

## Pressemeldung

### **IPTV startet 2007 in Europa richtig durch 270 000 Abonnenten für IP-basiertes Fernsehen in Deutschland Ende 2007**

Berlin, London, 18. April 2007. Der Markt für IP-basiertes Fernsehen – IPTV – wird in Europa in diesem Jahr deutlich an Fahrt gewinnen. Dies belegen aktuelle Untersuchungen der Unternehmensberatungen Goldmedia und Screen Digest. Die Abonnentenzahl wird sich in Europa nahezu verdoppeln und von 2,9 Millionen 2006 auf 5,6 Millionen Ende 2007 steigen. Parallel erhöhen sich die IPTV-Umsätze im gleichen Zeitraum von 470 Millionen Euro auf über eine Milliarde Euro.

In Deutschland gab es Ende 2006 erst rund 35.000 IPTV-Kunden. Bis Ende 2007 wird diese Zahl auf etwa 270.000 deutlich steigen. Auch in Großbritannien ist ein großes Wachstum zu erwarten: von 80.000 Nutzern 2006 auf 300.000 Abonnenten Ende 2007.

#### **Orange und Telefónica bleiben Europas größte IPTV-Anbieter**

In Europa gibt es mittlerweile 54 IPTV-Angebote. Allein 19 existieren in den fünf größten europäischen IPTV-Märkten Frankreich, Spanien, Italien, Deutschland und Großbritannien. Die Top 5 der europäischen IPTV-Anbieter wird von *Orange* (Frankreich) angeführt. Es folgen in der Reihenfolge ihrer Abonnentenzahlen *Telefónica* (Spanien), *Free Telecom* (Frankreich), *Neuf Telecom* (Frankreich) und *Fastweb* (Italien). Die Top 5-Anbieter konnten Ende 2006 rund 60 Prozent der IPTV-Umsätze in den fünf Ländern für sich verbuchen. Auch 2007 wird dieses Ranking so bestehen bleiben.

#### **IPTV-Wachstum begünstigt durch Bekanntheit der Anbieter und durch DVB-T**

Ein wichtiger Grund für das starke IPTV-Wachstum ist, dass die Angebote von etablierten Telekommunikationsunternehmen stammen. *Orange*, *British Telecom*, *Telefónica*, *Deutsche Telekom* oder *Telecom Italia* sind den Konsumenten vertraut. Diese über Jahre gewachsene Bekanntheit verschafft ihnen einen erheblichen Wettbewerbsvorteil.

Wichtiger Treiber für die IPTV-Entwicklung in Frankreich, Spanien und Großbritannien ist zudem das digitale terrestrische Fernsehen – DVB-T. In diesen Märkten verwenden insgesamt zehn IPTV-Services hybride Set-Top-Boxen, die für den Empfang von DVB-T und IPTV geeignet sind. Dadurch kann der Konsument via DVB-T herkömmliche TV-Sender kostenlos empfangen und zusätzlich über IPTV Pay-TV-Services oder Video-on-Demand-Dienste nutzen. Solche hybriden Services werden zum Beispiel von der *British Telecom* oder *Darty* (Frankreich) angeboten. *RAI* in Italien führt derzeit ebenfalls entsprechende Trials durch.

#### **IPTV 2007 in Europa: zahlreiche Angebote und zunehmende Globalisierung**

Neben einer Vielzahl neuer IPTV-Angebote ist in 2007 mit einer zunehmenden Globalisierung des IPTV-Marktes zu rechnen. Einige der großen Anbieter beabsichtigen, sich zusätzlich in anderen Märkten zu etablieren: So ist die *Telecom Italia* bereits mit Angeboten in Frankreich und in Deutschland präsent. *Tiscali* wird auch in Italien starten und die *Swisscom* plant, die begonnene Übernahme von Italiens *Fastweb* zum Abschluss zu bringen.

Die Analysten von Screen Digest und Goldmedia sind überzeugt: IPTV wird 2007 richtig durchstarten. Unternehmen, die ihre Services im vergangenen Jahr gelauncht haben, beginnen jetzt mit umfangreichen Marketingaktivitäten. Und bereits etablierte Anbieter stehen gut genug da, um ihre Dienste und Kundenzahlen weiter deutlich zu steigern.

### IPTV 2007 in Deutschland: Marktdurchbruch in Sicht

Dass IPTV in Deutschland bislang von einem Massenmarkt noch recht weit entfernt ist, hat verschiedene Gründe: die noch immer vergleichsweise geringe Breitbandpenetration, die starke Verbreitung von Kabelanschlüssen, die große Anzahl an Free-TV-Programmen und die noch nicht flächendeckende Verbreitung. Auch wurde IPTV in Deutschland bislang noch nicht intensiv vermarktet.

