



4. März 2009

FRK: Interview mit Heinz-Peter Labonte

Die Wirtschaftskrise hat die Kabelbranche erreicht. Vor allem die vier Branchengrößen, die von Finanzinvestoren getragen werden, müssen ihre Strategien überdenken. Dagegen könnten kleine und mittelgroße Kabelnetzbetreiber gestärkt aus der Krise hervorgehen. Der Medienbote sprach mit Heinz-Peter Labonte, dem geschäftsführenden stellvertretenden Vorsitzenden des Fachverbands Rundfunkempfangs- und Kabelanlagen (FRK), der viele unabhängige mittelständische Kabelgesellschaften vertritt, über die Auswirkungen auf den Kabel- und Digital-TV-Markt.

Medienbote: Wie hart trifft die Wirtschaftskrise den Kabelmarkt?

Heinz-Peter Labonte: Wir sollten nicht in die typisch deutsche Krisenstimmung verfallen, alles negativer zu sehen als es ist. Ich sehe für die Kabelbranche viele positive Aspekte: So wird der konjunkturelle Abschwung dafür sorgen, dass Realismus und Anstand wieder einkehren, zum Beispiel bei den Rendite-Erwartungen und der Bewertung von Unternehmen. Die Finanzinvestoren, die hinter den vier größten Kabelgesellschaften Kabel Deutschland (KDG), Unitymedia, Kabel BW und Orion Cable stehen, werden erkennen, dass Rendite-Erwartungen von 25 Prozent überhöht sind. Ein realistischer Wert wären 10 bis 15 Prozent. Statt auf den schnellen Profit im Dreimonatsrhythmus zu schießen, wird sich ein längerfristiges Denken durchsetzen. Ich erwarte, dass diese Finanzinvestoren noch drei bis fünf Jahre engagiert bleiben müssen und sich dann über den Verkauf an einen strategischen Investor oder einen Börsengang zurückziehen, wobei die letztere Variante wahrscheinlicher ist. Denn je mehr sie sich als Triple Play Anbieter also als Telekommunikationsgesellschaften profilieren, umso unwahrscheinlicher wird die wettbewerbsrechtliche Genehmigung eines Verkaufes an einen strategischen Telekomanbieter. Insbesondere die unabhängigen, mittelständischen Kabelnetzbetreiber, die schon immer mit realistischen Zahlen gearbeitet haben, werden davon profitieren, dass die Branchengrößen ihre Gewinnziele auf ein wirklichkeitsnahes Maß herunterfahren. Gleichzeitig könnte die Wirtschaftskrise zu einer Bereinigung des Kabelmarkts beitragen, indem Überkapazitäten abgebaut und insbesondere aus angelsächsischer Sicht geschaffene Fehlallokationen von Kapital bzw. Fehlkonzeptionen im deutschen, von attraktiven FreeTV Strukturen beherrschten Kabel- und Satellitenmarkt bereinigt werden. All diese Entwicklungen sind aus Sicht des Mittelstands zu begrüßen.

Medienbote: Bleibt Triple Play der Hoffnungsträger?

Heinz-Peter Labonte: Ja, aber auf realistischem Niveau. Die Branchengrößen werden sich von ihren unerreichbaren Triple-Play-Fantasien verabschieden müssen. Wir dürfen nicht vergessen, dass 80 Prozent der Erlöse im Kabelmarkt weiterhin aus dem normalen TV-Geschäft stammen, d. h. aus Analog- und Digitalverbreitung. Hier sind wir die Platzhirsche. In diesem Bereich müssen wir weniger um Neukunden kämpfen als bei den Internet- und Telefonanschlüssen, wo wir in einem harten Wettbewerb mit den DSL-Anbietern stehen. Ich halte es für realistisch, dass Kabelnetzbetreiber bei Breitbandzugängen innerhalb von fünf Jahren in ihren Verbreitungsgebieten einen Marktanteil von 20 bis 25 Prozent erreichen werden. Die harten Zeiten stehen uns aber noch bevor: Sobald wir 15 Prozent erzielt haben, wird in diesem Produktsektor der Wettkampf um Kunden zunehmend in einen Verdrängungswettbewerb mit den DSL-Anbietern münden. Triple Play ist für Kabelnetzbetreiber ein Zusatzgeschäft – nicht mehr und nicht weniger. Es wäre töricht, alle Karten auf diesen Bereich zu setzen und das klassische Geschäft zu vernachlässigen. Wir Mittelständler haben hier noch einen großen Vorteil, weil wir in neuen Partnerschaften mit ebenfalls unabhängigen Telekommunikationsgesellschaften wie z.B. HL Komm, Enviatel oder MR Net uns nicht nur wie die Großen auf Privatkunden konzentrieren sondern zunehmend auch Geschäftskunden. Dieser Markt



