

Mag. Clemens Schwaiger

Positionierung in einem konsolidierten Telekommunikationsmarkt



Ausblick auf die
Wettbewerbs-
dynamik



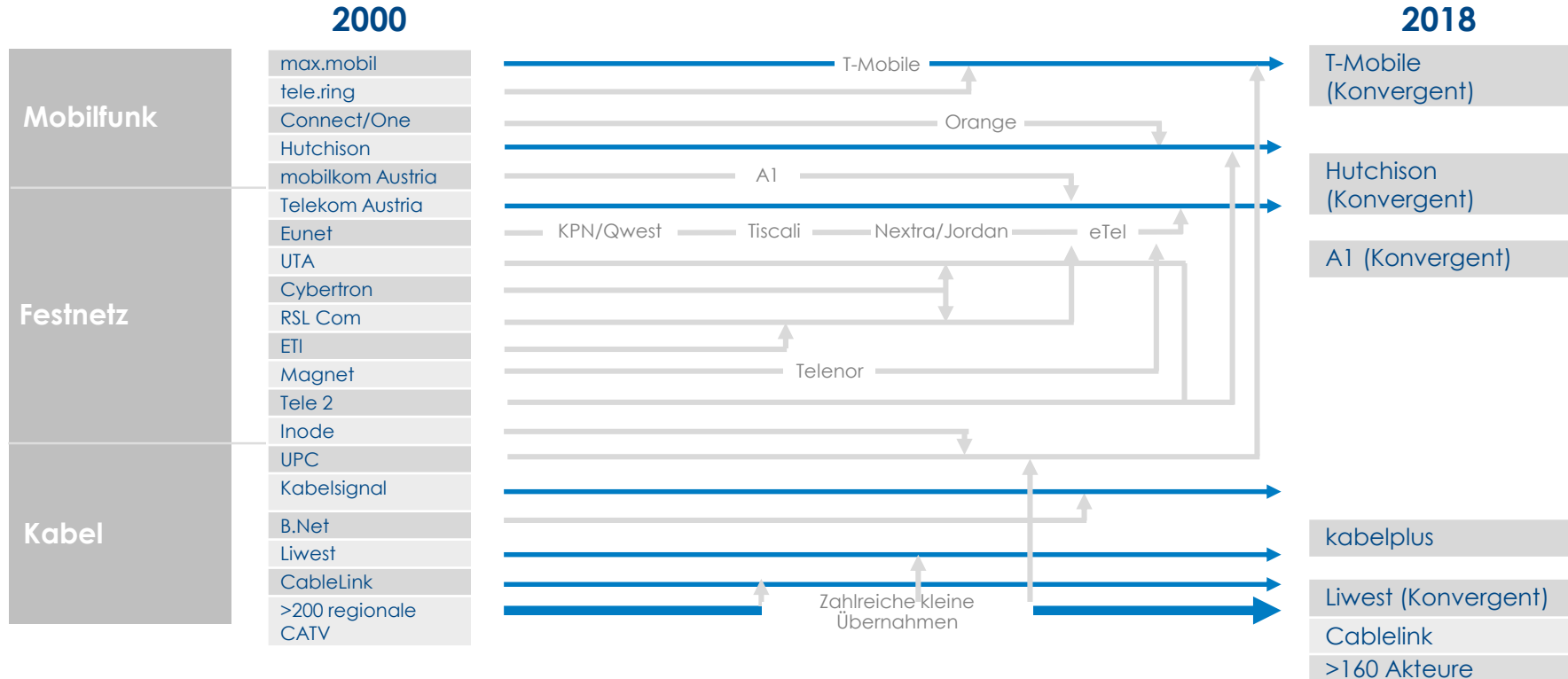
Digitalisierung im
Kerngeschäft



Positionierung regionaler
Kabelbetreiber



In den letzten 10 Jahren hat sich der österr. Telekommunikationsmarkt konsolidiert, in den letzten 3 Jahren vor allem im Breitband





