

Pressemeldung

Internetbasiertes Fernsehen (IPTV) wird zur echten Konkurrenz für Satellit und Kabel

London, Berlin, 29. November 2005. Aktuell sind es europaweit nur rund 660.000 Abonnenten, die Fernsehen per Internet Protokoll (IPTV) empfangen. Aber bereits Ende 2009 wird es in Europa 8,7 Millionen Abonnements für Fernsehen via Internet geben. Laut der aktuellen Studie von Screen Digest und Goldmedia „European IPTV: Market assessment and forecast to 2009“ ist IPTV damit auf dem besten Weg, ein ernstzunehmender Wettbewerber für Kabel- und Satellitenbetreiber zu werden.

Italien hat Europas größten IPTV-Anbieter - Frankreich ist der führende IPTV-Markt

Der erfolgreichste europäische IPTV-Anbieter ist derzeit mit 190.000 Kunden das italienische Telekommunikationsunternehmen *Fastweb*. Im Ranking folgen die zwei französischen Unternehmen *Free Telecom* und *France Telecom* mit 130.000 bzw. 116.000 Abonnenten. Zusammen mit den Kunden der *Neuf Telecom* gibt es in Frankreich insgesamt 281.000 Nutzer. Frankreich ist damit aktuell Europas führender IPTV-Markt. Es folgen Italien mit 190.000 Kunden und Spanien mit 57.500 Abonnenten.

Die Wachstumsraten sind erheblich: IPTV wird Ende 2009 bereits 9,4 Prozent des Europäischen Pay TV¹ Marktes ausmachen. Italien wird Europas führender IPTV Markt sein. Hier ist ein Anteil von IPTV an den Pay TV Haushalten von 20 Prozent zu erwarten. Es folgen Frankreich mit 17 Prozent und Spanien mit 16 Prozent Marktanteil.

Triple-Play als Erfolgsformel

Treiber der Entwicklung von IPTV sind vor allem die Telekommunikationsunternehmen. Sie setzen darauf, ihre anhaltenden Verluste im klassischen Telefonie-Geschäft durch IPTV zu kompensieren. Screen Digest Analyst und Autor der Studie Daniel Schmitt hebt hervor: „Die Angebote von Triple-Play-Bundles (Internet, Telefon und Fernsehen aus einer Hand) kombiniert mit Video-on-Demand-Diensten sind für die Telekommunikationsunternehmen in Zukunft ein wichtiges Geschäftsmodell, auch wenn noch diverse Fragen hinsichtlich der Technik und der Inhalte zu klären sind. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, sehen sich zudem viele traditionelle Pay TV Anbieter gezwungen, ebenfalls IPTV anzubieten.“

IPTV-Dienste in Deutschland erst 2006

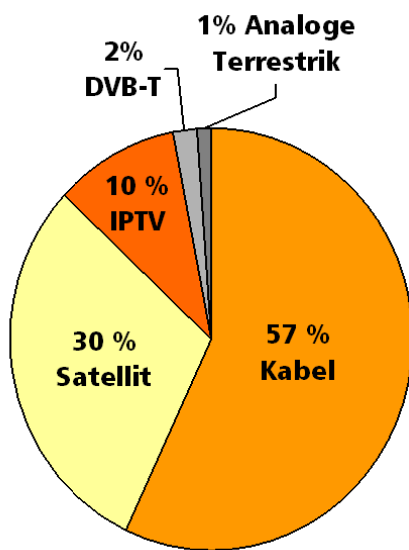
In Deutschland existieren aktuell noch keine IPTV-Services. Die Angebote der Telekommunikationsunternehmen beschränken sich bislang lediglich auf Video-On-Demand-Dienste. „Auch in Deutschland wollen sich die Telekommunikationsunternehmen als Triple-Play-Dienstleister positionieren und werden in Kürze entsprechende Angebote auf den Markt bringen“, unterstreicht Goldmedia-Geschäftsführer Klaus Goldhammer. „Der notwendige Infrastrukturaufbau wird in Deutschland derzeit massiv vorangetrieben. Während vielerorts schon ADSL2+ - Anschlüsse mit Bandbreiten von bis zu 20 Mbit/s erhältlich sind, hat die Deutsche Telekom angekündigt, bis 2007 die 50 größten Städte in Deutschland mit den noch wesentlich schnelleren VDSL-Anschlüssen zu versorgen. Wir erwarten, dass in Deutschland noch 2006 eine Reihe von IPTV-Angeboten starten.“ Eine umfassende Analyse zur Entwicklung von IPTV bis 2010 in Deutschland veröffentlicht Goldmedia zu Beginn des Jahres 2006.

¹ Der Begriff Pay TV umfasst hierbei sowohl Premium-TV-Angebote, z.B. Premiere, als auch sonstige TV-bezogene Gebühren wie z.B. Kabel-Entgelte, aber ohne öffentlich-rechtliche Rundfunkgebühren. Vgl. Chart 1

IPTV in Europa hat seine Wurzeln in Großbritannien

In Großbritannien gab es zwar die ersten europäischen IPTV-Angebote, Mitte 2005 wurden hier allerdings erst 30.000 Abonnenten gezählt. Das sind lediglich 0,08 Prozent der TV-Haushalte. Zum Vergleich: Satellitenempfang hat eine Penetration von fast 30 Prozent, Kabel 13 Prozent und DVB-T 20 Prozent. Die meisten Abonnenten sind in Großbritannien bei *Homechoice* registriert, die seit der Einführung von IPTV in Europas größtem Pay TV Markt intensiv um Kunden werben. Die stärksten Konkurrenten der IPTV-Anbieter sind die Kabelnetzbetreiber, die ihrerseits mit Triple-Play-Angeboten und Video-on-Demand auf den Markt drängen. 2006 werden auch in Großbritannien verschiedene Internet Service Provider mit IPTV-Angeboten starten. So plant die *British Telecom* ein Hybrid-Angebot von IPTV und DVB-T unter dem Namen *Freeview Plus*.

Chart 1 Pay TV Markt in Europa 2009 - Marktanteile



Pay TV umfasst hierbei sowohl Premium-TV-Angebote, z.B. Premiere, als auch sonstige TV-bezogene Gebühren wie z.B. Kabel-Entgelte, aber ohne öffentlich-rechtliche Rundfunkgebühren.

Quelle: Screen Digest/Goldmedia, November 2005

Quelle:

Alle in der Pressemeldung verwendeten Daten und Fakten sind der Studie: *European IPTV: Market assessment and forecast to 2009*“ entnommen. 147 Seiten, 157 Tabellen und Charts

Kontakt:

Die Goldmedia GmbH und Screen Digest 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

Goldmedia: Goldmedia GmbH Media Consulting & Research berät seit 1998 nationale und internationale Kunden im Medien-, Entertainment- und Telekommunikationsbereich. Das Serviceangebot umfasst Wettbewerbsanalysen, differenzierte Prognosen und Hochrechnungen sowie Strategieberatung und Implementierung. Ende 2004 wurde die Goldmedia Sales & Services GmbH neu gegründet. Die Gesellschaft unterstützt Medienunternehmen bei der Analyse komplexer Verkaufsprozesse, berät in Fragen der Strategieplanung und erarbeitet Verkaufs- und Vertriebskonzepte.

Screen Digest: Screen Digest mit Sitz in London ist eines der weltweit führenden Research & Consulting Unternehmen im Bereich Medienforschung. Der mittlerweile legendäre 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 seit Kurzem auch online verfügbar. Darüber hinaus arbeitet Screen Digest als Strategieberatung für renommierte nationale und internationale Unternehmen.