



## Pressemitteilung:

### Taktiererei um Kabel Deutschland-Verkauf verunsichert Kabelkunden

***KDG verpasst Erhöhung des Unternehmenswertes um ca. 1,08 Mrd. Euro durch zusätzlichen EBITDA von 135 Mio. Euro durch verfehlte Verkaufstaktik***

Lauchhammer, den 22.02.2010:

*„Die Taktiererei der derzeitigen Besitzer von Kabel Deutschland (KDG) verunsichert nicht nur die Kunden der KDG. Darüber hinaus wird die KDG weitere Kundenhaushalte verlieren. Zusätzlich verpasst sie durch klaren Strategiewechsel mit neuem Besitzer die Chance auf Kooperation mit den unabhängigen mittelständischen Kabelnetzbetreibern (uKNB) und damit einen zusätzlichen EBITDA von 135 Mio. Euro.“ Dies erklärte der Geschäftsführende stellvertretende Vorsitzende des FRK, Heinz-Peter Labonte, heute in Lauchhammer.*

Er begründete seine Aussage mit dem Hinweis, die KDG habe seit 2003 rund 3,5 Mio. Kundenhaushalte verloren, weil sie nicht mit den mittelständischen uKNB kooperiert habe. Die Telekom habe 2003 rund 11 Mio. Haushalte als Kunden verkauft. Durch Zukauf von über 1 Mio. Kundenhaushalten von Orion und Übernahme von mehr als 500.000 weiteren Kundenhaushalten müsste die KDG heute über 12,5 Mio. Kundenhaushalte betreuen. Tatsächlich habe sie aber heute nur noch knapp 9 Mio. Kunden. Davon seien ca. 5 Mio. als lediglich mittelbare Kunden über mittelständische uKNB versorgt, die ihr Signal von der KDG bezögen. Entsprechend habe die KDG seit Erwerb durch Finanzinvestoren rund 3,5 Mio. Kundenhaushalte verloren.

„Mit einem Besitzerwechsel hätte die Chance bestanden, auch einen Strategiewechsel hin zu einer Kooperation mit den uKNB seitens der KDG vorzunehmen. Zusammen mit den 10 Mio. zwischenzeitlich von uKNB von deren Kopfstellen direkt betreuten Haushalten könnte ein neuer Besitzer einen zusätzlichen Umsatz von mindestens 180 Mio. Euro pro Jahr erwirtschaften. Selbst bei einer Umsatzbeteiligung von 25 % bedeutet dies einen zusätzlichen Rohertrag (EBITDA) von 135 Mio. Euro jährlich oder einen zusätzlichen Unternehmenswert von 1,08 Mrd. Euro für die KDG. Nur durch Änderung der Marktstrategie“, erklärte Labonte.

.../2

Würden nämlich die 5 Mio. mittelbaren Kunden ebenso wie die rund 10 Mio. Haushalte, die von uKNB-Kopfstellen beliefert werden, das Produkt Digital Home der KDG kaufen und bei einer Marktpenetration von lediglich 10 % (1,5 Mio. Haushalte) im Wettbewerb zu sky mit Digital Home beliefert, wäre die Wettbewerbsstärkung des Kabelmarktes gegen Angebote wie T-Entertain und sonstige Satelliten- oder IPTV-Plattformen dauerhaft gestärkt. Die KDG könnte in freiwilliger Kooperation mit den uKNB nachhaltig mit den großen Telekommunikationsanbietern und ihren IPTV-Angeboten konkurrieren.

Durch einen Börsengang der KDG unter Führung ihrer derzeitigen Besitzer und ihrer dogmatischen Vermarktungsstrategie seien nunmehr die uKNB darauf angewiesen, Kooperationen mit den Telekommunikationskonzernen zu suchen, Modelle zu entwickeln und letztlich ihren Kunden anzubieten.

**Kontakt:**

**Heinz-Peter Labonte**

**Geschäftsführender stellvertretender Vorsitzender des FRK:**

Steinritsch 2, 55270 Klein-Winternheim

Tel. 06136-9969.10, .11, .12

Fax 06136-85708

Mobil 0171 - 8028640

Email [labonte@kabelverband-frk.de](mailto:labonte@kabelverband-frk.de)

Direkt [hp.labonte.kombunt@t-online.de](mailto:hp.labonte.kombunt@t-online.de)