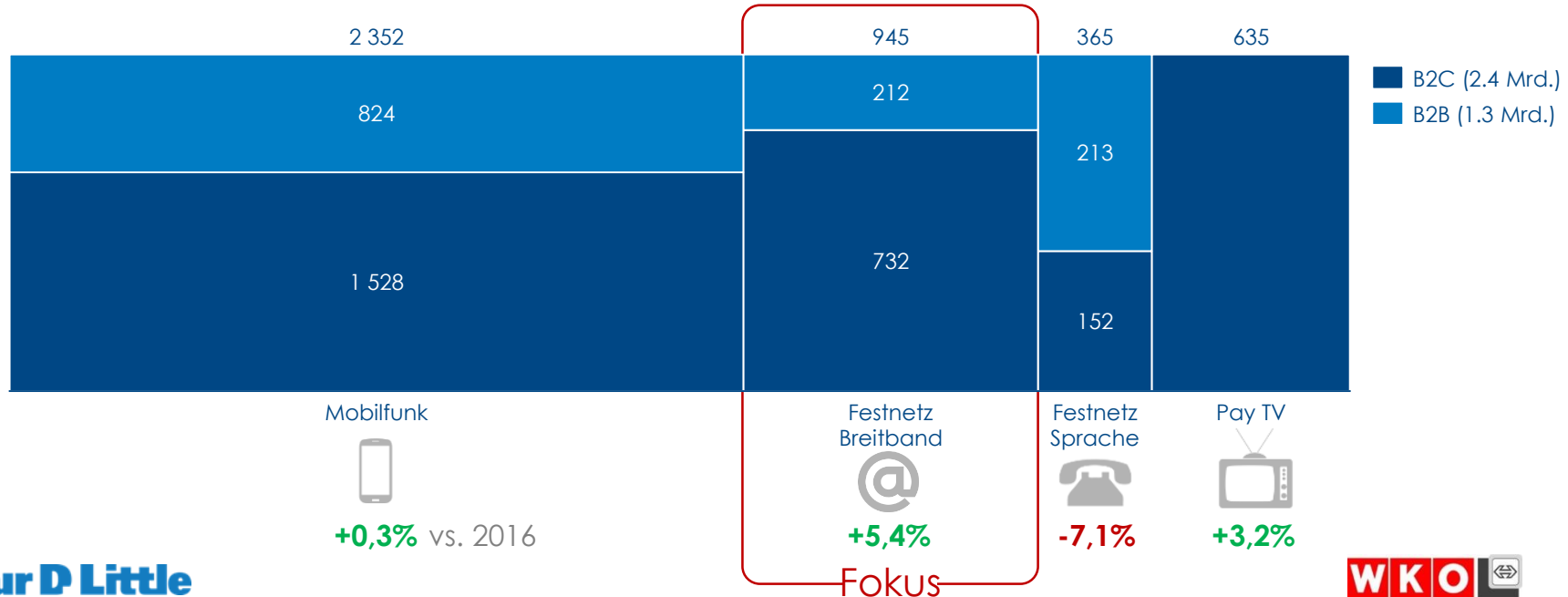
Mobilfunk stagniert, Festnetz Breitband und Pay TV sind die einzigen Wachstumstreiber des Marktes