„Durch attraktive Angebote und eine bessere regionale Verfügbarkeit wird jetzt aber auch hierzulande die Nachfrage angekurbelt werden“, ist sich Goldmedia-Experte *Mathias Birkel* sicher. „Wir gehen für 2007 auch im deutschen TV-Markt von deutlichen Wachstumsraten aus.“

Diverse Aktivitäten sind angekündigt: So will zum Beispiel die *Telecom Italia*-Tochter *HanseNet*, im deutschen Markt bereits seit Mai 2006 vertreten, ihr bislang nur in Norddeutschland erhältliches *Alice Home TV* künftig in weiteren Gebieten anbieten, darunter ab Sommer 2007 in Berlin. Auch die *Deutsche Telekom* ist weiter aktiv: sie startete ihr IPTV-Angebot über VDSL im Oktober 2006 und will nun durch eine Ausweitung der Distribution über das kostengünstigere und weiter verbreitete ADSL2+ deutlich mehr Nutzer erreichen. Weitere Telekommunikationsunternehmen stehen in den Startlöchern: *Arcor* (Vodafone) will seinen Kunden noch in 2007 einen IPTV-Dienst anbieten. *O2* hat IPTV für 2008 angekündigt. Nicht zuletzt sind auch Kabelnetzbetreiber dabei, ihre Netze IP-fähig zu gestalten.

### Abbildungen

Abbildung 1

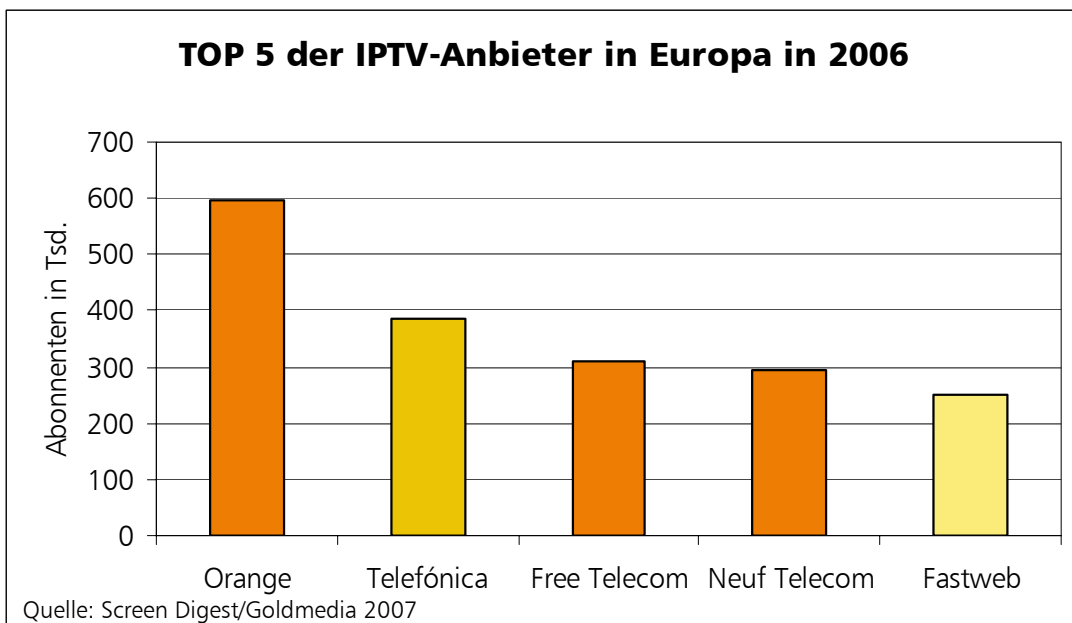
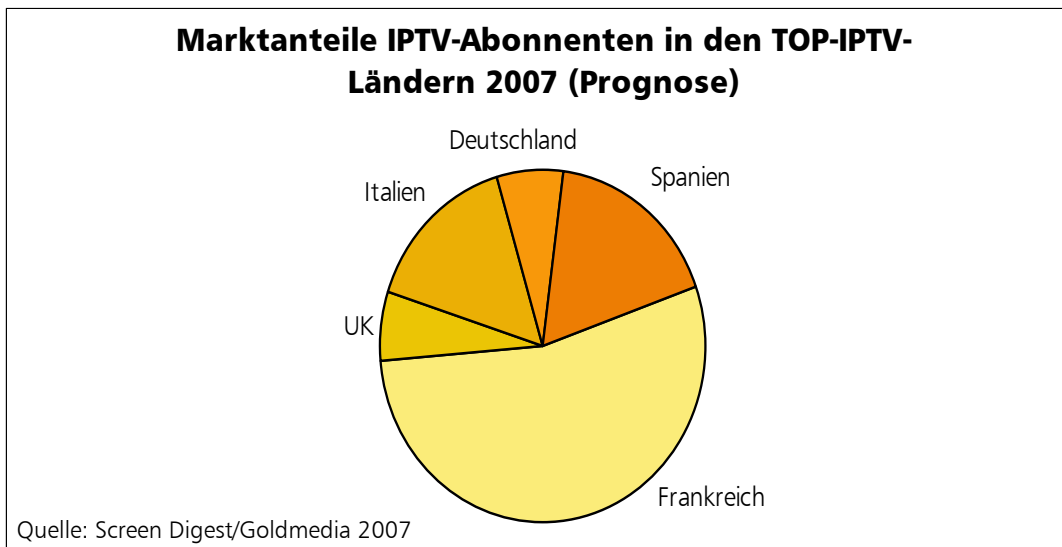


