

# Studie

Breitband als  
Geschäftsfeld der  
Energieversorgungs-  
unternehmen

Eine Studie von PKF Fasselt  
basierend auf einer Marktumfrage

# Sehr geehrte Leserinnen und Leser!

Der Breitbandausbau ist in Deutschland im Trend. Die Zukunft ist digital und die Digitalisierung braucht Breitbandnetze. Aus diesem Grund ist Breitband heute ein Thema, das sich durch alle wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Strukturen zieht.

Breitbandinfrastrukturen haben auch für die Energiewirtschaft eine große Bedeutung. Die mit der Energiewende einhergehende Dezentralisierung der Energieproduktion, die zunehmende Einspeisung von Energie aus erneuerbaren Quellen sowie die intelligente Steuerung des Energieverbrauchs erfordern leistungsstarke und schnelle Systeme. Der Bedarf an Netzen mit stabilen und sicheren Bandbreiten steigt stetig.

Breitband als Zukunftsthema hat sich mittlerweile bei vielen Energieversorgungsunternehmen (EVU) und Netzbetreibern etabliert. Synergieeffekte, die Möglichkeit der Ausnutzung vorhandener Kompetenzen und bestehender Infrastruktur und die ökonomisch sinnvolle gleichzeitige Verlegung von Breitband- und Energienetzen legen für Energieversorger ein Engagement im Breitbandgeschäft nahe. Viele EVU und Netzbetreiber haben vor diesem Hintergrund Breitband bereits als neues Geschäftsfeld für sich entdeckt. Dabei kommt eine Entwicklung des Breitbandgeschäfts auf unterschiedlichen Wertschöpfungsebenen und in unterschiedlichen Marktrollen in Betracht – von der Verlegung/Nutzung passiver Infrastruktur bis hin zum integrierten Angebot von Telekommunikationsprodukten.

Ein Engagement im Breitbandausbau als neue Technologie wirft für EVU viele Fragen auf, darunter z. B. das Ausbalancieren von Investitionskosten und Wirtschaftlichkeit, die Entwicklung geeigneter Strategien, die Identifizierung geeigneter Wertschöpfungsebenen und die Eingehung von Partnerschaften für ein Engagement im Bereich Breitband.

Vor diesem Hintergrund hat PKF Fasselt die Studie „Breitband als Geschäftsfeld der EVU“ (im Folgenden: „PKF Breitband-Studie“) durchgeführt. Die Studie ermittelt und analysiert aktuelle Fragen des Breitbandgeschäftes aus Sicht der EVU, darunter die Entwicklung geeigneter Strategien und Wertschöpfungsebenen, das Ausbalancieren der Wirtschaftlichkeit, die Eingehung von Partnerschaften und besondere Herausforderungen in diesem Geschäftsfeld.

Eine informative Lektüre wünscht Ihnen

Ihr Team von PKF

# 1. Der Breitband-Markt in Deutschland – Ein Überblick

Die Telekommunikation spielt eine zentrale Rolle für die Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft. Zugang zu leistungsfähigen Telekommunikationsnetzen ist Voraussetzung für die Umsetzung innovativer Anwendungen in wichtigen Bereichen wie IoT, Smart Energy, Smart City, E-Learning, E-Health und Cloud. Außerdem bilden leistungsfähige TK-Netze einen wichtigen Baustein für Wettbewerbsfähigkeit auf wirtschaftlicher, wissenschaftlicher und gesellschaftlicher Ebene über die Landesgrenzen hinaus. Deutschland benötigt flächendeckende Breitband-Infrastrukturen, um seine Stellung als starke Volkswirtschaft auch perspektivisch behaupten zu können.

Gesellschaft und Politik haben inzwischen erkannt, dass die Entwicklung der digitalen Infrastruktur unabdingbar ist und der Ausbau hat in den letzten Jahren deutlich an Fahrt aufgenommen. Der aktuelle Koalitionsvertrag bekennt sich zu einem Netzinfrastukturwechsel zugunsten von Breitband und vor allem Glasfaser und setzt dem jahrelangen Hadern mit möglichen TK-Technologien ein Ende: „Wir gestalten den Weg in die Gigabit-Gesellschaft mit höchster Priorität. Deshalb wollen wir den flächendeckenden Ausbau mit Gigabit-Netzen bis 2025 erreichen“ (Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD vom 12. März 2018).

## 1.1. Key Facts, Zukunftsinitiative „Gigabit-Deutschland“

Der gegenwärtige Stand im deutschen Breitbandmarkt lässt sich anhand ausgewählter Indikatoren aus dem Bericht von WIK-Consult aufzeigen (s. Abb. 1).

Indikatoren	Wert
Festnetz-Breitbandverfügbarkeit (mit Bandbreiten von mind. 2 Mbit/s)	98 %
HFC-Verfügbarkeit	64 %
FTTB/H-Verfügbarkeit	9 %
Gemessene durchschnittliche Downloadgeschwindigkeit	74,33 Mbit/s
Anteil der Haushalte mit Festnetzbreitbandanschluss	82 %
Anteil der Haushalte mit Breitbandkabelanschluss	19 %
Anteil der Haushalte mit FTTB/H-Anschluss	3 %

Abb. 1: Indikatoren zum Festnetzmarkt (Quelle: WIK-Consult Bericht „Der deutsche Telekommunikationsmarkt im internationalen Vergleich“, Juli 2020)

Danach ist die Versorgungslage im deutschen Festnetz-Breitband Markt inhomogen. Zwar hat mit 98 % bzw. 82 % ein hoher Anteil der deutschen Haushalte allgemein Zugang zum Internet bzw. kann einen Festnetzbreitbandanschluss mit Bandbreiten von min. 2 Mbit/s nutzen. Auch die Verfügbarkeit von hybriden HFC-Kabelnetzen ist mit 64 % vergleichsweise hoch.

Problematisch ist die Verfügbarkeit moderner und leistungsstarker FTTB/H-Glasfaseranschlüsse: Die allgemeine Verfügbarkeit bis zum Gebäude (FTTB/H) liegt in Deutschland insgesamt bei 9 % und in Haushalten nur bei 3 %. Der Anteil von Breitbandkabelanschlüssen in Haushalten liegt in Deutschland bei 19 %.

Auf Bundesebene sind für den Breitbandausbau das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) und das Bundeswirtschaftsministerium (BMWi) verantwortlich. Eines der Kernelemente der deutschen Digitalisierungsstrategie bildet die „Zukunftsoffensive Gigabit-Deutschland“ des BMVI, die im November 2016 veröffentlicht wurde und für die in der Zeit bis zum Jahr 2025 vier Entwicklungsphasen beim Ausbau der Breitbandinfrastruktur in Deutschland geplant sind. Neben den verschiedenen Initiativen und Maßnahmen des Bundes gibt es in Deutschland auch in den Bundesländern eigene Pläne und Strategien für den Breitbandausbau. Die Länder stellen auch eigene Landesmittel für Ausbauprojekte der Kommunen und Landkreise zur Verfügung. Nach Beginn der Zukunftsoffensive steht Deutschland im EU-Vergleich von Subventionen beim Breitbandausbau in den ersten Reihen (s. Abb. 2).

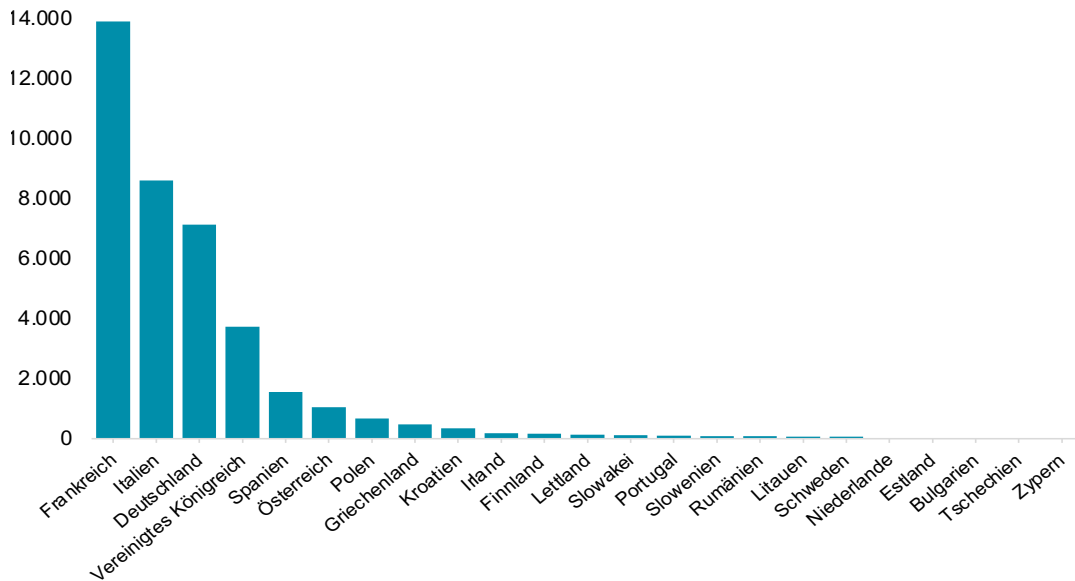


Abb. 2: Notifizierte Subventionen für den Breitbandausbau in EU 28, in Mio. EUR, Jahre 2003 - 2018 (Quelle: WIK-Consult Bericht „Der deutsche Telekommunikationsmarkt im internationalen Vergleich“, Juli 2020)

Die verfügbaren Zahlen beziehen sich allerdings auf das Jahr 2018. Es ist anzunehmen, dass Breitbandsubventionen in Deutschland in den darauffolgenden Jahren weiter zugenommen haben.

