

Pressemeldung

Kabelmärkte in Europa wieder wettbewerbsfähig Gesamtumsatz der Kabelindustrie in Europa seit 2000 verdoppelt

Berlin/London, 29. Juni 2007. Das Kabel als Verbreitungsweg für Medieninhalte hat in Europa in den vergangenen fünf Jahren einen signifikanten Aufschwung erlebt: Der Gesamtumsatz der Kabelindustrie in Europa lag Ende 2006 bei rund 17 Mrd. Euro und hat sich seit dem Jahr 2000 damit mehr als verdoppelt. Neben attraktiven neuen Programmen und Services im Digital-TV-Bereich schaffen vor allem moderne Telekommunikationsdienste wie Breitband-Kabelinternet und Kabel-Telefonie wichtige Wachstumsimpulse.

Den Aufwärtstrend im europäischen Kabelmarkt belegen aktuelle Analysen der Beratungsunternehmen Screen Digest und Goldmedia im Rahmen der inzwischen siebten Ausgabe des jährlichen Branchenreports *The European Broadband Cable 2007*. Der Report analysiert detailliert den Status quo von 120 Kabelanbietern in 22 europäischen Ländern und entstand erneut in Zusammenarbeit mit der European Cable & Communications Association (ECCA).

Der Studie zufolge konnte die Wende auf dem Kabelmarkt vor allem durch erhebliche Investitionen von Private Equity-Gesellschaften eingeleitet werden. Rund 16 Mrd. Euro sind seit 2002 durch Beteiligungskapital in die europäischen Kabelmärkte geflossen, wodurch die Unternehmen eine solide Finanzierung und eine stabile Basis für ihre weitere Entwicklung und den Ausbau der Infrastrukturen erhalten haben.

45 Prozent mehr digitale Kabel-TV-Abonnenten in Europa in nur einem Jahr

Auch wenn die Kabelmarktentwicklung in den einzelnen europäischen Ländern unterschiedlich verläuft – der Gesamttrend ist klar positiv: So wuchs die Anzahl der digitalen Kabel-TV-Abonnenten von 2005 bis 2006 um 45 Prozent. Immerhin schon 16 Prozent der Kabel-TV-Kunden abonnierten 2006 digitales Kabel. Im Jahr 2000 waren es in Europa erst weniger als drei Prozent.

Die Zahl der Kabel-Internet-Kunden nahm im gleichen Zeitraum um 27 Prozent und die der Kabel-Telefonie-Nutzer um 21 Prozent zu. Internet- und Telefonie-Dienste erzielten 2006 zusammen schon 40 Prozent des gesamten Kabelumsatzes in Europa, im Jahr 2000 waren das nur 22 Prozent.

Internet und Telefonie bringen Wachstum: Deutschland aber noch im Rückstand

Besonders in den von DSL dominierten Märkten wie Deutschland bieten Internet und Telefonie den Kabelnetzbetreibern gute Marktchancen. Gegenüber den Wiederverkäufern von DSL-Produkten sind Kabelnetzbetreiber im Wettbewerb gut aufgestellt: Sie können verschiedene Dienste über eine einzige Infrastruktur anbieten und Wettbewerbsvorteile direkt an den Verbraucher weitergeben. Internet und Telefonie ermöglichen zudem höhere Umsätze pro Kunde als klassische TV-Produkte.

„Auch wenn die großen deutschen Kabelnetzbetreiber durch die Lösung von der Telekom und im Wettbewerb zu ihrer alten Eigentümerin zunehmend auf Internet- und Telefoniedienste setzen, sind doch die Penetrationsraten dieser Dienste in Deutschland noch verhältnismäßig unterentwickelt“, so Goldmedia-Berater *Michael Schmid*. „Der Grund ist die besondere Struktur des deutschen Kabelmarktes“, erklärt *Schmid*: „Wenn die Kabelnetzbetreiber ihre Netze für Internet und Telefonie ausbauen, erreichen sie in vielen Fällen nur den Keller des Wohnhauses. Die Wohnung des Kunden an sich kann oftmals nicht angeschlossen werden, weil die letzten Meter bis zur Wohnungstür noch nicht ausgebaut sind oder weil Uneinigkeit über die Vermarktung der Produkte mit dem Besitzer der Hauskabelnetze besteht.“

80% aller Transaktionen der Kabelfirmen in 2006 durch Private Equity realisiert

„Dass eine Industrie, die noch 2002 auf äußerst unsicherem Boden stand, heute wieder mit wettbewerbsfähigen Angeboten für Breitband, Telefonie und digitalem TV bestehen kann, ist wesentlich durch Private Equity-Investitionen ermöglicht worden“, betont Studienautor und Screen Digest-Consultant *Guy Bisson*. „Private Equity-Gesellschaften begannen ihre Investments in die Kabelindustrie nach dem Börsencrash 2002, als andere Investoren sich immer stärker zurückzogen. Die Einstiegspreise waren günstig und die Kabelfirmen in dem wettbewerbsintensiven Telekommunikationsmarkt auf Finanzspritzen in hohem Maße angewiesen. Bis heute ist der Wert der Kabelunternehmen um das Vierfache gestiegen.“

Rund 80 Prozent aller Transaktionsgeschäfte, die auf den europäischen Kabelmärkten in 2006 getätigt wurden, sind von Private Equity-Gesellschaften realisiert worden, darunter von Unternehmen wie *Cinven*, *Carlyle Group*, *Providence Equity Partners* und *Warburg Pincus*.

Auch in Deutschland gehören inzwischen nahezu alle großen Anbieter wie zum Beispiel *ewt*, *Kabel Deutschland* und *Unity Media* Finanzinvestoren wie *Apollo*, *BC Partners*, *Orion Cable* oder *Providence Equity Partners*.

Quelle:

Die in der Pressemeldung genannten Daten und Fakten entstammen der aktuellen Studie *European Broadband Cable 2007*. Die Studie gibt einen umfassenden Überblick über die aktuelle Situation der europäischen Kabelindustrie. Sie enthält ausführliche Analysen zu mehr als 120 Kabelanbietern in 22 Ländern und deren konkrete Angebote im Bereich Kabel-TV, Kabel-Telefonie und Breitband-Internet. Die jährlich publizierte Studie entstand erneut in Zusammenarbeit mit *Cable Europe* (ehemals *European Cable Communications Association*). Autoren: *Chris Dziadul*, *Guy Bisson*

Kontakt:

Die Goldmedia GmbH und Screen Digest Ltd. kooperieren bei der Vermarktung ihrer Forschungsergebnisse. Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte bei Goldmedia:

Dr. Katrin Penzel, Tel: +49-30-246 266-0; Fax: +49-30-246 266-66 e-mail: Katrin.Penzel@Goldmedia.de

Weitere Informationen finden Sie auch unter: www.Goldmedia.de

<http://www.goldmedia.com/publikationen/studien/info/news/european-broadband-cable-2007/328.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 Bereich Medienforschung. Der international bekannte Screen Digest Newsletter gehört seit 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.