Abbildung 2



**Quelle: Goldmedia Studie IPTV 2010 und Screen Digest TV Intelligence Services**

*Goldmedia-Studie IPTV 2010. Marktpotenziale für IP-basiertes Fernsehen in Deutschland.* Die Studie liefert eine umfassende Marktanalyse dieser Zukunfts- und Wachstumsbranche für Deutschland und analysiert alle für eine Markteinführung wichtigen Bereiche: technologische Entwicklungen, rechtliche Aspekte sowie IPTV-Inhalte aus TV-Anbietersicht, bestehende und geplante Angebote in Deutschland, Business Modelle und Entwicklungsszenarien bis 2010. Sie enthält eine Marktpotenzialanalyse und eine Hochrechnung, Analysen und Case Studies zu bestehenden IPTV-Angeboten in Europa.

*Screen Digest TV Intelligence Service:* Screen Digest hat seine umfangreichen Daten und Marktanalysen in einer exklusiven Datenbank gebündelt. Die Intelligence Services gibt es in den Bereichen TV, Breitband, Games, DVD/Video, Kino und Mobile. Sie bieten neben historischen und aktuellen Analysen insbesondere Prognosen über die zukünftigen Entwicklungen. Die Intelligence Services stehen Unternehmen per Abonnement online zur Verfügung.

**Pressekontakt**

Goldmedia GmbH: Dr. Katrin Penzel, Tel: +49-30-246 266-0, [Katrin.Penzel@Goldmedia.de](mailto:Katrin.Penzel@Goldmedia.de)

Weitere Informationen und Grafiken zum Download finden Sie auch unter:

[www.Goldmedia.de](http://www.Goldmedia.de)

[www.goldmedia.com/publikationen/studien/info/news/iptv-2010-marktpotenziale-fuer-ip-basiertes-fernsehen-in-deutschland/328.html](http://www.goldmedia.com/publikationen/studien/info/news/iptv-2010-marktpotenziale-fuer-ip-basiertes-fernsehen-in-deutschland/328.html)

**Goldmedia:** Goldmedia berät nationale und internationale Kunden im Medien-, Entertainment- und Telekommunikations-Bereich. Das Serviceangebot umfasst Wettbewerbsanalysen, Markt- und Medienforschung, differenzierte Prognosen und Hochrechnungen sowie Strategieberatung und Implementierung. Zur Goldmedia-Gruppe gehören: die 1998 gegründete Goldmedia GmbH Media Consulting & Research, die 2004 gebildete Goldmedia Sales & Services GmbH sowie seit Januar 2007 die Goldmedia Custom Research GmbH. Hauptsitz des Unternehmens ist Berlin.

**Screen Digest:** Screen Digest mit Sitz in London ist eines der weltweit führenden Research & Consulting Unternehmen im Medien- und Telekommunikationsbereich. Der schon legendäre Screen Digest Newsletter gehört seit über 30 Jahren in mehr als 40 Ländern rund um den Globus zur Pflichtlektüre der Medienbranche. Das Kerngeschäft von Screen Digest ist die Forschungstätigkeit in nahezu allen Bereichen elektronischer Medien und die regelmäßige Publikation ausführlicher Marktanalysen. Die Mediendatenbank „Intelligence Services“ macht dieses umfangreiche Wissen auch online verfügbar. Darüber hinaus arbeitet Screen Digest als Strategieberatung für renommierte nationale und internationale Unternehmen.