## 1.2. Aktuelle Entwicklungen, Nachfrage und Marktplayer

Die aktuellen Entwicklungen im Breitband- und Glasfasermarkt sind in Deutschland gegenwärtig positiv. Dem Breitband ist der Durchbruch gelungen und er wird sowohl durch die staatlichen Institutionen auf Bundes- und Länderebene gefördert als auch durch privates Engagement vorangetrieben.

Der digitale Schub im Zuge der COVID-19-Pandemie in den Jahren 2020/21 hat die Bedeutung schneller und zuverlässiger Internetverbindungen und den Bedarf an Breitband/Glasfaser weiter im gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bewusstsein verankert. Die Frage, ob die teuren und im Ausbau aufwendigen Glasfaser-Technologien wirklich notwendig sind, stellt sich nicht mehr. Der Bedarf nach Breitband steigt gegenwärtig stark und der Ausbau mit Glasfaser wird als unerlässlich betrachtet (s. Abb. 3).

Die für ein Engagement der Privatwirtschaft notwendige Nachfrage nach Breitbandanschlüssen wird positiv eingeschätzt. Nach den Berechnungen von WIK-Consult wird zum Jahr 2025 die

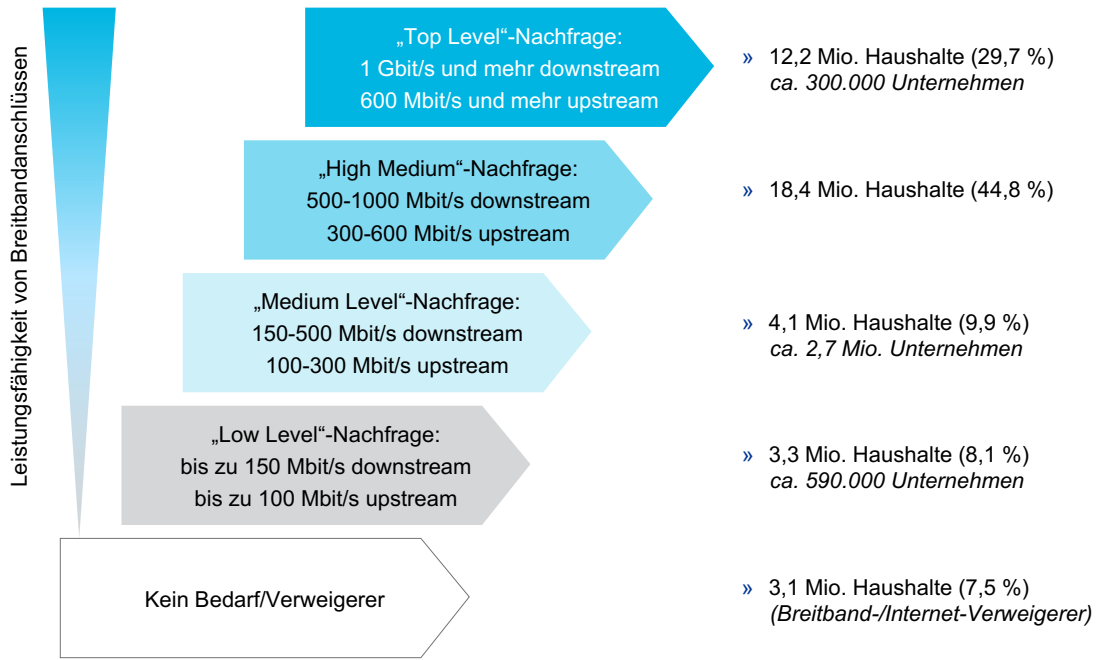


Abb. 3: Nachfragepotenzial für Breitbandanschlüsse in Deutschland in 2025 (Quelle: WIK-Consult Bericht „Die Privatkundennachfrage nach hochbitratigem Breitbandinternet im Jahr 2025“, März 2017)

Privatkundennachfrage nach Breitbandanschlüssen ca. 41 Mio. Haushalte, davon 30,6 Mio. (54,1 %) für Top- und High-Medium-Level betragen. Ca. 75 % der Haushalte werden bis 2025 Bandbreiten über 500 Mbit/s nachfragen.

Der Breitbandmarkt in Deutschland wird zu 87,7 % von vier großen Anbietern beherrscht: Telekom, Vodafone, 1&1 und Telefónica. Die restlichen 12,3 % entfallen auf kleinere und regionale Anbieter, darunter Energieversorgungsunternehmen mit einem Marktvolumen von 1,9 Mio. EUR und einem Marktanteil von 5,3 % (s. Abb. 4).

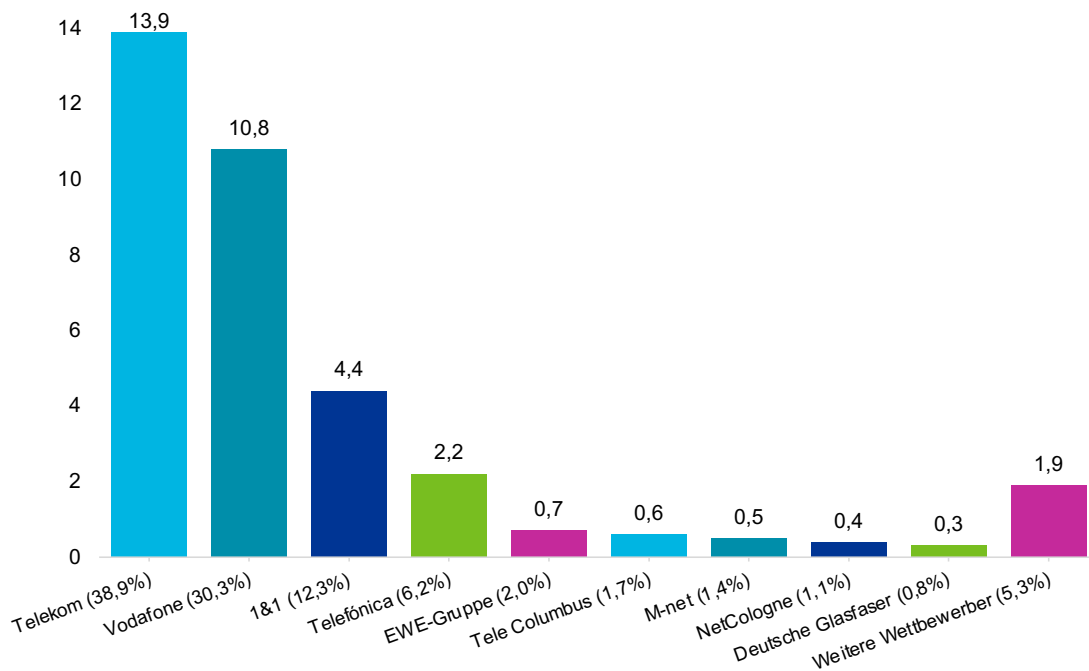


Abb. 4: Breitbandkunden nach Unternehmen, in Mio. EUR, Stand 30. Juni 2020 (Quelle: „22. TK-Marktanalyse Deutschland 2020, Dialog Consult/VATM“ vom 6. Oktober 2020)

## 2. Die Breitband-Studie

Die PKF Breitband-Umfrage richtete sich an regionale Energieversorger, Netzbetreiber und Unternehmen mit Schwerpunkt im Breitband- und Telekommunikationsgeschäft (im Folgenden „TK Unternehmen“) und wurde im Oktober/November 2020 durchgeführt.

