

Pressemeldung

Wie wirtschaftlich ist IPTV?

- *Neue Goldmedia-Studie zur Profitabilität von IPTV-Geschäftsmodellen in Deutschland, Österreich und Schweiz*
- *Aufbau eigener IPTV-Plattform erst ab rund 2,5 Mio. Breitband-Kunden wirtschaftlich*
- *Ökonomischer Erfolg durch Kundenbindung und Kundenwachstum*
- *Alternative Geschäftsmodelle für kleine Telekommunikationsanbieter*

Berlin, 25. Mai 2009. Im Wettbewerb der TV-Übertragungswege wird Fernsehen über das Internetprotokoll (IPTV) eine wachsende Rolle spielen. Wie die aktuelle Studie „IPTV 2014. Geschäftsmodelle und Prognosen für IPTV-Plattformen in Deutschland, Österreich und der Schweiz“ der Berliner Strategieberatung Goldmedia (<http://www.Goldmedia.de>) zeigt, hängt das Marktwachstum für IPTV ganz wesentlich von der ökonomischen Tragfähigkeit der Geschäftsmodelle ab.

IPTV-Plattformen werden heute vor allem durch die großen nationalen Breitband-Anbieter wie Deutsche Telekom, Swisscom oder Telekom Austria betrieben. Der eigenständige Aufbau und Betrieb einer IPTV-Plattform kann sich nach Goldmedia-Analysen ab rund 2,5 Millionen Breitbandkunden rechnen.

TV-Dienste allein genügen jedoch nicht, damit IPTV für Telekommunikationsanbieter zu einem wirtschaftlich attraktiven Geschäftsmodell wird. Selbst für große Netzbetreiber lohnt sich IPTV häufig erst, wenn man die Gesamteffekte durch Kundenbindung und Kundenwachstum mit hinein rechnet.

Entscheidendes Erfolgskriterium für IPTV ist ein Höchstmaß an Qualität. Technische Kinderkrankheiten und Probleme bei der Bedienbarkeit können ganz schnell das Gegenteil bewirken und zu einer verstärkten Kundenabwanderung führen. Ohne Kundenwachstum und Neukundengewinn bleibt IPTV auch bei den großen Telekommunikationsunternehmen ein Zuschussgeschäft. (siehe Grafik)

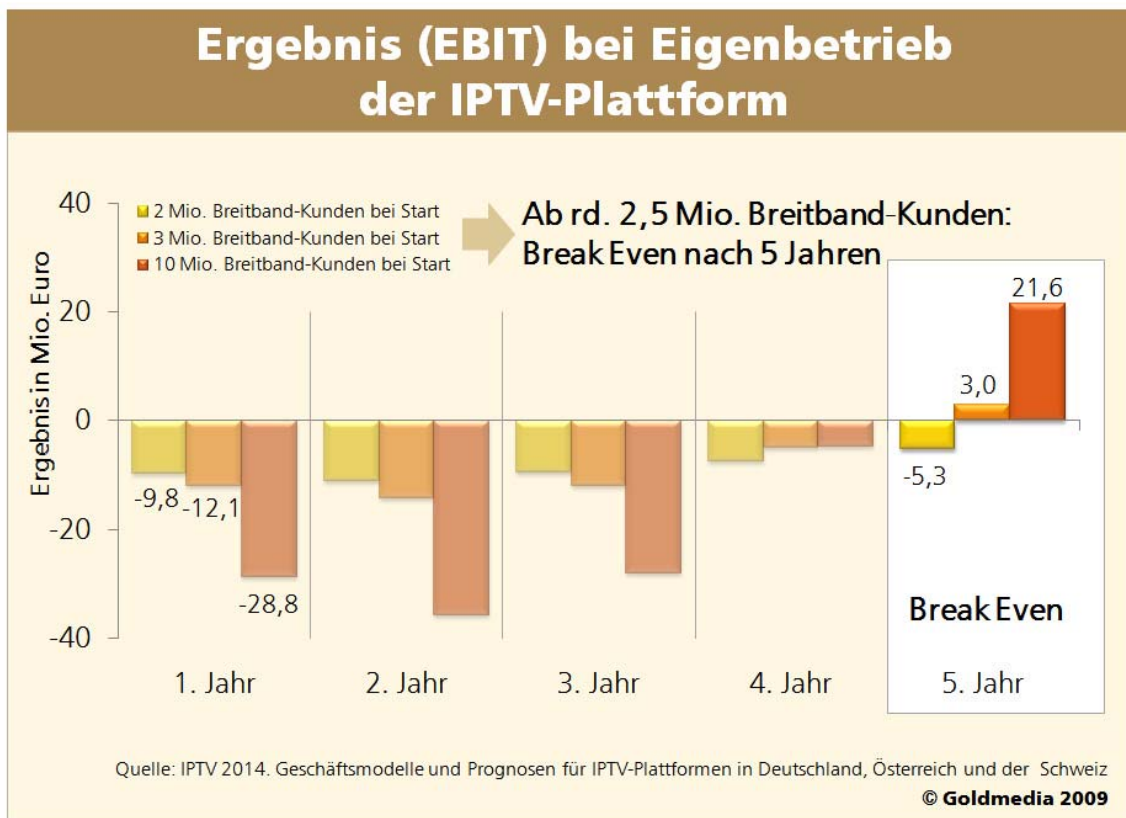
Für kleinere Unternehmen kann sich IPTV jedoch ebenfalls lohnen, wenn man bestehende Angebote weitervermarktet. Dieses sogenannte *Resellingmodell* ist bereits ab etwa 250.000 Breitband-Kunden umsetzbar. Derartige Angebote sind jedoch in der Region D-A-CH bisher kaum verbreitet. Lediglich in der Schweiz gibt es entsprechende Beispiele. Möglich sind sie hier durch kompatiblere Urheberrechtsbestimmungen.¹

