



KOOPERATIONSMODELLE,  
EINNAHMEPOTENZIALE UND  
HANDLUNGSOPTIONEN  
FÜR DEN GLASFASERAUSBAU



GP+S Expert View

# KOOPERATIONS- UND FINANZIERUNGS- OPTIONEN IM BREITBANDMARKT

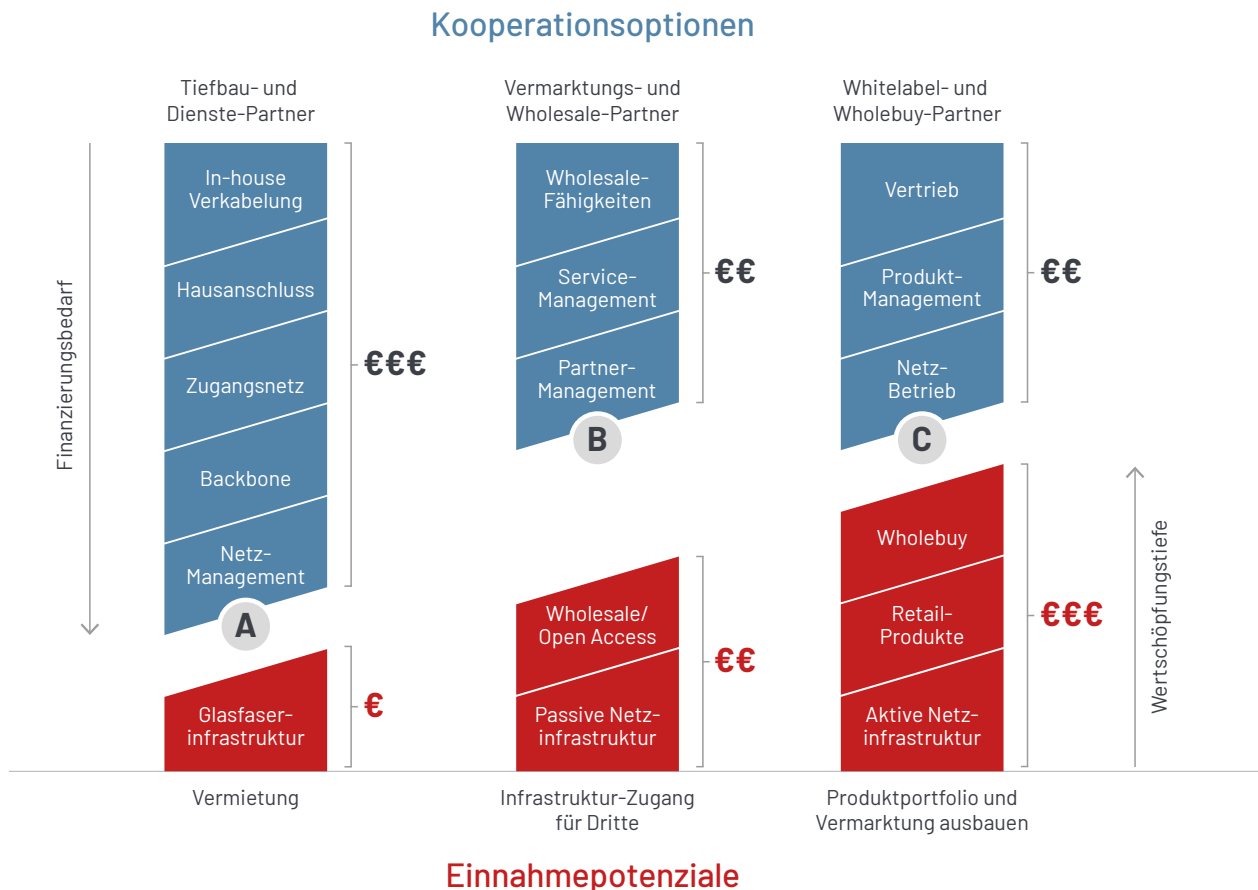
## DIE VERBESSERUNG DER PROFITABILITÄT IM BREITBANDGESCHÄFT VERLANGT EINE OPTIMIERUNG DER WERTSCHÖPFUNGSTIEFE UND DIE ANALYSE MÖGLICHER KOOPERATIONSMODELLE

Viele Akteure im Glasfasermarkt stehen vor der Frage der besten **Positionierung entlang der Breitband-Wertschöpfungskette** und damit auch den sich bietenden **Kooperations- und Finanzierungsoptionen**.

Dabei ist ein extremes **Ungleichgewicht zwischen dem Finanzierungsbedarf der grundlegenden Glasfaserinfrastruktur** und den damit verbundenen **Einnahmepotenzialen** zu erkennen, welches grundsätzlich nur durch weitere Investitionen in höherwertige Produkte und Dienstleistungen kompensiert werden kann.

Diese Aufwandsspirale kann unterbrochen werden, in dem eine gezielte Partnerstrategie definiert wird und passende Kooperationsmodelle umgesetzt werden.