Konferenz für Kabel-TV & Breitband

Endkundenumsätze der Telekombranche in Österreich, 2017

in Millionen EUR





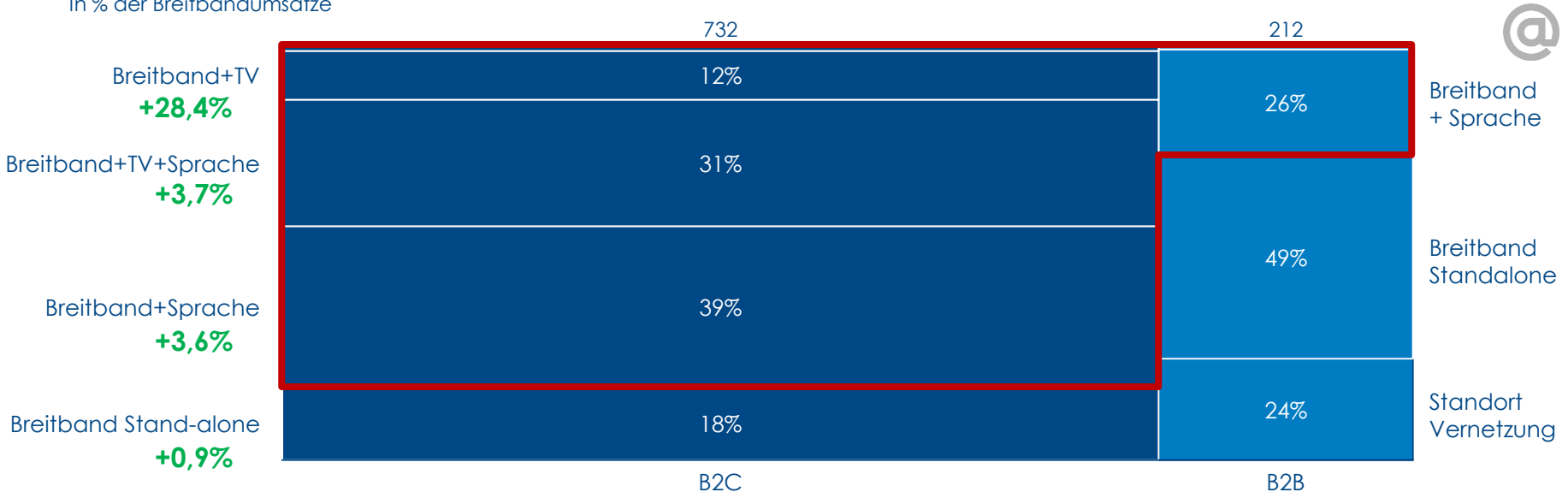
Der Großteil (70%) der Festnetz Breitband Kunden nutzt bereits heute Bündelprodukte während Standalone stagniert



Konferenz für Kabel-TV & Breitband

Endkundenumsätze im Festnetz Breitband in Österreich, 2017



In % der Breitbandumsätze







Die großen Anbieter werden den Wettbewerb am österr. Markt zunehmend Richtung Konvergenz verschieben



Double/ Triple-play	Mobiles Bündel
 <ul style="list-style-type: none">■ Festnetz Bündel■ Mobilfunk von anderem Betreiber	 <ul style="list-style-type: none">■ Mobile Sprache & Daten + mobiles Breitband■ Ziel ist Festnetz Breitband Substitution

Aktueller Wettbewerbsfokus

Mobilfunk und Pay TV	Konvergentes Breitband	Quad-play
 <ul style="list-style-type: none">■ Mobilfunk und Pay TV■ Kein Festnetz Breitband	 <ul style="list-style-type: none">■ Festnetz Breitband und mobiles Breitband■ Kein Pay TV inkludiert	 <ul style="list-style-type: none">■ Volles Produktbündel aus Breitband, Pay TV und Mobilfunk