### 2.1. Zielsetzung und Vorgehensweise

Fragestellungen rund um das Thema „Breitband als Geschäftsfeld für EVU“ zielten auf eine Bestandsaufnahme von regionalen Aktivitäten und Perspektiven im Bereich des Breitbandausbaus. Auf Grundlage der Umfrageergebnisse wurde diese PKF Breitband-Studie entwickelt.

Unter dem Begriff „Breitband“ werden in der Regel alle Übertragungstechniken, -verfahren und Netze zusammengefasst, die eine hohe Datenübertragungsgeschwindigkeit haben. Die PKF Breitband-Studie setzt sich in erster Linie mit den Breitbandvorhaben auseinander, bei denen Glasfaserinfrastruktur genutzt wird oder zur Anwendung kommen kann – **FTTH** (*fibre to the home*), **FTTB** (*fibre to the building*) und **FTTC** (*fibre to the curb*).

### 2.2. Adressaten/Unternehmensdaten

#### 2.2.1. Haupttätigkeit

Der Teilnehmerkreis der PKF Breitband-Umfrage lässt sich nach folgenden Geschäftsfeldern klassifizieren (s. Abb. 5):

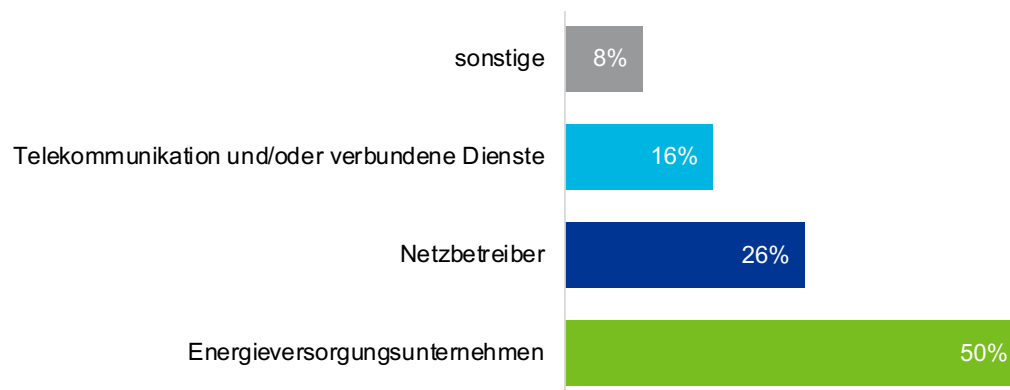


Abb. 5: Haupttätigkeit der befragten Unternehmen

#### 2.2.2. Mitarbeiterzahl und Jahresumsatz

Erfasst wurde auch die Mitarbeiteranzahl der befragten Unternehmen. Aufgrund der unterschiedlichen Unternehmensgrößen und des breiten Teilnehmerspektrums kann das Geschäftsfeld Breitband im Ergebnis sowohl für kleinere und mittlere (bis 500 Mitarbeiter - ca. 69 %) als auch für größere Energieunternehmen (ab 500 Mitarbeiter - ca. 31 %) beurteilt werden (s. Abb. 6).

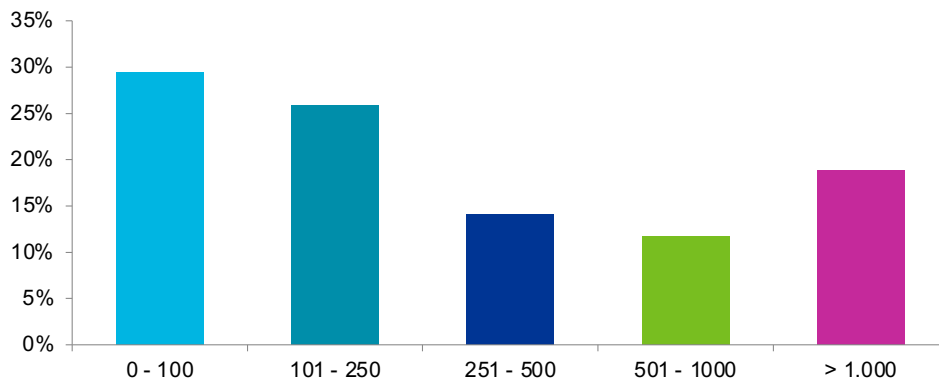


Abb. 6: Mitarbeiteranzahl der Teilnehmer

Neben der Mitarbeiterzahl wurde außerdem der Jahresumsatz 2019 der Teilnehmer erfasst. Die nachfolgende Grafik veranschaulicht den Jahresumsatz der beteiligten Unternehmen (s. Abb. 7).

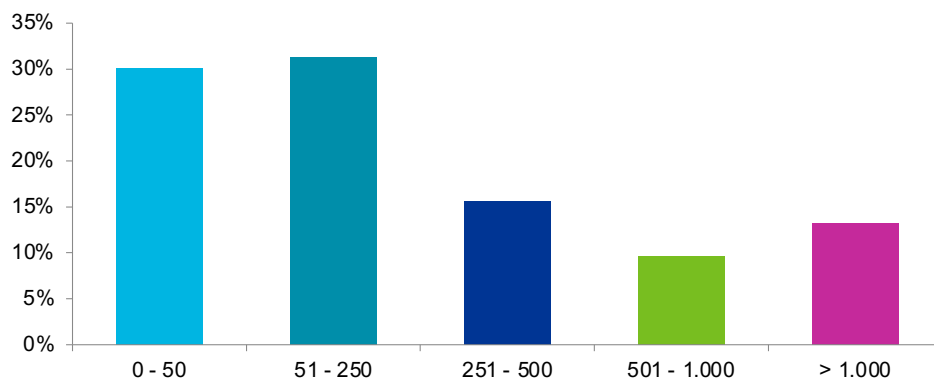


Abb. 7: Jahresumsatz der Teilnehmer, in Mio. EUR (Geschäftsjahr 2019)

### 2.2.3. Verantwortungsstufen

Qualität und Meinungsvielfalt wahrte die PKF Breitband-Studie durch eine sorgfältige Auswahl der Umfrageadressaten aus verschiedenen Führungspositionen.

Der hohe Teilnehmeranteil aus Top- und mittlerer Führungsebene spricht für eine hohe Qualität der auswertbaren Umfrageergebnisse zu strategischer Entwicklung und Zukunftsplanung in den Unternehmen (s. Abb. 8).

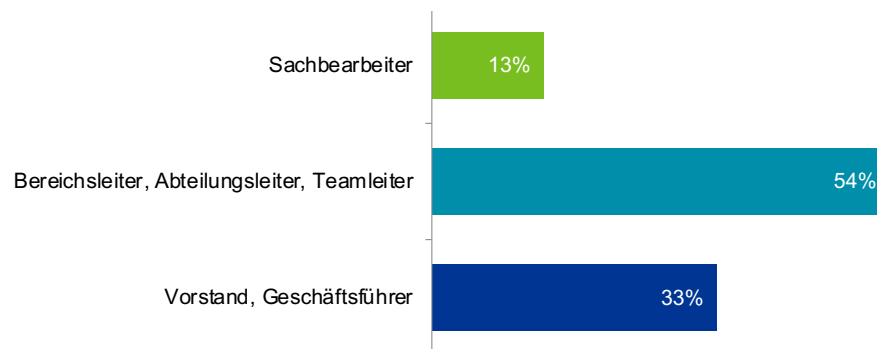


Abb. 8: Verantwortungsstufen der Teilnehmer

### 2.2.4. Größe des Versorgungsgebietes

Die Auswertung der Antworten hinsichtlich der Größe des Versorgungsbereichs zeigt eine ausgewogene Verteilung zwischen kleineren, mittleren und größeren Versorgungsgebieten (s. Abb. 9).