### UNGLEICHGEWICHT VON EINNAHMEPOTENZIALEN UND FINANZIERUNGSBEDARF



Die Darstellung zeigt den hohen Finanzierungsbedarf der grundlegenden Glasfaserinfrastruktur im Verhältnis zu möglichen Einnahmepotenzialen entlang der Breitband-Wertschöpfungskette und den dazugehörigen Fähigkeiten.

Ansatzpunkte für eine Optimierung des eigenen Finanzierungsbedarfs bieten sich über drei Stroßrichtungen. Hier unsere Empfehlungen:

#### **A. Langfristige Finanzierungspartner finden**

Der Großteil der Infrastrukturkosten entsteht durch die erstmalige Erschließung und die notwendigen Tiefbaumaßnahmen. Um diese Kosten auf mehreren Schultern zu verteilen, bestehen neben der Eigenfinanzierung unterschiedliche Finanzierungsoptionen. So gibt es zunehmend **Joint-Ventures zwischen Infrastruktur-Erschließern und Finanzierungspartnern** oder es besteht die Möglichkeit, **langfristige Kooperationsverträge** mit nationalen Key-Playern auf der Dienste-Ebene zu schließen, was eine bessere und beschleunigte Abdeckung der Fixkosten ermöglicht. Entsprechende Modelle werden z. B. zwischen der Deutschen Telekom und verschiedenen regionalen und lokalen Akteuren bereits im Markt umgesetzt.

#### **B. Wholesale-Optionen und Partnerschaften nutzen**

Für Anbieter, die den passiven Netzaufbau weitgehend abgeschlossen haben oder diesen kosteneffizient organisieren können, aber mit der Vermietung von Dark Fiber-Produkten kaum an der Infrastruktur-Wertschöpfung partizipieren, besteht die Möglichkeit, einen aktiven Netzbetrieb aufzubauen und entsprechend höherwertige Telekommunikationsdienste zu vermarkten. Um auch in diesem Szenario die Monetarisierung und Netzauslastung zu verbessern, ist die Öffnung der Infrastruktur über Wholesale-Schnittstellen – bei Bedarf im Zusammenspiel mit Partnern – möglich. Für die technische Umsetzung entlang der Wertschöpfungskette gibt es, abhängig von der Unternehmensgröße und den eigenen Fähigkeiten, vielfältige Partnering-Optionen. Diese reichen vom **Outsourcing des gesamten aktiven Netzbetriebes** bis zur kompletten **Eigenimplementierung aller notwendigen und im Markt üblichen Wholesale-(S/PRI)-Schnittstellen**.

#### **C. Whitelabel-Angebote und Wholebuy-Fähigkeiten prüfen**

Zu den wichtigsten Maßnahmen, um die eigene Vermarktungs- und Umsatzposition in einem bereits mit eigenen TK-Retail-Produkten aktiven Unternehmen zu verbessern, zählt die Nutzung der **Wholebuy-Möglichkeit der Deutschen Telekom**. Diese schließt eigene Infrastrukturlücken und ermöglicht eine nahezu flächendeckende Vermarktung eigener TK-Retail-Produkte. Neben dem horizontalen Ausbau von Vermarktungsmöglichkeiten durch Wholebuy, bestehen auch bezüglich der Produkte und Dienstleistungen **Differenzierungsmöglichkeiten durch Whitelabel-Angebote** im Bereich Internet-TV, Smart Home oder hinsichtlich der Produktwelt im Mobilfunkbereich.

Viele Akteure im Breitbandmarkt stehen hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit des Glasfaserausbaus und einer möglichen Netzöffnung vor strategischen Entscheidungen.

Wir erarbeiten mit Ihnen eine passende Erschließungsstrategie und eine zielführende Positionierung des eigenen Leistungsportfolios. Dabei planen wir das Portfolio eigener Retail-Produkte und / oder wir überprüfen die strategischen Handlungsoptionen zur Öffnung des Netzes für Dritte und ermöglichen so eine wirtschaftlich optimierte Ausrichtung der TK-Geschäftsaktivitäten, basierend auf Ihren individuellen Stärken und Fähigkeiten.

Unser strukturiertes Vorgehensmodell umfasst die Überprüfung und Durchführung von Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen, die Unterstützung bei Ausschreibungen und der Auswahl von Kooperationspartnern, aber auch die Optimierung des Produkt- und Leistungsportfolios hinsichtlich Pricing und Vermarktung.

## MANAGEMENTBERATUNG FÜR WACHSTUM UND TRANSFORMATION

### GP+S CONSULTING GMBH

Nehringstraße 2  
61352 Bad Homburg v.d.H.

Tel.: +49 6172 / 49556-0  
Fax: +49 6172 / 49556-125

info@gps-consulting.com  
www.gps-consulting.com



Jürgen Eder,  
Manager  
juergen.eder@gps-consulting.com