Konvergenz – Fokus des Wettbewerbs in 2019+



Konvergenz-Produkte bieten konkrete Wettbewerbsvorteile



Tiefere
Kunden-
beziehung

Churn
Reduktion

Skalen-
effekte

Plattform
Synergie
n



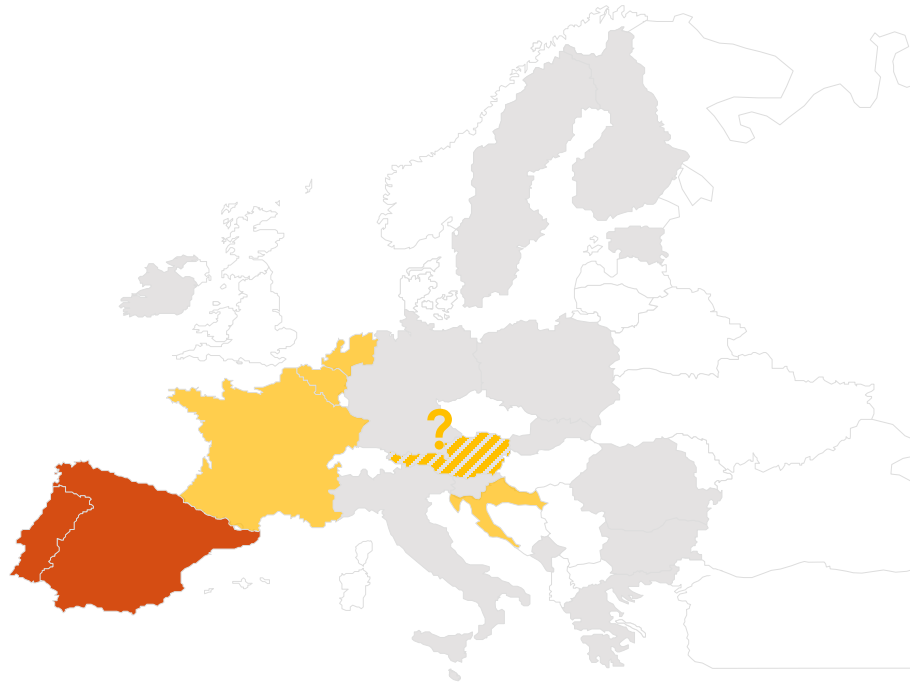
Auf lange Sicht ist der Trend zur Konvergenz unvermeidbar, da der Markt die Wettbewerbsvorteile früher oder später nachahmen muss







In einigen Staaten in Europa ist der Breitband Markt bereits Richtung Konvergenz "gekippt", Österreich steht kurz davor



Konferenz für Kabel-TV & Breitband



Konvergenzgrad

-  Konvergenz bei >45% der Festnetz Breitbandanschlüssen
-  Konvergenz bei >15% der Festnetz Breitbandanschlüssen
-  ≥2 Betreiber mit ≥10% Festnetz & Mobilfunk Marktanteil
-  Geringe Konvergenz



M&A Transaktionen waren ein wesentlicher Treiber für Konvergenz, auch in Österreich