könnte nur – im Rahmen von staatlicher Subventionitis - durch einseitige politische Bevorzugung der nach wie vor stark staatlich beeinflussten Telekom wieder zulasten des Mittelstandes verloren gehen

Medienbote: Was verändert sich im TV-Bereich?

Heinz-Peter Labonte: Hier wird sich die Spreu vom Weizen trennen. Die großen Anbieter von Programmpaketen werden dazu übergehen, vernünftige Bouquets zu schnüren, die den Marktgegebenheiten in Deutschland entsprechen. Der deutsche Markt mit seinem starken Free-TV-Angebot unterscheidet sich deutlich vom angelsächsischen, den viele Akteure als Vorbild hatten. Alle Anläufe, die deutschen Besonderheiten zu ignorieren, werden scheitern, so dass sich auch hier der Realismus durchsetzen wird. Bei der strittigen Frage der Grundverschlüsselung werden die beiden großen privaten TV-Gruppen RTL und ProSiebenSat.1 akzeptieren müssen, dass der Markt zweigeteilt ist: Während die großen Kabelnetzbetreiber – und hier auch TeleColumbus, unterstützt von Eutelsat - die Grundverschlüsselung der digitalen Free-TV-Sender als proprietäres Businessmodell eingeführt haben, bleiben der Satelliten-Direkttempfang und die mittelständische Kabelbranche mit ihren Gemeinschaftsantennenanlagen und eigenen Kopfstellen echte Free-TV-Märkte.

Medienbote: Wie sieht's beim Pay-TV aus?

Heinz-Peter Labonte: Wir werden eine Aufteilung in Grundpakete und Vollpakete sehen. Premiere wird in beiden Bereichen eine große Rolle spielen. So deutet der Rückkauf der Drittsender-Plattform Premiere Star darauf hin, dass Premiere künftig ein breites Basispaket mit vielen Spartenkanälen für unterschiedliche Interessen anbieten will. Hier fehlt nur noch die Optimierung der Transponder in Programmpakete nach dem TOPP – Vorbild der KDL – Kabeldienstleistungsgesellschaft. Neben Premiere werden sich zwei bis drei weitere Pay-TV-Betreiber etablieren, die Bouquets schnüren. Dazu könnten die KDG und Unitymedia zählen. So könnte die KDG ihr Abo-Paket „Kabel Digital Home“ künftig unabhängigen mittelständischen Kabelnetzbetreibern anbieten und sich damit ein zusätzliches Potenzial von 12 Millionen Haushalten mit einem zusätzlichen EBITDA – Potential von über 100 Mio. Euro erschließen.

Medienbote: Wird die Wirtschaftskrise die Digitalisierung bremsen?

Heinz-Peter Labonte: Nein, diese Entwicklung ist nicht aufzuhalten. Ein entscheidender Wachstumsimpuls geht von der Entscheidung von ARD und ZDF aus, die analoge Verbreitung ihrer Programme via Satellit Ende 2010 einzustellen. Andere Sender werden dabei mitziehen. Dies wird auch die Digitalisierung im Kabelmarkt beschleunigen. Durch Beratung, Informationen und Geschäftsmodelle mit preiswerten oder kostenfreien Set-Top-Boxen werden die unabhängigen Kabelnetzbetreiber alles dafür tun, ihre Kunden möglichst schnell mit Digitalrezipienten auszustatten – seien es Zustellboxen oder TV-Geräte mit integriertem Digital-TV-Tuner. Eine wichtige Rolle kommt dabei dem vom FRK unterstützten Free-TV-Paket TOPP zu, mit dem Kabelgesellschaften ihr digitales Angebot aufwerten können.

