

>> Tele Columbus ist an einer Expansion durch weitere Zukäufe interessiert

„Wir erweitern die Speisekarte für unsere Kunden“

Interview mit **Dietmar Schickel**, Chief Commercial Officer, Tele Columbus

Nach einer wirtschaftlich schwierigen Phase denkt Tele Columbus, inzwischen drittgrößter Kabelnetzbetreiber in Deutschland, an eine weitere Expansion und investiert massiv in Technik und Programme. „Allein im Jahr 2011 fließen deutlich mehr als 50 Millionen Euro in den Ausbau unserer Infrastruktur. Wir investieren also zwischen 20 und 30 Prozent unseres Umsatzes in den technologischen Fortschritt unserer Kunden“, so der Tele Columbus-Chef Dietmar Schickel in einem promedia-Gespräch. Zugleich fordert er, die Infrastrukturanbieter in der Wertschöpfungskette nicht zu übergehen.



>> Dietmar Schickel

Geboren: 1956
 Marketingleiter in Versicherungs- und Handelsunternehmen
 1986 im Auftrag der Bertelsmann AG Aufbau der RKS Berlin, eine der ersten deutschen Kabelgesellschaften
 1989 Mitglied der Geschäftsführung
 1990 - 2007 Geschäftsführer für Marketing
 2007 - 2009 Geschäftsführer für Wohnungswirtschaft
 Seit Juli 2009 Chief Commercial Officer (CCO) der Unternehmensgruppe Tele Columbus

schon heute die gesamte Bandbreite modernster Multimediadienste – vom analogen, digitalen und hochauflösenden Fernsehen über Telefonie bis hin zum Breitbandinternet mit 100 MBit/s. Dabei zählt Tele Columbus durch die Einspeisung der großen privaten Programme im Bereich HDTV, durch eine hybride, internetfähige Endgerätewelt und die Bereitstellung eines interaktiven Kunden- und Mieterportals zu den Vorreitern. Diese Produktwelt wird in den nächsten Monaten durch die Einführung von speziellen Gewerbetarifen, das Angebot eines Video-on-Demand Dienstes und den Ausbau zum „Quadruple Play“ durch Mobilfunk und Mobiles Internet abgerundet.

promedia: Herr Schickel, in der deutschen Kabellandschaft findet eine weitere Konsolidierung statt. Wo sieht hier Tele Columbus künftig seinen Platz?

Schickel: Eine Konsolidierung des deutschen Kabelmarktes ist richtig und wichtig, um das Kabel im Infrastrukturwettbewerb mit den herkömmlichen Telefonanbietern weiter voranzubringen. Von der Leistungsfähigkeit her ist das Breitbandkabel der DSL-Technologie deutlich überlegen – aber gerade bei den neuen Zusatzdiensten Internet und Telefonie kommt es auch darauf an, große Einheiten mit hoher Penetrationsdichte und einem entsprechenden

Vermarktungspotenzial versorgen zu können. Daher ist natürlich auch Tele Columbus an einer Expansion durch weitere Zukäufe interessiert. Tele Columbus spielt in diesem Markt eine wichtige Rolle: Als einer der künftig nur noch drei großen Anbieter und einziger großer Netzbetreiber ohne feste Gebietszuordnung sorgen wir für einen lebhaften Wettbewerb sowohl innerhalb des Kabelmarkts wie auch gegenüber den Telekommunikationsanbietern.

promedia: Wie sieht dafür Ihre Produktstrategie aus?

Schickel: Die Tele Columbus Gruppe bietet in ihren unabhängigen Netzen

promedia: Wie viel investieren Sie in diesem Jahr in die Kabelnetze?

Schickel: Allein im Jahr 2011 fließen deutlich mehr als 50 Millionen Euro in den Ausbau unserer Infrastruktur. Wir investieren also zwischen 20 und 30 Prozent unseres Umsatzes in den technologischen Fortschritt unserer Kunden. Ein wichtiger Punkt ist dabei natürlich der Multimediaausbau unserer unabhängigen Netze für den modernen Internet-Übertragungsstandard DOCSIS 3.0, der derzeit voll im Gange ist.

promedia: Inwieweit können Ihre Kunden heute HDTV- und 3D-Ange-

bote nutzen und wie wird sich das in den nächsten Jahren entwickeln?

Schickel: Tele Columbus ist nach wie vor der einzige der großen vier Kabelnetzbetreiber, der seinen Kunden nicht nur die öffentlich-rechtlichen HD-Angebote, sondern auch alle HD-Programme der großen privaten Sendergruppen RTL und ProSiebenSat.1 sowie Sport1 HD bietet. Darüber hinaus stehen in unseren unabhängigen Netzen auch alle HD-Sender und das 3D-Programm des Anbieters Sky zur Verfügung. Dieses Angebot werden wir sowohl im FreeTV wie auch im PayTV selbstverständlich laufend ausbauen – einige Sender haben den Start weiterer HD-Programme ja bereits angekündigt. Der einfache digitale Standard ist meiner Ansicht nach nur ein vorübergehender Zwischenschritt zum HD-Angebot und wird mittelfristig durch dieses abgelöst. Ein dauerhaftes Parallelangebot von analog, SD und HD macht ja auch keinen Sinn. HDTV ist das, was alle Kunden wollen – deswegen stellen wir die privaten HD-Programme ohne weitere Zusatzkosten mit unserem digitalen Basisangebot zur Verfügung.

promedia: Wann könnte der analoge Ausstieg bei den Kabelnetzen erfolgen?