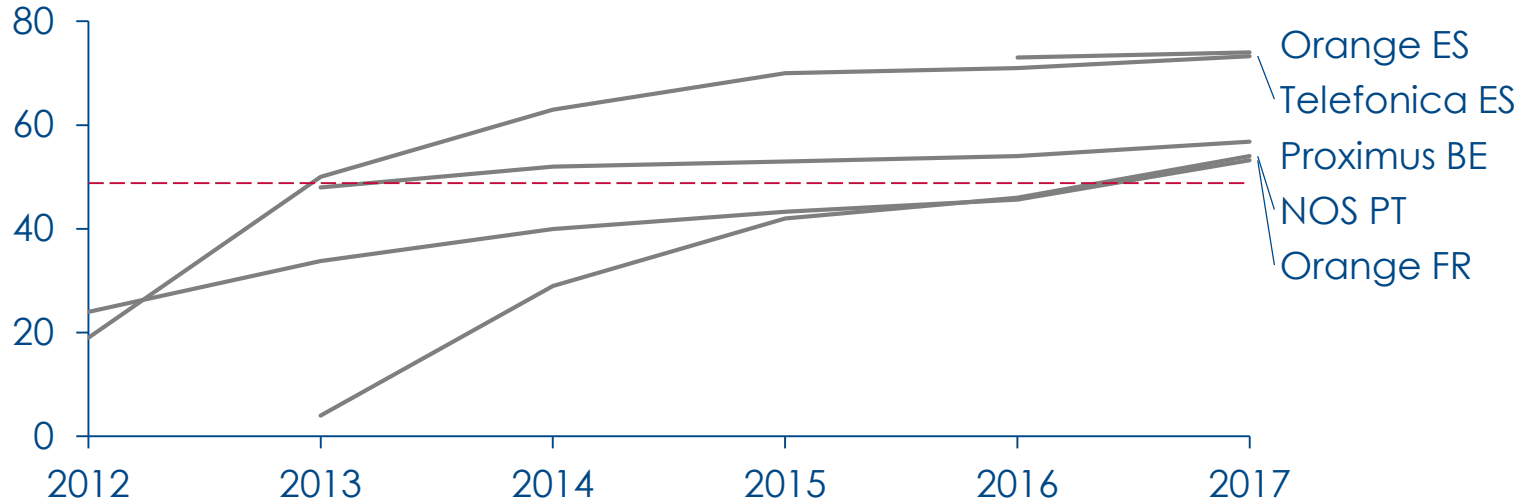


Das wesentliche Risiko für nicht konvergente Betreiber ist die sukzessive Reduzierung ihres adressierbaren Marktes



Haushaltspenetration konvergenter Dienste

in % der Breitband Haushalte





Ein konvergenter Telekom Markt hat Herausforderungen



- 1 Konvergenz führt nicht zu einer Marktreparatur
- 2 Markt EBITDA niedriger, aber kaum Unterschiede auf Betreiber-Ebene
- 3 Keine konsistente Gewinner Strategie
- 4 Schwierige Differenzierung für nicht konvergente Akteure



Die Digitalisierung des Kerngeschäfts beruht auf digitalen Technologien, Schnittstellen und Arbeitsweisen



Digitalisierung

Anwendung von **digitalen Technologien, digitalen Schnittstellen** und **digitalen Arbeitsweisen** um ein bestehendes Geschäftsmodell zu verändern und Umsatz- und Kostenverbesserungen zu erzielen.



Digitale Technologien

- Analytics / Big data
- Virtualisierung
- Roboter (virtuell/physisch)
- Künstliche Intelligenz
- Open source/APIs
- Blockchain