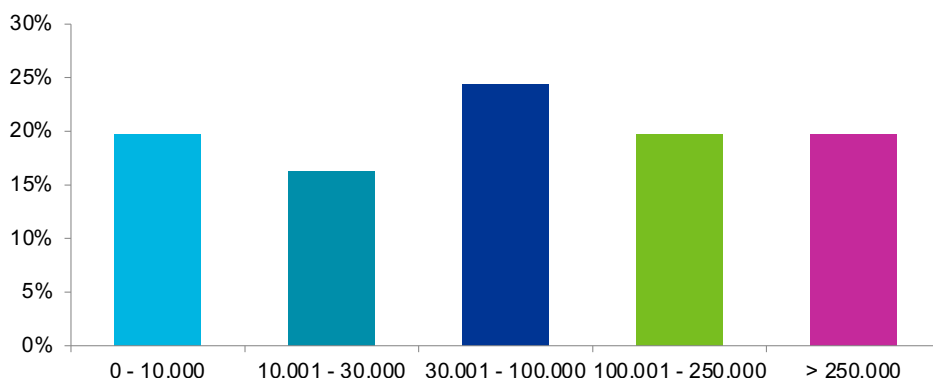


Abb. 9: Größe der Versorgungsgebiete (Anzahl von Haushalten)

Dieses Ergebnis zeigt die Repräsentation verschiedener Unternehmensgrößen. Dies ist von zentraler Bedeutung, da kleinere ländliche EVU potentiell vor anderen Problemen und Herausforderungen stehen können als größere urbane EVU.

### 2.2.5. Einwohnerzahl und Urbanität

Die Einwohnerzahl und die Urbanität in den Versorgungsgebieten der Teilnehmer sind wichtig, um Möglichkeiten bei der Gestaltung strategischer Entwicklungspläne zu analysieren.

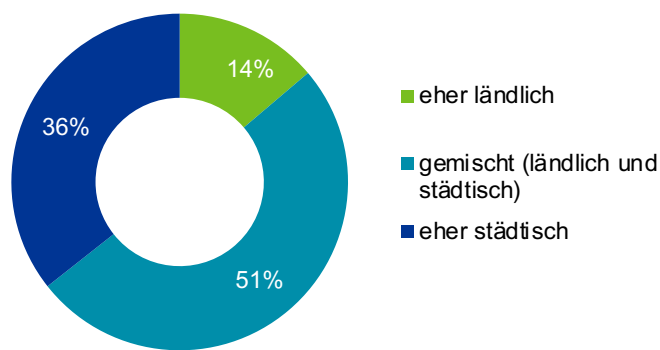


Abb. 10: Urbanität des Versorgungsgebietes

Die oben stehende Grafik (Abb. 10) verdeutlicht, dass ein Großteil der befragten Unternehmen ein gemischtes bis städtisches Versorgungsgebiet bedient.

Auch die Ergebnisse zur Urbanität zeigen, dass die PKF Breitband-Studie breit aufgestellt ist – die teilnehmenden Unternehmen versorgen kleinere, mittlere und größere Versorgungsgebiete, davon 14 % mit ländlicher, 36 % mit städtischer und 51 % mit gemischter Besiedlung.



### 2.2.6. Geschäftsfelder

Die aktuellen Geschäftsfelder wurden ebenfalls ausgewertet. Die nachfolgende Grafik verdeutlicht die Variabilität und Vielfalt der Geschäftsfelder, in denen die Teilnehmer der Umfrage tätig sind.

Die teilnehmenden EVU sind meistens vollintegriert und decken die ganze Bandbreite der regionalen Energiewirtschaft ab.

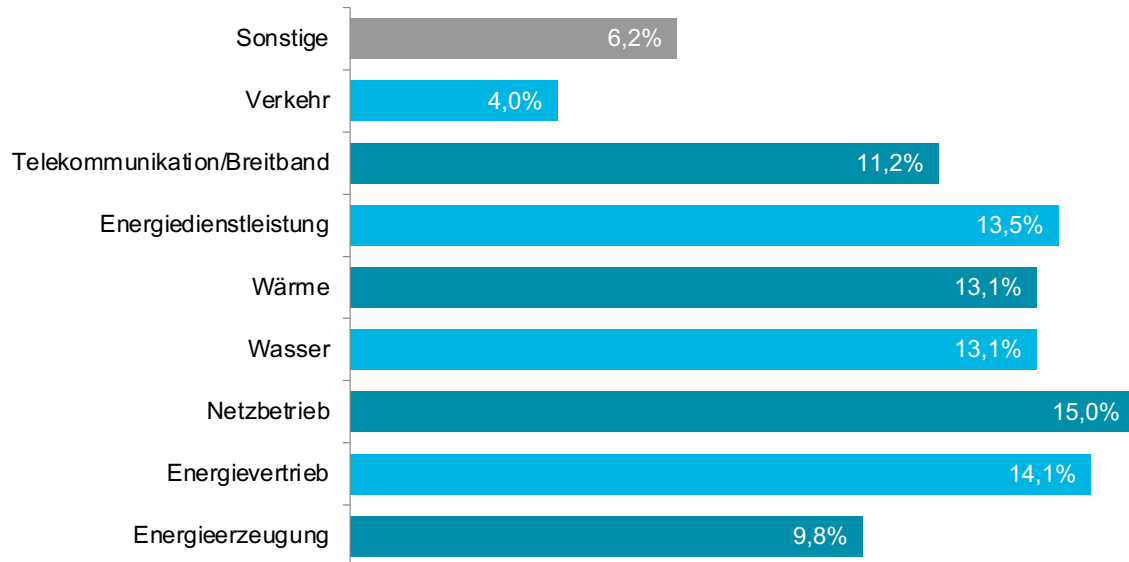


Abb. 11: Geschäftsfelder der Teilnehmer

## 2.3. Ergebnisse der Studie

### 2.3.1. Status quo des Breitbandausbaus

Um einen Überblick über den aktuellen Status quo des Breitbandausbaus zu erhalten, wurden die Teilnehmer zunächst um eine Einschätzung der Breitbandentwicklung in ihrem jeweiligen Tätigkeitsgebiet gebeten. Die Beurteilung fällt kritisch aus:

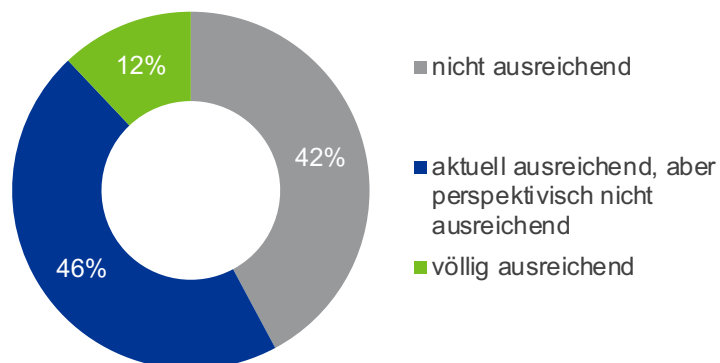


Abb. 12: Stand der Breitbandentwicklung

- » Lediglich 12 % halten den gegenwärtigen Stand der Breitbandversorgung auch zukünftig für ausreichend,
- » für 46 % ist die Breitbandversorgung zwar aktuell, nicht aber perspektivisch ausreichend,
- » für 42 % ist der Breitbandausbau in ihrem Tätigkeitsgebiet bereits aktuell unzureichend.

Eine Mehrheit von 88 % der befragten Unternehmen beurteilt die künftige Versorgung mit Breitbandinfrastruktur im eigenen Versorgungsgebiet somit als unzureichend. Der Bedarf, wie auch das Erfordernis einer weiteren Entwicklung der Breitbandinfrastruktur tritt im Umfrageergebnis offen zutage.

Bei der Betrachtung der Breitbandentwicklung in Abhängigkeit zur Größe des jeweiligen Versorgungsgebietes zeigt sich ein differenziertes Bild (s. Abb. 13).

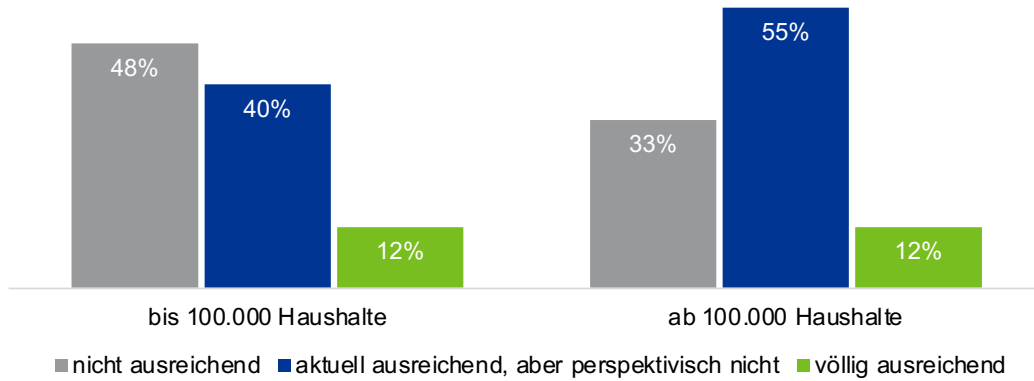


Abb. 13: Breitbandentwicklung nach Größe des Versorgungsgebietes

Auch wenn aufgrund der Stichprobengröße der Umfrage keine repräsentativen Rückschlüsse auf die Gesamtsituation in Deutschland gezogen werden können, lässt die angegebene Verteilung doch feststellen, dass der Anteil der aktuell bereits unzureichenden Breitbandversorgung in kleineren Versorgungsgebieten höher eingestuft wird als in größeren. In größeren Versorgungsgebieten wird der Breitbandausbau vor allem künftig als unzureichend eingestuft, was u. a. mit dem demographischen Wandel sowie den steigenden infrastrukturellen Anforderungen in urbanen Gebieten zu erklären ist.