Medienbote: Wie geht es mit TOPP weiter?

Heinz-Peter Labonte: Wir sind mit der Entwicklung unserer Initiative für die Digitalisierung der kleinen und mittelgroßen Kabelnetze sehr zufrieden. Kabelnetzbetreiber mit mehr als 30.000 Haushalte haben Verträge unterschrieben und sind dabei die Kundenhaushalte für den Empfang von TOPP aufzurüsten. Bis Jahresende rechnen wir mit 200.000 empfangsbereiten Haushalten. Auf den Workshops, in denen wir das Angebot vorstellen, verzeichnen wir starkes Interesse. Mit Zuschüssen, die wir künftig für die Aufrüstung der Kopfstellen für die TOPP-Einspeisung zahlen werden, wollen wir die Marktdurchdringung weiter ankurbeln. Derzeit sind 14 private Spartenkanäle enthalten, bis



Jahresende kommen acht weitere Sender dazu. Wir setzen dabei verstärkt auf exklusive Programme, die es anderweitig nicht gibt. Dazu zählen auch medienübergreifende Angebote, die sich die crossmedialen interaktiven Multimedia-Möglichkeiten des digitalen Fernsehens zunutze machen. Durch den Umzug von der neuen Orbitalposition 31,5° Ost auf die im Kabelmarkt etablierte Position 23,5° Ost ist TOPP jetzt in einer noch besseren Ausgangslage zur Versorgung der Kabelkopfstationen. Ich weise nur auf den möglichen Empfang von 19.2° und 23,5° hin. Auch wenn unser Satellitenpartner SES Astra 31,5° Ost wieder in Betrieb nimmt, bleibt TOPP mit seinen beiden Transpondern auf 23,5° Ost.

Medienbote: Wann werden die analogen Kabelprogramme abgeschaltet?

Heinz-Peter Labonte: Die mittelständischen Kabelnetzbetreiber fordern eine harte Abschaltung zum Ende des Jahres 2010. Wir brauchen für uns und unsere Kunden Planungssicherheit. Deshalb plädieren wir auch im Interesse ihrer Kunden gegen eine von den Wettbewerbern euphemistisch genannte „marktgetriebene Umstellung“. Durch die öffentlich-rechtlichen Sender werden 2010 durch die Analogabschaltung Fakten geschaffen, auf die Netzbetreiber und Kunden sich auch im Kabelnetz einstellen müssen.

Außerdem, sobald 95 Prozent der Kunden über digitalen Empfang verfügen, können wir ohnehin auch schon früher inselweise mit der Abschaltung der analogen Programme beginnen. Der Anteil digitaler Haushalte liegt derzeit bei rund 20 Prozent. Ich gehe davon aus, dass wir bis Ende 2010 auch in den Kabelhaushalten eine Digitalquote von 70 bis 80 Prozent erreichen werden wenn der Abschaltzeitpunkt genauso klar von allen Beteiligten kommuniziert wird wie dies bei der DVB-T Einführung geschehen ist. Dann werden wir bis Anfang 2011 in den meisten Kabelnetzen der unabhängigen mittelständischen Empfangsanlagenbetreiber die 95-Prozent-Marke erreicht haben.

Kontakt:

Heinz-Peter Labonte
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied
und stellvertretender Vorsitzender des FRK:
Steinritsch 2, 55270 Klein-Winternheim
Tel. 06136-9969.10
Fax 06136-85708
Mobil 0171 - 8028640
Email labonte@kabelverband-frk.de
Direkt hp.labonte.kombunt@t-online.de
www.kabelverband-frk.de

Anett Klose
Geschäftsführerin
KDL GmbH
Bergmannstraße 26, 01979 Lauchhammer
Tel. 08152-989045
Fax 03574-460694
Mobil 0173-9114988
anett.klose@kabeldienstleistung.de
www.kabeldienstleistung.de

Ralf Berger
Geschäftsführer
KDL GmbH
Bergmannstraße 26, 01979 Lauchhammer
Tel. 03574-460693
Fax 03574-460694
Mobil 0172-3773329
ralf.berger@kabeldienstleistung.de
www.kabeldienstleistung.de