Digitale Schnittstellen

- Sprachsteuerung
- Augmented Reality
- Virtual Reality
- Connected Things



Digitale Arbeitsweisen

- Agile Methoden
- Ambidextrous
- DevOps
- Lean

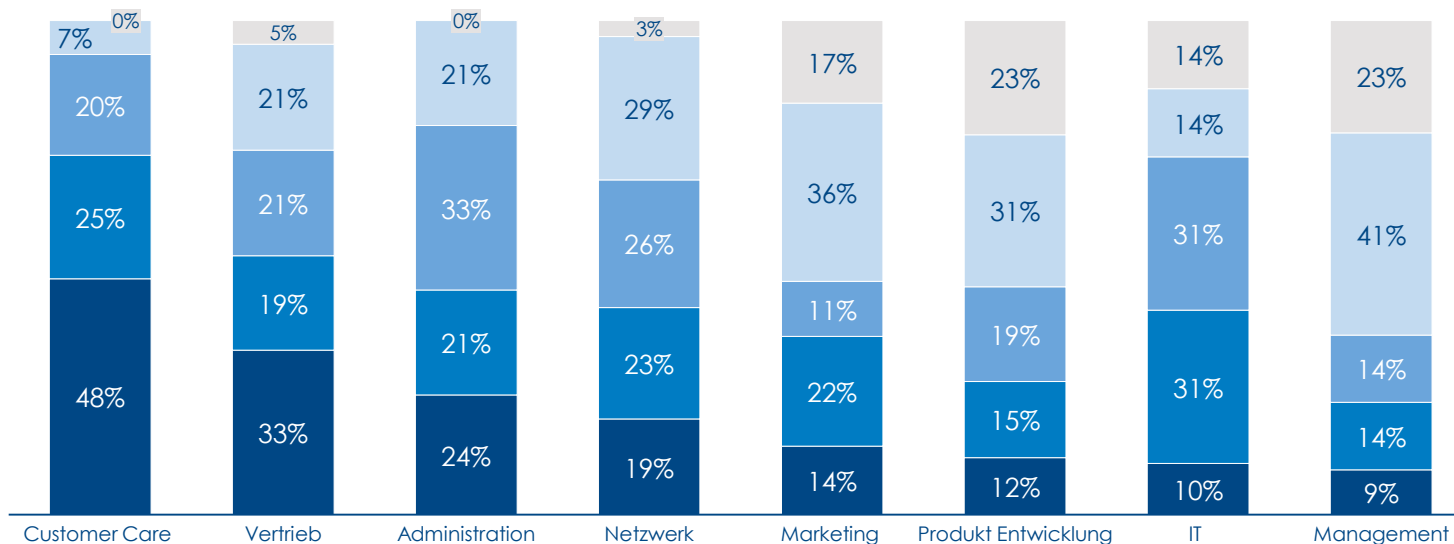


Die Digitalisierung ermöglicht signifikante Einsparungen in wesentlichen Prozessen von Telekomaniern



Einsparungspotential durch Digitalisierung

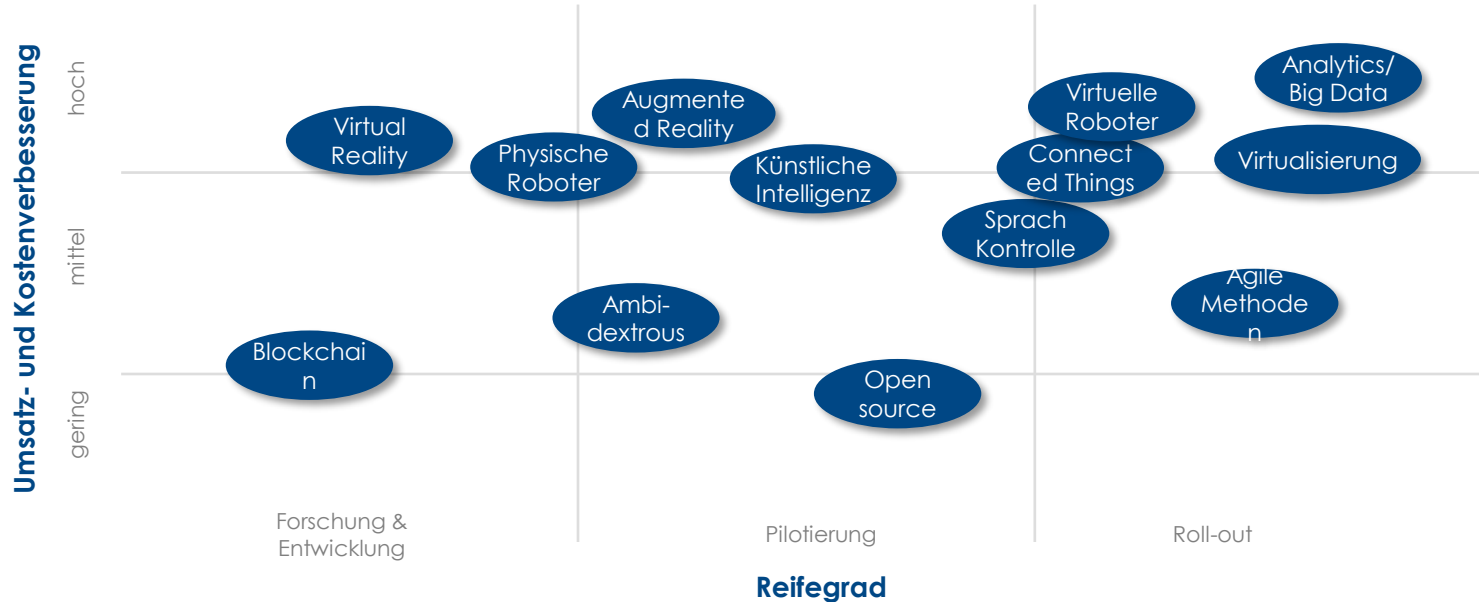
in % der Kostenbasis





Der Einsatz der Treiber der Digitalisierung muss genau abgewogen werden

Reifegrad von Digitalisierungstreibern





Führende Telekomanbieter setzen bereits heute auf den Einsatz wesentlicher Digitalisierungstreiber