Bei der Einschätzung der Teilnehmer, wer in ihrem jeweiligen Tätigkeitsgebiet am meisten vom Breitbandausbau profitiert, liegen die Einwohner vorne (80 % Zustimmung), gefolgt von der regionalen Wirtschaft und dem Handwerk (74 % Zustimmung). Etwa 59 % sehen Stadtverwaltungen und Kommunen als mögliche Profiteure eines erweiterten Glasfaserausbaus (s. Abb. 14).

Auffällig ist außerdem, dass der regionalen Wirtschaft im Vergleich zur überregionalen Wirtschaft deutlich größere Profitpotentiale zugesprochen werden.

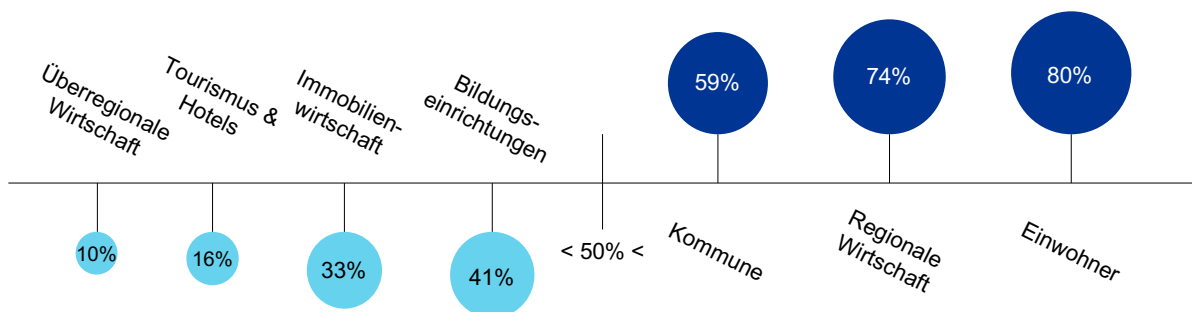


Abb. 14: Hauptprofiteure des Glasfaserausbaus

### 2.3.2. Strategische Handlungsoptionen

Außerhalb ihrer energiewirtschaftlichen Kernkompetenzen stellt der Breitbandausbau für Energieversorger ein vergleichsweise neues Betätigungsfeld dar. Um ein umfassendes Bild von Stellenwert und Geschäftschancen des Breitbandausbaus bei den Energieversorgern und TK Unternehmen zu gewinnen, wurden die Teilnehmer zu ihren strategischen Aktivitäten, Handlungsoptionen und der konkreten Geschäftsgestaltung bei ihrem Breitbandausbau befragt.

Tatsächlich spielt das Thema Breitband eine zunehmend wichtigere Rolle bei den Energieunternehmen. So geben rund 67 % der befragten Unternehmen an, dass der Breitbandausbau eine übergeordnete Bedeutung auf der strategischen Agenda ihres Unternehmens einnimmt. Derselbe Anteil der Teilnehmer ist außerdem von der Möglichkeit überzeugt, Breitband als neues, langfristiges und erfolgreiches Geschäftsfeld im Unternehmen zu entwickeln.

Unterscheidet man die Einschätzungen zur Wichtigkeit des Breitbandausbaus nach dem Geschäftsfokus der befragten Unternehmen, ergibt sich folgendes Bild (s. Abb. 15):

	unwichtig	eher unwichtig	weder wichtig noch unwichtig	eher wichtig	wichtig
Energieversorgungsunternehmen	5,8 %	11,5 %	19,2 %	25,0 %	38,5 %
Netzbetreiber	0,0 %	6,7 %	6,7 %	33,3 %	53,3 %
Telekommunikationsunternehmen	0,0 %	10,0 %	5,0 %	15,0 %	70 %
sonstige	10,0 %	0,0 %	20,0 %	30,0 %	40,0 %

Abb. 15: Einschätzung zur Bedeutung von Breitband auf der strategischen Unternehmensagenda

- » Breitband hat eine herausragende Bedeutung bei den TK Unternehmen (70 %),
- » rund 53 % der Netzbetreiber schätzen die Bedeutung des Breitbandausbaus auf ihrer strategischen Unternehmensagenda als wichtig ein,
- » bei den EVU liegt der Anteil der Teilnehmer, die den Breitbandausbau für wichtig halten, bei 39 %. Allerdings schätzen auch 16 % der teilnehmenden EVU Breitband als unwichtig ein, worin die durchaus kritische Haltung zum Breitbandausbau in der Energiebranche Ausdruck findet.

Die herausragende Bedeutung des Breitbandausbaus bei den TK Unternehmen ist aufgrund der Nähe zum Kerngeschäft nachvollziehbar und wenig überraschend. Im direkten Vergleich zwischen Netzbetreibern und EVU zeigt sich, dass der Breitbandausbau vor allem bei den Netzbetreibern eine übergeordnete Rolle einnimmt. Gerade im Netzbetrieb steigen die Anforderungen an das moderne Netz im Zuge der Digitalisierung sowie der Dezentralisierung der Energieerzeugung stetig an. Eine solide Breitbandinfrastruktur ist dabei wichtiges Fundament für den Aufbau intelligenter und leistungsfähiger Netze.

Diesen Trends folgend ist der Großteil der Umfrageteilnehmer bereits selbst im Breitbandausbau tätig geworden.

Rund 80 % der befragten Unternehmen haben bereits oder planen in Zukunft Breitband als Geschäftsfeld in ihr Portfolio aufzunehmen. Circa 20 % der Befragten planen hingegen keinerlei Aufnahme des Breitbandausbaus in ihr Unternehmensportfolio.

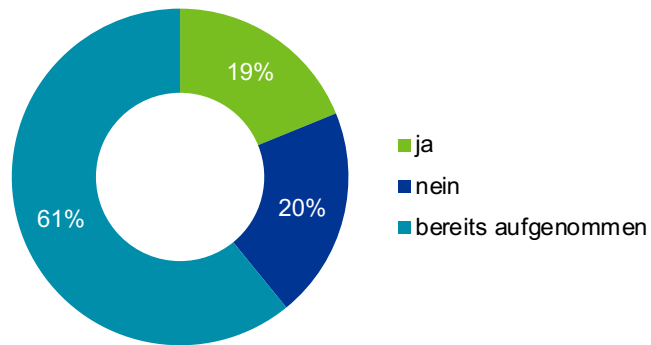


Abb. 16: Aufnahme des Geschäftsfelds Breitband in das Unternehmensproduktportfolio (Perspektive - Zukunft)

Breitband gehört nicht unmittelbar zum Kerngeschäft von EVU. Angesichts der Knappheit von Unternehmensressourcen und der Konkurrenz zwischen den einzelnen Geschäftsfeldern wurden die Teilnehmer zur Attraktivität von Breitband im Vergleich zum klassischen Kerngeschäft befragt. Die Beurteilung fiel in der Tendenz positiv, aber verhalten aus (s. Abb. 17).



Abb. 17: Attraktivität des Breitbandgeschäfts im Vergleich zum Kerngeschäft

So zeigen die Ergebnisse, dass unter den befragten Unternehmen 44 % das Breitbandgeschäft im Vergleich zu anderen Geschäftsfeldern ihres Unternehmens als attraktiv oder sogar sehr attraktiv einstufen. 30 % stufen das Breitbandgeschäft als ähnlich attraktiv und 23 % als weniger attraktiv ein. Lediglich für den kleinen Anteil von 4 % der teilnehmenden Unternehmen ist Breitband kein attraktives Geschäft.

