

Pressemitteilung

Breitbandmarkt in Deutschland trotz der Rezession: Starkes Wachstum im ersten Quartal 2009

München, 28. Mai 2009: Der deutsche Breitbandmarkt bleibt auf Wachstumskurs. Im ersten Quartal 2009 wuchs der Markt um 778.000 neue Kunden, noch einmal deutlich mehr als im traditionell starken Weihnachtsgeschäft. Von dem Wachstumsschub profitieren vor allem die Marktführer Deutsche Telekom und Vodafone/Arcor sowie die Kabelnetzbetreiber, die das prozentual stärkste Wachstum erzielten. Solon Management Consulting prognostiziert eine weitere Aufholjagd der Kabelnetzbetreiber. Geschäftsführer Jens Waltermann sieht im angekündigten Kauf des DSL-Geschäfts von Freenet durch den Internetdienstleister United Internet erst den Anfang einer Konsolidierung auf dem Breitbandmarkt.

„Das starke Wachstum der Kabelnetzbetreiber und der Deutschen Telekom setzt die übrigen DSL-Anbieter unter Zugzwang – United Internet hat mit dem Kauf der Freenet DSL-Kunden als Erster reagiert“, sagt Jens Waltermann, Geschäftsführer der Unternehmensberatung Solon Management Consulting in München. Die Kabelnetzbetreiber haben bereits 8% Marktanteil und bauen diesen mit einer Zuwachsrate bei den Privatkunden von 77% (Q1/08 - Q1/09) schnell aus (Gesamtmarkt nur 13%). Freenet musste im gleichen Zeitraum einen starken Rückgang der Kundenbasis um 24% in Kauf nehmen. Auch bei Alice/Hansenet sind die Kundenzahlen rückläufig und United Internet weist nur ein geringes Wachstum von 4% auf.

Insgesamt wuchs der Breitbandmarkt im 1. Quartal 2009 um 778.000 neue Kunden auf über 23 Mio Haushalte und übertraf damit das traditionell starke 4. Quartal 2008 (+ 662.000 Kunden). „Das Wachstum wird auch im Verlauf des Jahres der Rezession trotzen. Der Breitbandmarkt geht in eine Art Endspurt um Kunden und Marktanteile“, kommentiert Jens Waltermann die Entwicklung. „Deutschland holt dabei gegenüber anderen Ländern in der Infrastrukturversorgung mit schnellen Internetzugängen auf. Allerdings ist das Wachstum ungleich auf die Wettbewerber verteilt.“

Solon sieht weiterhin die Kabelnetzbetreiber als Herausforderer. „Beim anhaltend starken Wachstum der Kabelbranche zeigen sich Kosten- und Bandbreitenvorteile des Kabels“, so Waltermann. „Für die alternativen DSL-Anbieter ist die Kundengewinnung so teuer und die Kosten der von der Telekom kontrollierten „letzten Meile“ (TAL) im Verhältnis zum Umsatz pro Kunde so hoch, dass sich viele Anbieter aus dem Rennen um Neukunden weitgehend zurückgezogen haben“, so Waltermann. „Allein Vodafone/Arcor widersetzt sich derzeit erfolgreich dem Druck von Deutscher Telekom und Kabelnetzbetreibern auf alle Anbieter ohne eigene letzte Meile.“

„Damit bleibt die Marktkonsolidierung in den nächsten Monaten ein wichtiges Thema“, kommentiert Jens Waltermann. Und warnt gleichzeitig: „Entscheidend für den Erfolg einer Akquisition ist nicht nur der Kaufpreis sondern auch die zügige Integration der neuen und teilweise ganz unterschiedlichen Kundenbasis durch gute Produkte und Angebote.“

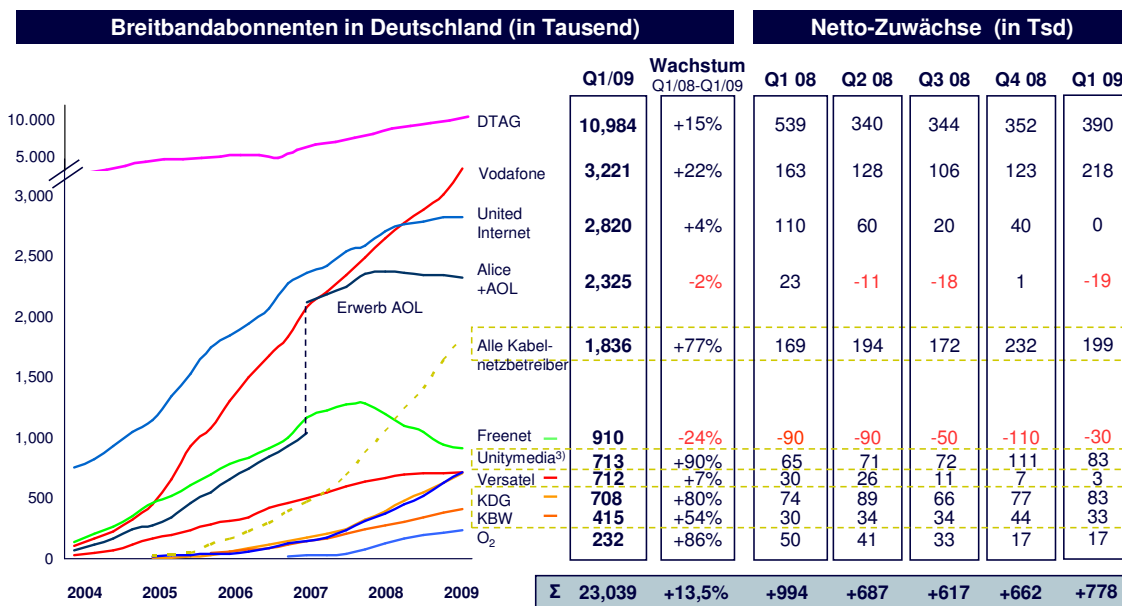
Pressekontakt:

Margret Steinle, Solon Management Consulting GmbH & Co. KG,
 Tel: 089 210388-0 , E-Mail: margret.steinle@solon.de
www.solon.de

Über Solon Management Consulting:

Solon Management Consulting konzentriert sich als Strategieberatung auf die Branchen Medien, Kabelnetze und Telekommunikation. Als Kunden berät Solon führende europäische Medien- und Telekommunikationsunternehmen sowie Banken und Private Equity Investoren. Solon unterstützt seine Klienten bei der Entwicklung und Umsetzung von Unternehmensstrategien, dem Aufbau neuer Geschäfte, der Optimierung von Kernprozessen und begleitet M&A-Vorhaben von der Marktsondierung bis zum Transaktionsabschluss. Mit Büros in München, Budapest und London realisiert Solon Projekte europaweit.

Grafik: Entwicklung der Breitbandkunden in Deutschland (in Tsd)



Quelle: Company Information, Solon Management Consulting Analysis