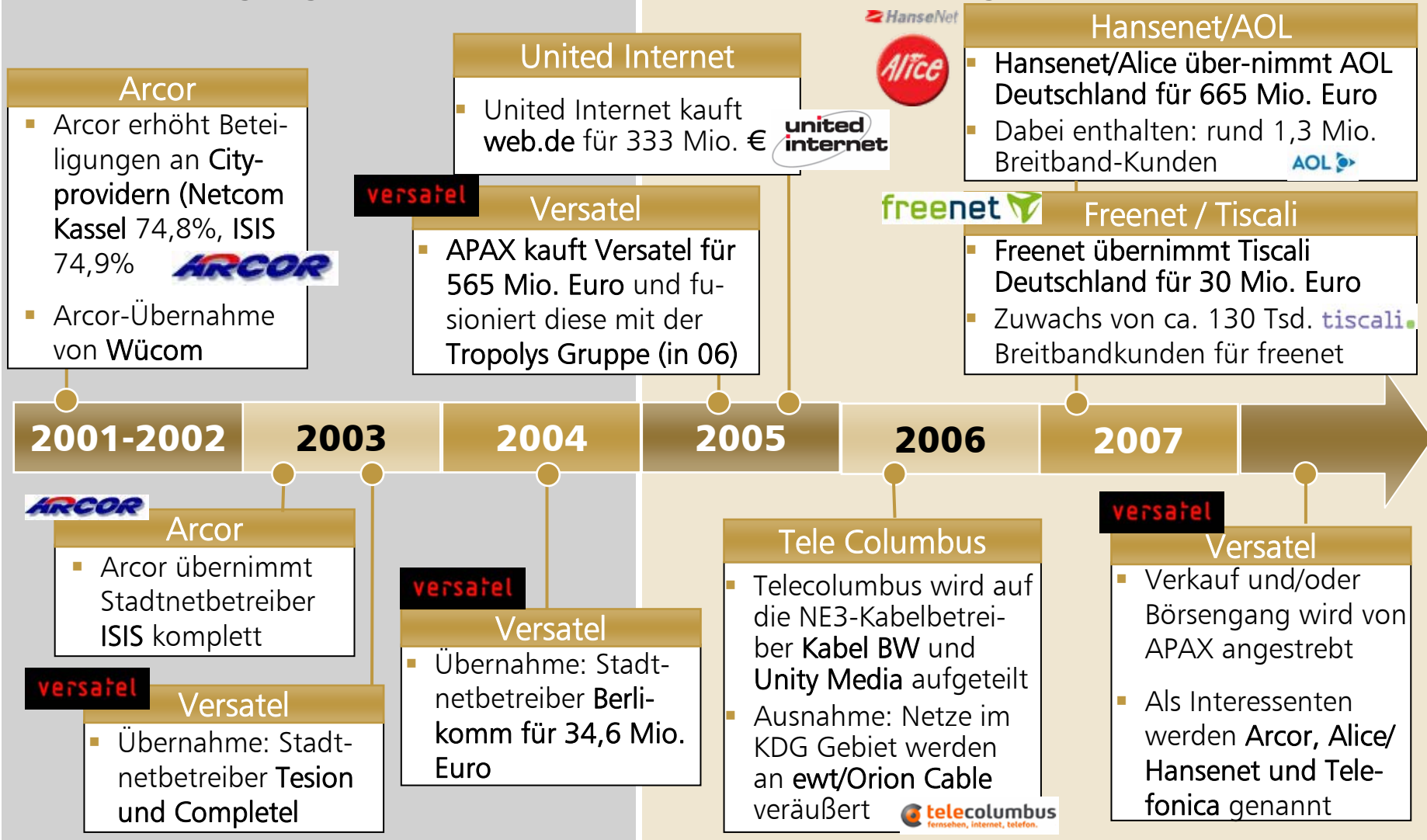
## Schlussfolgerung

- Kein alternativer Breitbandanbieter ist auf vergleichbarem Niveau mit DTAG – ungleicher Wettbewerb
- United Internet arbeitet vorwiegend mit Resale-Produkten des Incumbents
- Stadtnetzbetreiber lokal zwar wichtig, erbringen national jedoch einen vergleichsweise geringen Wettbewerbsbeitrag
- Nur Hansenet konnte überregional Bedeutung erlangen: Basis hierfür war der Kauf von AOL Deutschland und Erweiterung des Vermarktungsgebietes

# Nach Übernahmen im Bereich lokaler Stadtnetzbetreiber ist seit 2005 bundesweite Konsolidierung zu beobachten

## Zusammenlegung von Stadtnetzen

## Konsolidierungsphase national





**G O L D M E D I A**

***Vielen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit***

**Goldmedia GmbH  
Media Consulting & Research  
Dr. Klaus Goldhammer  
Michael Schmid**

**Oranienburger Str. 27, 10117 Berlin, Germany  
Tel. +49 30-246 266-0, Fax +49 30-246 266-66**

**Klaus.Goldhammer@Goldmedia.de  
Michael.Schmid@Goldmedia.de  
www.Goldmedia.de**