Betrachtet man die Attraktivität von Breitband erneut in Abhängigkeit zur Tätigkeit der Unternehmen, schärft sich das Bild (s. Abb. 18).

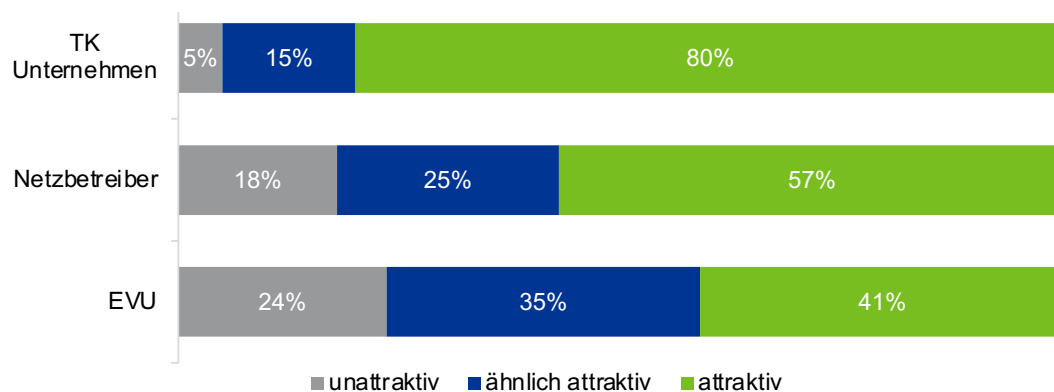


Abb. 18: Einschätzung zur Attraktivität von Breitband im Vergleich zu anderen Geschäftsfeldern

Erneut wird die Attraktivität des Geschäftsbereichs bei den TK Unternehmen im Vergleich zu anderen Geschäftsfeldern als besonders hoch bewertet. Bei Netzbetreibern ist der Anteil mit 57 % erwartungsgemäß höher als bei EVU (41%).

Beim Einstieg in das Breitbandgeschäft sind eine Reihe von Motiven, Zielsetzungen und Überlegungen in Abwägung zu bringen (s. Abb. 19).

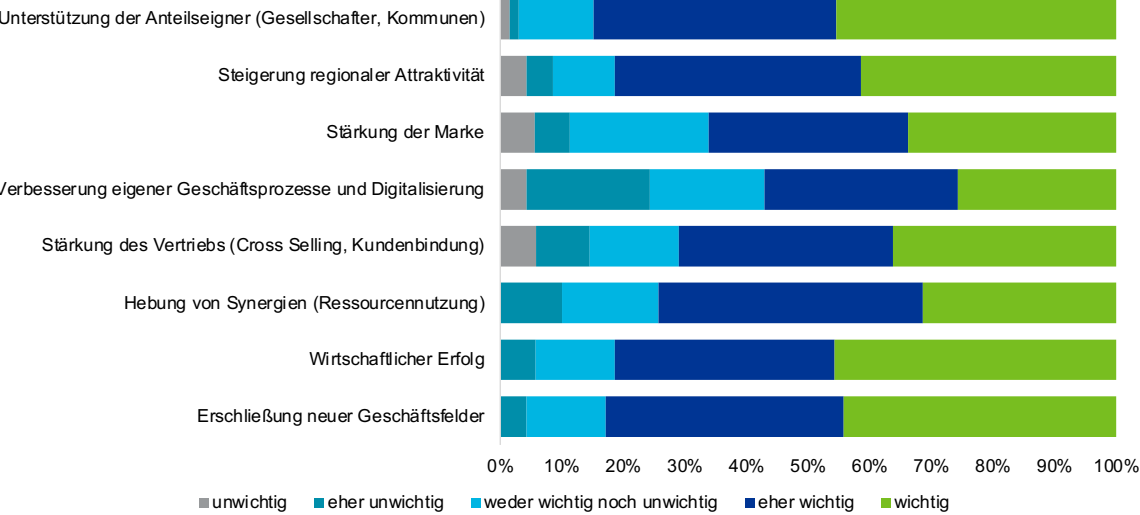


Abb. 19: Wichtigkeit unternehmerischer Motive und Zielsetzungen

Bei der Frage nach den Motiven für den Einstieg in das Breitbandgeschäft ist festzustellen, dass neben dem **wirtschaftlichen Erfolg** vor allem die **Unterstützung der Anteilseigner, Diversifizierung bzw. Erschließung neuer Geschäftsfelder** sowie die **Steigerung der regionalen Attraktivität** als Haupttreiber für den Einstieg ins Breitbandgeschäft angesehen werden.

Im Vergleich mit den anderen Motiven spielt die Verbesserung der eigenen Geschäftsprozesse und die Digitalisierung überraschenderweise eine eher untergeordnete Rolle bei EVU (55 %) und TK Dienstleistern (60 %). Unter Netzbetreibern wird diese Zielsetzung allerdings zu 73 % als wichtig angesehen, was erneut die zentrale Bedeutung der Breitbandinfrastruktur für das moderne Netz hervorhebt.

Bei der Analyse eines potenziellen Neueinstiegs in das Breitbandgeschäft sind sog. Markteintrittsbarrieren von zentraler Bedeutung. Aus diesem Grund wurden die teilnehmenden Unternehmen um ihre Beurteilung verschiedener Hindernisse beim Markteintritt in das Breitbandgeschäft gebeten.

Die abgebildeten fünf Markteintrittsbarrieren stellen offensichtlich ein signifikantes Hindernis für den Eintritt in das Breitbandgeschäft dar. So stellt vor allem der hohe **Kapitalbedarf** sowie der **starke Wettbewerb** unter den Marktteilnehmern eine wesentliche Hürde dar. Mit je ca. 60 % Zustimmung folgen die Faktoren „**Unsicherheit über Marktpotential und Technologieentwicklung**“, „**Geringe Rendite**“ sowie „**Fehlendes Know-how**“.

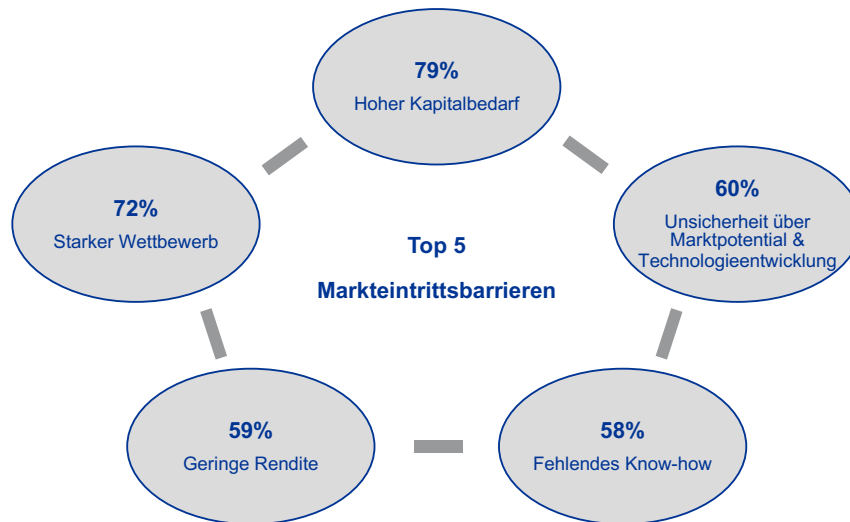


Abb. 20: Top 5 Markteintrittsbarrieren

Der hohe Kapitalbedarf spielt dabei vor allem bei kleineren Unternehmen eine übergeordnete Rolle. So schätzen unter den Unternehmen mit einem Umsatz unter 250 Mio. EUR 51 % den Kapitalbedarf als sehr hohes Hindernis ein. Auch unter den mittelgroßen Unternehmen mit einem Umsatz von über 250 Mio. EUR nennen 39 % diesen als hohes Hindernis. Im Gegensatz dazu erscheint der Kapitalbedarf bei den großen Unternehmen mit einem Umsatz über 1.000 Mio. EUR nur für 25 % als Hindernis.

Laut der Befragung ist der Großteil der Teilnehmer (61 %) bereits im Breitbandausbau tätig. Die teilnehmenden Unternehmen decken die volle Breitbandwertschöpfung ab und rangieren zwischen der Bereitstellung passiver Infrastruktur bis hin zur Vermarktung und zum Vertrieb von Endprodukten. Aufgrund der überproportionalen Vertretung von EVU und Netzbetreibern in der PKF Breitband-Umfrage ist wenig überraschend, dass die meisten Unternehmen in den netznahen Wertschöpfungsstufen Basisinfrastruktur, Übertragungsnetz und Netzbetrieb aktiv sind (s. Abb. 21).

