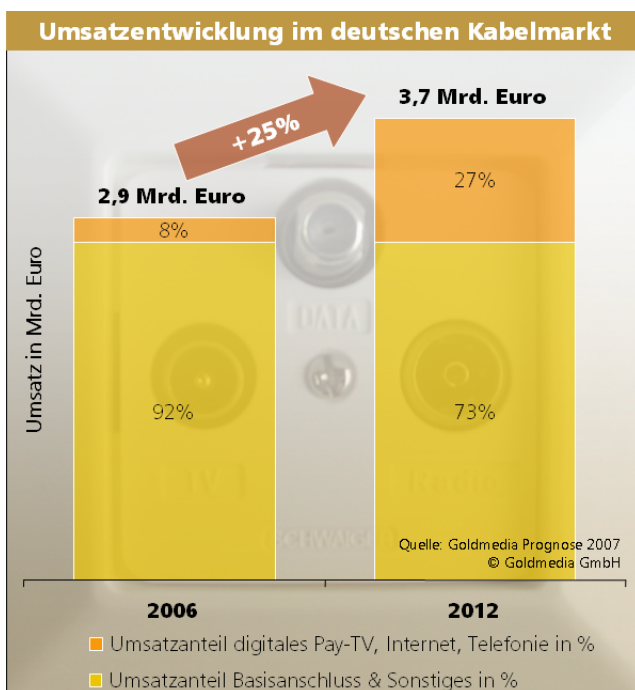


*Pressemeldung*

**Telekommunikations- und Pay-TV-Dienste treiben Kabelindustrie in Deutschland an**

**Branchenumsatz steigt in Deutschland bis 2012 um 25 Prozent auf 3,7 Mrd. Euro**

Berlin, 23. August 2007. Der Gesamtumsatz der Kabelindustrie in Deutschland lag 2006 bei rund 2,9 Mrd. Euro. Nur ein Bruchteil davon wurde bisher durch Zusatzdienste wie digitales Pay-TV, Internet und Telefonie erwirtschaftet. Dieser Umsatzanteil wird sich in den nächsten Jahren deutlich erhöhen: Bis 2012 werden so die Umsätze der Kabelindustrie in Deutschland auf insgesamt 3,7 Mrd. Euro anwachsen, ein Plus von 25 Prozent. Dies ist das Ergebnis der aktuellen Goldmedia Studie „Zukunft der TV-Übertragung“, in der die Entwicklung der Infrastrukturen zur Rundfunkübertragung in Deutschland analysiert wird.



Wachstumsmotor des Kabelmarktes sind vor allem die Triple-Play-Pakete, mit denen die Verbraucher über das Kabel zusätzlich auch telefonieren und im Internet surfen können. Internet und Telefonie ermöglichen dabei höhere Umsätze pro Kunde, als dies mit Pay-TV-Produkten zu erzielen ist. Dennoch bleibt das digitale Pay-TV der am stärksten nachgefragte Zusatzdienst bei den Kabelnetzbetreibern und weist vergleichsweise hohe Kundenzahlen auf: So gab es Ende 2006 nach Goldmedia-Berechnung bei den Kabelnetzbetreibern bereits mehr als 1,2 Mio. digitale Pay-TV Kunden neben rund 590.000 Internet- und rund 360.000 Telefoniekunden.

Der Umsatztrend für Zusatzdienste ist klar positiv: Während 2006 digitales Pay-TV, Internet und Telefonie kumuliert nur acht Prozent der Umsätze der deutschen Kabel-

branche erwirtschafteten, wird sich dieser Umsatzanteil bis 2012 laut Goldmedia-Prognose auf 27 Prozent erhöhen.

Die Gründe dafür liegen auf der Hand: Die Kunden können Kostenvorteile geltend machen, wenn sie Internet und Telefon über die Kabeldose bestellen. Zusätzliche Gebühren für die klassische Telefonleitung entfallen. Zudem können, anders als beim Fernsehkabel, die Verträge für Internet und Telefon ohne Probleme gekündigt werden. Noch haben einige Kunden allerdings Vorbehalte, alle Kommunikationskanäle über eine einzige Leitung zu beziehen. Solche Ängste müssen die Anbieter bei ihren Marketingstrategien stärker berücksichtigen.

Während die Zusatzdienste der Kabelnetzbetreiber für Kunden an Attraktivität gewinnen, wird die Zahl der Basiskunden bis 2012 vor allem aufgrund der Konkurrenz von Satellit, DVB-T und IPTV (DSL) sinken. Goldmedia-Berater und Studienautor Michael Schmid betont deshalb: „Rund 70 Prozent der ans Netz anschließbaren Haushalte nutzen derzeit den Service der Kabelnetzbetreiber. Eine große Chance besteht darin, den übrigen 30 Prozent und bisher nicht ans Kabelnetz angeschlossenen Haushalten Internet- und Telefoniedienste auch ohne TV anzubieten. Damit könnten die Kabelnetzbetreiber ihr Kundenpotenzial deutlich erweitern.“

## **Quelle: Goldmedia Studie *Die Zukunft der TV-Übertragung***

Die Studie liefert eine umfassende Marktanalyse der Infrastrukturen zur Rundfunkübertragung in Deutschland. Es werden die Entwicklungen auf den Empfangsebenen Kabel, Satellit, Terrestrik und DSL/IPTV untersucht. Die Studie hat als Powerpoint-Präsentation einen Umfang von 45 Charts inkl. zahlreicher Abbildungen und Hochrechnungen und steht in Kürze unter [www.Goldmedia.de](http://www.Goldmedia.de) kostenlos zum Download bereit.

## **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)

**Goldmedia:** Die Goldmedia GmbH Media Consulting & Research berät seit 1998 nationale und internationale Kunden im Medien-, Entertainment- und Telekommunikations-Bereich. Das Serviceangebot umfasst Wettbewerbsanalysen, differenzierte Prognosen und Hochrechnungen sowie klassische Strategieberatung, Business Development 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.