Digitale Technologien

Telefonica

Telefónica setzt auf eine gruppenweite Plattform für **Künstliche Intelligenz** (Aura), um Kundenbeziehungen und Interaktionen durch kognitive Fähigkeiten zu digitalisieren



Digitale Arbeitsweisen

TELE2

TELE2 setzt auf die Skalierung kollaborativer und **agiler Prozesse** über die gesamte Organisation hinweg



Digitale Schnittstellen



EE nutzt **Augmented Reality** für verschiedene Geschäftsfälle (z. B. den Außendienst und die Kundenbetreuung, um Serviceunterbrechungen vor Ort Remote zu beheben)



Die Digitalisierung von Telekombetreibern kann in vier wesentliche Schritte zusammengefasst werden



Konferenz für Kabel-TV & Breitband

01 Digitale Grundlagen

Digitalisierung bestehender, analoger Prozesse

33%

02 Digitaler Durchbruch

Neudenken von Prozessen durch Digitalisierung

50%

03 Digitale Revolution

Neuerfindung der Kundenerfahrung

13%

04 Digitale Expansion

Nutzung von Plattformen & Fähigkeiten für neue Märkte

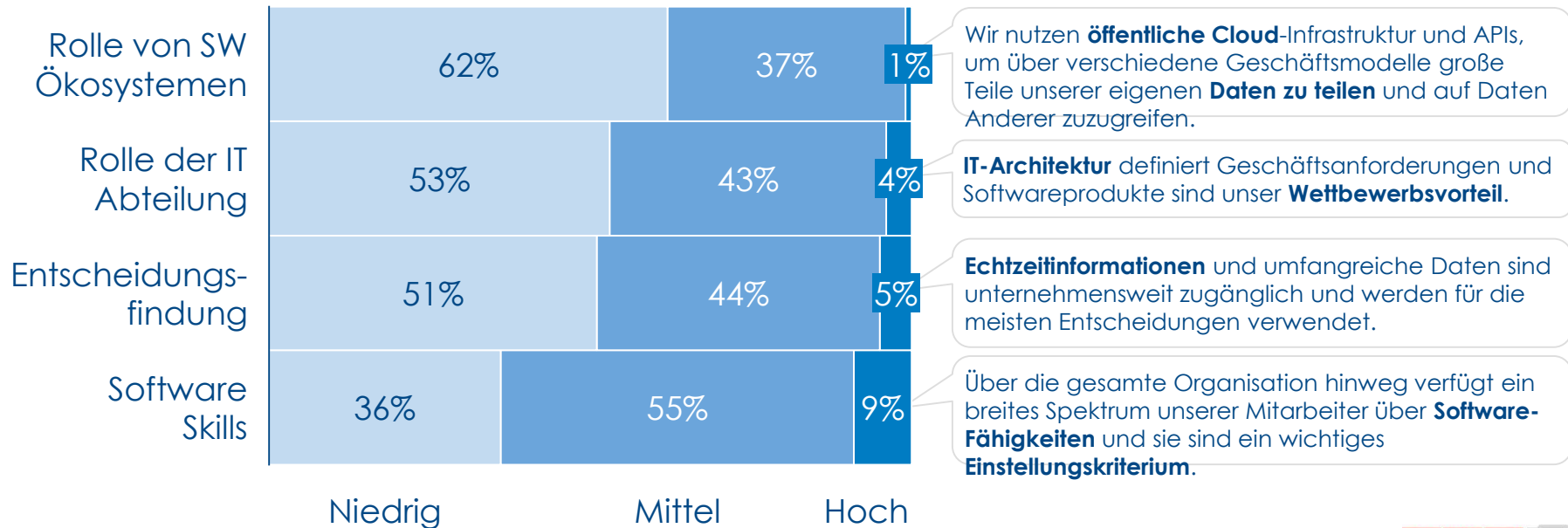
39%



Höchst digitalisierte Telekombetreiber räumen Software einen sehr hohen Stellenwert ein