So ist die Verteilung der Wertschöpfungsstufen bei den EVU deutlich in Richtung der Basisinfrastruktur verzerrt. Diese umfasst vor allem die Verlegung von Leerrohren und damit die passive Bereitstellung der notwendigen Infrastruktur. Eine eher untergeordnete Rolle spielen sowohl bei den Energieversorgern als auch bei den Netzbetreibern die kundennahen Wertschöpfungsebenen im Bereich der TK Dienste.

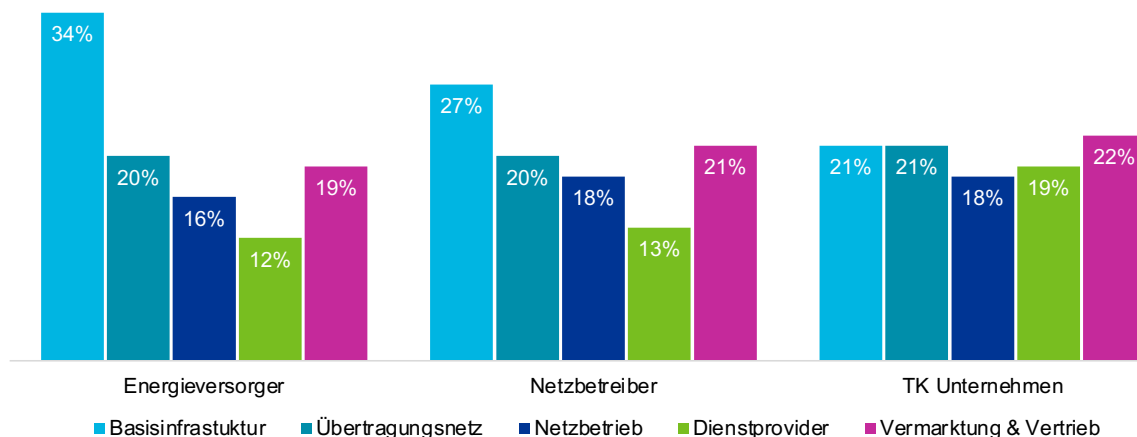


Abb. 21: Verteilung der Wertschöpfungsstufen

Das Verständnis der eigenen Marktrolle gliedert sich bei den befragten EVU wie folgt: Die beliebteste Marktrolle ist Infrastrukturanbieter (ca. 36 %), gefolgt von Netzbetreiber (ca. 22 %) und Vermarktung/Vertrieb (19 %). Die hinteren Plätze belegen die Markttrollen als Provider von TK Diensten (ca. 16 %) und schließlich integrierter Vollanbieter (7 %). Diese Aufteilung leitet sich ab von tatsächlich vorhandenen Kompetenzen und Ressourcen der EVU/Netzbetreiber und deckt sich mit den strategischen Interessen der EVU auf dem Breitbandmarkt.

### 2.3.3. Partnerschaften und Kooperationen

Vor dem Hintergrund des hohen Kapital- und Investitionsbedarfs sowie hoher Anforderungen in der Entwicklung von Know-how und Personal kommen beim Breitbandausbau für EVU und Netzbetreiber strategische Partnerschaften als interessante Gestaltungsoption in Betracht (s. Abb. 22).

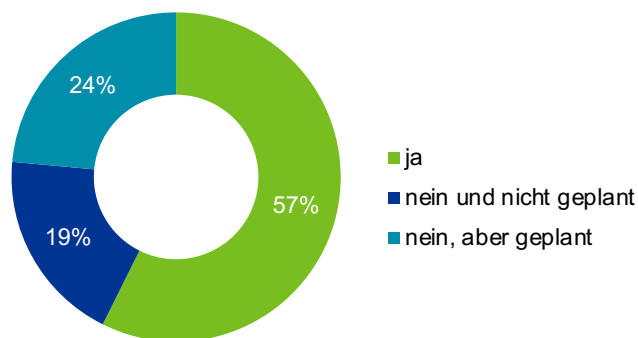


Abb. 22: Partnerschaften zum Breitbandausbau

Tatsächlich sind viele der befragten Unternehmen für den Zweck des Breitbandausbaus bereits eine Partnerschaft eingegangen (57 %) oder planen dies in Zukunft (24 %). Erwartungsgemäß lassen sich dadurch die Risiken und Hemmnisse des Markteintritts reduzieren. So begründen die befragten Unternehmen ihre Partnerschaften wie folgt:

- » Austausch von Know-how (75 %),
- » Bündelung von Dienstleistungen und Kompetenzen (68 %),
- » Zugang zu erprobten Geschäftsmodellen (56 %),
- » mögliche Skaleneffekte (55 %).

Die drei folgenden Kooperationspartner werden als besonders erfolgsversprechend für die regionale Entwicklung des Breitbandgeschäftes eingeschätzt – **Kommunen, Netzbetreiber und lokale EVU** (s. Abb. 23).

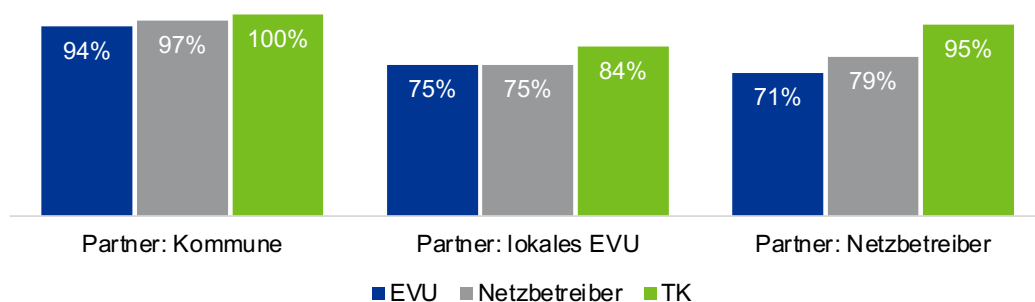


Abb. 23: Die wichtigsten Partner im Breitbandgeschäft

### 2.3.4. Wirtschaftlichkeit

Die Umfrage zeigt, dass hoher Kapitalbedarf und geringe Renditeerwartung zwei der wesentlichen Hemmnisse für den Glasfaserausbau darstellen. Die teilnehmenden Unternehmen wurden zu Einschätzungen rund um die Wirtschaftlichkeit von Breitbandprojekten befragt.

Die teilnehmenden Unternehmen wurden aufgefordert, die nach ihrer Ansicht angemessene WACC Rendite für Breitbandprojekte zu beziffern (s. Abb. 24).

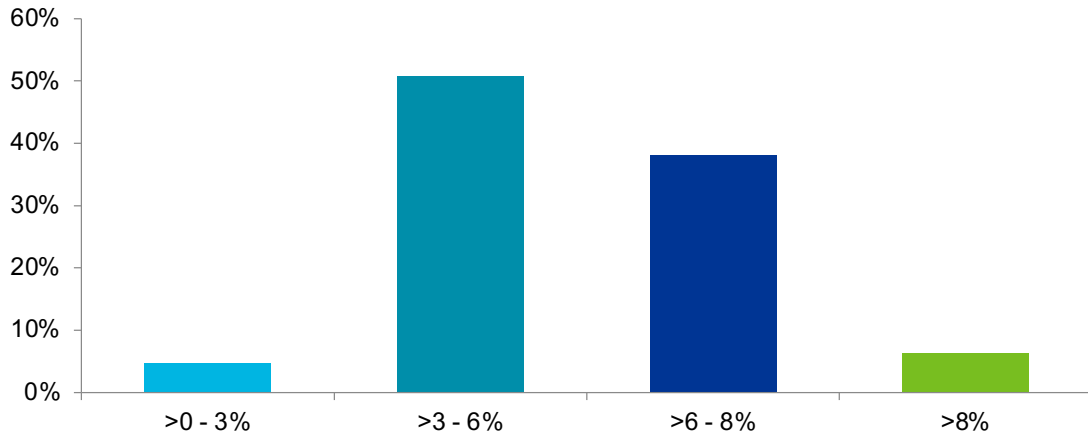


Abb. 24: Angemessene Rendite (WACC Rendite)

Die Ergebnisse zeigen, dass die Renditeerwartungen für das Breitbandgeschäft unter den Marktakteuren recht konservativ eingestuft werden. So sehen 51 % der Teilnehmer eine Rendite zwischen 3 % und 6 % als angemessen an. Weitere 38 % haben mit 6 % bis 8 % höhere Erwartungen an das Breitbandgeschäft.