¹ TV-Programme dürfen, wenn sie terrestrisch in der Schweiz empfangbar sind, in andere nationale Netze weitergeleitet werden.

„Ob sich die Investitionen in IPTV für einen Anbieter lohnen, hängt auch von der Gesamtstrategie des Unternehmens ab“, betont Goldmedia-Consultant und IPTV-Experte Mathias Birkel. „Der für IPTV notwendige Ausbau der Netze bedarf hoher Investitionen. Neben IPTV sind heute kaum Services üblich, die sehr große Bandbreiten von 16 Mbit/s und mehr erfordern. Das wird sich zukünftig aber ändern. Plant ein Unternehmen langfristig die Einführung von Diensten mit hohen Bandbreiten, relativieren sich die Netzausbaukosten für IPTV und zahlen sich rückwirkend aus. Zudem sind hohe Bandbreiten heute ein wichtiges Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb.“

E N D E

Grafik: Ergebnis (EBIT) bei Eigenbetrieb der IPTV-Plattform



Quelle

Alle in der Pressemeldung verwendeten Informationen stammen aus der Goldmedia Studie "IPTV 2014. Geschäftsmodelle und Prognosen für IPTV-Plattformen in Deutschland, Österreich und der Schweiz", Mai 2009. Die Studie analysiert die bestehenden IPTV-Plattformen in der Region D-A-CH und bewertet die unterschiedlichen Geschäftsmodelle sowie Kostenstrukturen (inkl. Break Even, ROI) und markiert wichtige Erfolgsfaktoren für die IPTV-Entwicklung. Die Studie enthält zudem Prognosen zur IPTV-Nutzerentwicklung in Deutschland, Österreich und Schweiz bis 2014. Studienumfang: 40 PPT-Charts, inkl. Zahlreicher Tabellen/Grafiken
Autoren: Mathias Birkel, Dr. Klaus Goldhammer, Michael Schmid, Dr. André Wiegand

Pressekontakt

Goldmedia GmbH: Dr. Katrin Penzel, Tel: +49-30-246 266-0, Katrin.Penzel@Goldmedia.de
Weitere Informationen und Grafiken zum Download finden Sie auch unter: 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 klassische Strategieberatung, Business Development und Implementierung sowie Wettbewerbsanalysen, differenzierte Prognosen und Hochrechnungen. Zur Goldmedia-Gruppe gehören: Goldmedia GmbH Media Consulting & Research, Goldmedia Sales & Services GmbH sowie Goldmedia Custom Research GmbH. Hauptsitz des Unternehmens ist Berlin.