Schickel: Der Ausbaustand der Netze ist schon lange kein Hemmschuh mehr für den digitalen Umstieg der Kunden. Von der technischen Basis her könnte die digitale Abschaltung auch im Kabel sofort erfolgen, denn alle Kabelnetze sind schon heute voll digitalisiert. Worum es uns als Kabelnetzbetreiber gehen muss, ist, die Kunden in ihren Nutzungsgewohnheiten in die digitale Welt mitzunehmen. Dabei hilft natürlich ein attraktives digitales Angebot – vor allem im Bereich HDTV. Dabei helfen auch neue Vereinbarungen mit den Wohnungsunternehmen, die das digitale Fernsehen zum Standard-Bestandteil des Kabelanschlusses machen und die Mieter somit automatisch in die zukunftssichere digitale Welt überführen. Und dabei hilft die weiterhin stark wachsende Population an HD-fähigen Fernsehgeräten in den Haushalten, die den Bedarf nach digitalen Signalen steigen lässt.

promedia: Sind die zwei unterschied-

lichen Abschalttermine und -szenarien nicht geschäftsschädigend für einen Kabelnetzbetreiber, da der Kunde verunsichert wird?

Schickel: Natürlich besteht hier ein großes Potenzial für Missverständnisse, auf das wir auch unsere Servicemitarbeiter gut vorbereiten müssen. Deswegen ist die enge Abstimmung des Projektbüros kladigital mit den Kabelnetzbetreibern zu allen geplanten Kommunikationsmaßnahmen auch so wichtig für den gesamten Markt. Auf der anderen Seite werden die Kabelkunden auch schnell die Vorteile ihres Übertragungsweges gegenüber dem Satellit erkennen: Sie haben mehr Zeit für den Umstieg auf das digitale Fernsehen und werden im Hinblick auf die notwendigen digitalen Endgeräte auch besser begleitet.

promedia: Immer mehr TV-Geräte verfügen über HbbTV -Empfang. Welche Konsequenzen hat das für Sie?

Schickel: Selbstverständlich nimmt die Nutzung des Internets und damit auch der Bedarf an Bandbreiten nicht zuletzt für Bewegtbildinhalte weiterhin stark zu. Gleichzeitig wird diese Entwicklung auch durch die aufgrund des hohen Wettbewerbsdrucks stark sinkenden Preise für schnelle Datenraten begünstigt. Damit wachsen die Anforderungen an die Medieninfrastruktur – die Leistungsfähigkeit des Netzes wird immer mehr zum Kriterium. Mit dem Breitbandkabel sind für diesen Wettbewerb am besten gewappnet.

promedia: Kannibalisieren Sie sich nicht damit?

Schickel: Wir kannibalisieren uns nicht – im Gegenteil: Wir erweitern die Speisekarte für uns und unsere Kunden. Das heißt: Für die Nutzer bietet sich durch die Digitalisierung eine Vielzahl neuer Anwendungen, während für die Netzbetreiber über das starke Kerngeschäft Fernsehen hinaus neue Geschäfts-

modelle entstehen werden. Denn ohne eine leistungsstarke Infrastruktur und ohne entsprechende Quality of Service sind die geplanten neuen Anwendungen und Inhalte nicht darstellbar. Daher kann der Infrastrukturanbieter in der Wertschöpfungskette auch nicht übergangen werden.

promedia: Die Deutsche Telekom beginnt in zehn Städten mit dem Aufbau von Glasfasernetzen bis in die Wohnung. Inwieweit wird das eine Konkurrenz für Sie?

Schickel: Der Glasfaserausbau ist für die herkömmlichen Telefonanbieter die einzige Chance, um den Leistungsvorsprung des Breitbandkabels aufzuholen. Allerdings bedeutet dies einen erheblichen Investitionsaufwand. Als Kabelnetzbetreiber können wir unsere Infrastruktur gerade durch den modernen Standard DOCSIS 3.0 wesentlich wirtschaftlicher der steigenden Bandbreitennachfrage anpassen. Möglich ist dies beispielsweise durch eine Verkleinerung der Netzcluster. Und bei Bedarf können wir unsere Glasfaserzuführung jederzeit schrittweise und effizient in Richtung Kunden erweitern.

promedia: Kann das Kabel trotz Konkurrenz durch Telekom, LTE und Satellit den Marktanteil ausbauen?

Schickel: Der stetig wachsende Datenverkehr kann nicht flächendeckend durch rein funkbasierte Lösungen bewältigt werden – diese können höchstens eine Ergänzung zum Festnetz für den mobilen Gebrauch oder zur Schließung von Versorgungslücken im ländlichen Bereich bieten. Beim TV-Empfang per Satellit bleibt darüber hinaus abzuwarten, wie die Verbraucher mit der Einführung eines Kostenmodells für den Zukunftsstandard HDTV umgehen. Schließlich schwindet damit der einzige bisherige Pluspunkt dieses Übertragungswegs. Im Klartext: Das Breitbandkabel bietet nach wie vor die beste Rundumversorgung mit allen Multimediadiensten – und hat deshalb auch die besten Karten im Wettbewerb. (Gi)

» DAS BREITBANDKABEL HAT DIE BESTEN KARTEN IM WETTBEWERB.