Software Nutzung & Mindset





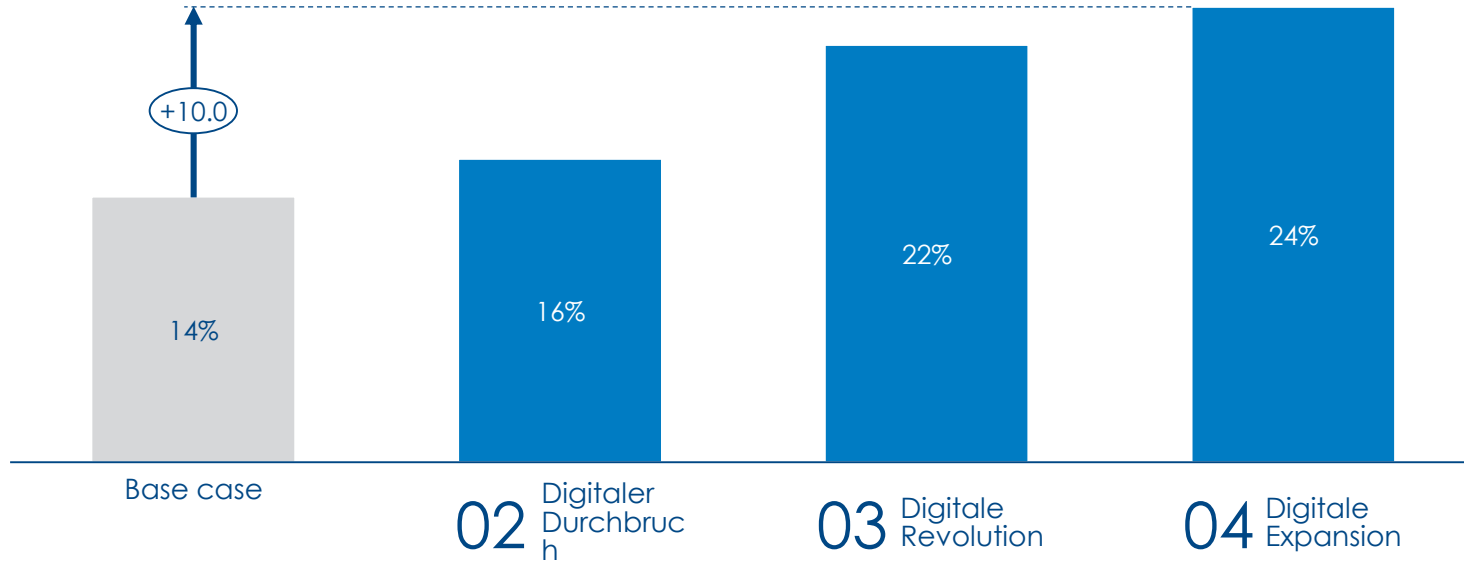
Konsequente Digitalisierung kann die EGT-Marge innerhalb von 10 Jahren um 10 Prozentpunkte verbessern



Konferenz für Kabel-TV & Breitband

EGT Verbesserung durch Digitalisierung

in % des Umsatzes





Für regionale Kabelbetreiber ergeben sich vier wesentliche Positionierungsmöglichkeiten



Der Digitalisierungsprofi

Fokussierung auf Kundennähe und hohen Servicecharakter im gesamten Digitalisierungsumfeld (Elektronik, Smart Home,...)

Der regionale IKT Marktführer



Full-Service Telekomanbieter in allen Segmenten (d.h. Mobilfunk/5G, IKT für KMUs) mit starkem lokalem Vertrieb



Der One-Stop-Shop für den Haushalt

Enge kommerzielle & technische Verzahnung von Telekom- und anderen Haushaltsdiensten (Energie, Smart Home, Smart Life, ...)



Der Netzwerk Champion

Upgrade und weiterer Ausbau der Glasfaserversorgung ländlicher Gebiete und Öffnung der eigenen Infrastruktur

