



Telekommunikationsbranche: Netzausbau hat Priorität

Telekommunikationsbranche: Netzausbau hat Priorität
Der Telekommunikationssektor wird den Netzausbau bis 2015 stark vorantreiben. Rund ein Viertel ihrer Umsätze wollen deutsche Telekommunikationsunternehmen in die Infrastruktur investieren. Den aufwändigen Ausbau der Hochgeschwindigkeitsnetze rentabel zu finanzieren wird aber immer schwieriger. Gerade regionale Anbieter wollen deswegen ihre Kosten durch Kooperationen mit Energieversorgern senken. Das sind Ergebnisse der Studie "Branchenkompass 2013 Telekommunikation" von Steria Mummert Consulting.
Die Kunden machen Druck: Die Nachfrage nach großen Bandbreiten steigt durch den zunehmenden Konsum von Videos über das Internet, die Verwendung datenintensiver Apps und den Siegeszug des Cloud Computing. Die großen Mobilfunkunternehmen stellen deswegen ihre UMTS- und HSPA-Netze auf die leistungsfähigere LTE-Technologie um. Auch Festnetze mit hohen Datenraten, wie Glasfaser, VDSL und das vom klassischen Kabelfernsehen bekannte Koaxialnetz, sollen weiter wachsen.
Die Investitionen in den Netzausbau sind für die Telekommunikationsunternehmen unausweichlich, denn hohe Datenraten für den Endkunden sind der entscheidende Erfolgsfaktor in der Branche. Wer die nicht liefern kann, wird untergehen", sagt Reinhold Weber, Telekommunikationsexperte bei Steria Mummert Consulting. Gleichzeitig wird es für die Netzbetreiber aber immer schwieriger, die hohen Ausgaben für den Ausbau wieder hereinzubekommen. "Die Kunden sehen einen zuverlässigen Internetanschluss mit Übertragungsraten auf dem jeweils aktuellen Stand der Technik als Selbstverständlichkeit an. Deswegen sind sie in der Regel nicht bereit, mehr dafür zu bezahlen, wenn sich die Technik und die Datenraten verbessern." Dieser Herausforderung begegnen die Netzbetreiber mit unterschiedlichen Strategien, insbesondere durch brancheninterne und branchenübergreifende Kooperationen. Um die Einnahmenseite zu verbessern, vertreiben einige Festnetz- und Mobilfunkanbieter zum Beispiel ihre Produkte gemeinsam unter der Marke eines Partners. Um auf der Ausgabenseite Kosten zu sparen, wollen vor allem regionale Telekommunikationsunternehmen die Zusammenarbeit mit Energie- und Wasserversorgern weiter verstärken. Sie können ihren Netzausbau günstiger vorantreiben, indem sie systematisch die vorhandenen Trassen der Versorgungsunternehmen mitbenutzen.
Das Einsparpotenzial durch die Zusammenarbeit beim Infrastrukturausbau ist erheblich", sagt Reinhold Weber von Steria Mummert Consulting. "Und bislang werden diese Möglichkeiten in Deutschland noch nicht flächendeckend genutzt. Deswegen sind Kooperationen mit Versorgungsunternehmen auf absehbare Zeit der beste Weg, die Kosten beim Netzausbau im Griff zu behalten."
Für die Studie "Branchenkompass 2013 Telekommunikation" führte das F.A.Z.-Institut im Auftrag von Steria Mummert Consulting qualitative Interviews mit Führungskräften ausgewählter Unternehmen der Telekommunikationsbranche. Als Auswahlkriterien dienten die Unternehmensgröße sowie eine gewisse Streuung im Hinblick auf die Gewichtung der Segmente Mobilfunk, regionale Anbieter und Kabelnetzbetreiber. Die Gespräche waren leitfadengestützt und wurden persönlich zwischen September und Dezember 2012 geführt.
Faktenkontor GmbH
Hans-Henny-Jahnn-Weg 29
22085 Hamburg
Deutschland
Telefon: +49 [0] 40/22703-0
Telefax: +49 [0] 40/22703-7961
Mail: info@faktenkontor.de
URL: <http://www.steria-mummert.de>

Pressekontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

steria-mummert.de
info@faktenkontor.de

Firmenkontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

steria-mummert.de
info@faktenkontor.de

Warum nennt sich eine PR-Agentur Faktenkontor? Weil Fakten über Kommunikationserfolge entscheiden. Journalisten suchen Fakten. Entscheider suchen Fakten. Kunden suchen Fakten. Wer harte Nachrichten, Entscheidungsgrundlagen und Nutzwertargumentationen sowie spannende Geschichten liefert, setzt sich durch. Deshalb basiert unsere Kommunikationsarbeit für Pressestelle und Vertrieb unserer Kunden auf harten gründlich erhobenen Fakten. In hanseatischer Tradition nennen wir uns Faktenkontor. Das Kontor steht für hanseatisches Kaufmannstum, ein Selbstverständnis auf das sich unsere Kunden im täglichen Miteinander unbedingt verlassen können. Wie entstand das Faktenkontor? Das Faktenkontor ist aus der Unternehmensberatung Mummert Consulting hervorgegangen. Anfang 2006 firmierte die am 1. Januar 2003 gegründete Mummert Communications in Faktenkontor um.