Die Wirtschaftlichkeit von Breitbandprojekten erscheint in der Umfrage als Schwachstelle von Breitbandvorhaben. Die Umfrage zeigt, dass Breitbandprojekte in ihrer Wirtschaftlichkeit teilweise deutlich hinter den Erwartungen zurückbleiben. So sehen zwar 55 % der befragten Unternehmen in der Zukunft eine adäquate Kapitalverzinsung bei den von ihnen durchgeführten Breitbandprojekten, 45 % der Teilnehmer beurteilen die Projekte allerdings als unwirtschaftlich oder gerade mal kostendeckend (s. Abb. 25).

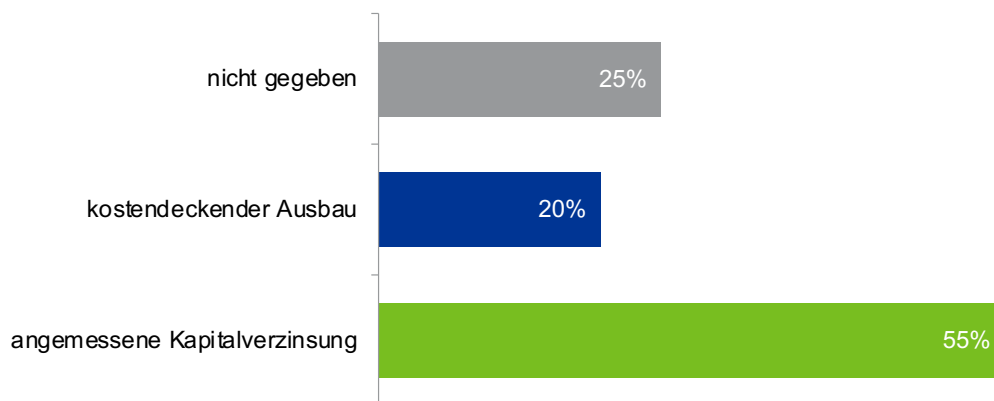


Abb. 25: Beurteilung der Wirtschaftlichkeit



Auch eine Prognose für die zukünftige Entwicklung der Wirtschaftlichkeit fällt nicht sonderlich positiv aus – 32 % der Teilnehmer prognostizieren eine sich verschlechternde, 34 % eine gleichbleibende und nur 34 % eine sich verbessernde Wirtschaftlichkeit bei Breitbandprojekten (s. Abb. 26).

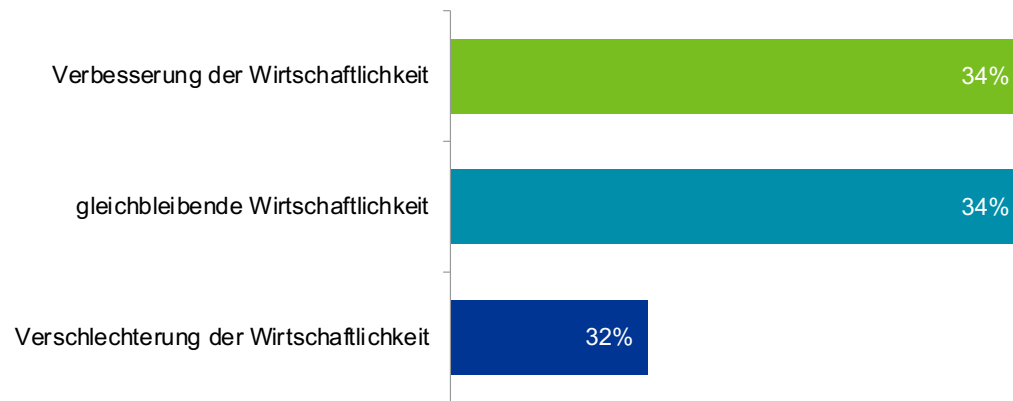


Abb. 26: Zukünftige Entwicklung (Perspektive von fünf bis zehn Jahren)

Ausgehend von dem Befund, dass die Wirtschaftlichkeit für 78 % der befragten Unternehmen ein wesentlicher Treiber für die Durchführung von geplanten Breitbandvorhaben ist, scheint diese bei der Umsetzung von Breitbandvorhaben gegenwärtig oft nicht gegeben zu sein.

## 3. Ausblick

Breitband als Zukunftsthema hat sich bei Energieunternehmen mittlerweile etabliert. Viele EVU und Netzbetreiber haben Breitband bereits als neues Geschäftsfeld aufgenommen. Aber das Erfordernis einer weiteren Entwicklung der Breitbandinfrastruktur bleibt nach wie vor hoch.

Trotz dieser Entwicklung bekommt Breitband nicht automatisch einen Platz im Geschäftsportfolio von Energieunternehmen. Hoher Kapitalbedarf, starker Wettbewerb, Unsicherheit über Marktpotential und Technologieentwicklung, die in der Regel geringe oder sogar fehlende Rendite sowie mangelndes Know-how stellen ernsthafte Hindernisse für den Eintritt in das Breitbandgeschäft dar.

Die Verteilung der Wertschöpfung bei den Energieunternehmen ist bei Breitbandprojekten weiterhin deutlich in Richtung der investitionsintensiven, aber renditenschwächeren Basisinfrastruktur verschoben. Der hohe Kapitalbedarf, die Komplexität des Geschäfts und hohe Anforderungen an vorhandenes Personal und Know-how bewegen viele Energieunternehmen bei Breitbandprojekten dazu, Partnerschaften und Kooperationen einzugehen.

Auch die Wirtschaftlichkeit von Breitbandprojekten erscheint als Schwachstelle. Die gegenwärtige Marktsituation zeigt, dass Breitbandprojekte in ihrer Wirtschaftlichkeit oft hinter den Erwartungen zurückbleiben. Eine Prognose für die zukünftige Entwicklung bei der Wirtschaftlichkeit fällt auch nicht sonderlich positiv aus.

Die Marktumfrage zeigt deutlich, dass Breitbandprojekte nur dann erfolgreich betrieben werden können, wenn bei Planung und Umsetzung die strategischen, rechtlichen, steuerlichen, betriebs- und energiewirtschaftlichen Stellschrauben richtig justiert werden.

## 4. Über PKF Fasselt

PKF Fasselt gehört zu den führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen in Deutschland.

Mit einer mehr als 90-jährigen Geschichte ist PKF Fasselt eine der traditionsreichsten mittelständischen Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften. Als unabhängiges und partnergeführtes Unternehmen bieten wir mandantenorientierte Dienstleistungen, individuelle Beratung und direkte Entscheidungswege.

Unsere Mandanten sind lokal, regional, national und international tätig. Darunter befinden sich u. a. börsennotierte Unternehmen, weltweit tätige Konzerne, mittelständische Unternehmen, öffentliche Unternehmen und gemeinnützige Institutionen aus zahlreichen Branchen.

### Ansprechpartner bei PKF Fasselt



**WP/StB Franklin Hüniger**  
Partner  
Tel.: +49 203 30001 277  
franklin.huenger@pkf-fasselt.de



**Dmitry Vavilov**  
Senior Manager  
Tel.: +49 203 30001 321  
dmitry.vavilov@pkf-fasselt.de



**Claudio Di Gaudio**  
Senior Manager  
Tel.: +49 203 30001 282  
claudio.digaudio@pkf-fasselt.de



**Dorian Deicke**  
Manager  
Tel.: +49 203 30001 281  
dorian.deicke@pkf-fasselt.de



**Sebastian Böhler**  
Manager  
Tel.: +49 203 30001 280  
sebastian.boehler@pkf-fasselt.de



**Federico Hammel**  
Assistant  
Tel.: +49 203 30001 292  
federico.hammel@pkf-fasselt.de

**PKF Fasselt Partnerschaft mbB**

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft · Steuerberatungsgesellschaft · Rechtsanwälte

Informationen zu unseren Standorten und Ansprechpartnern unter [www.pkf-fasselt.de](http://www.pkf-fasselt.de)

Die Inhalte dieser PKF\* Publikation können weder eine umfassende Darstellung der jeweiligen Problemstellungen sein noch den auf die Besonderheiten von Einzelfällen abgestimmten steuerlichen oder sonstigen fachlichen Rat ersetzen. Wir sind außerdem bestrebt sicherzustellen, dass die Inhalte der PKF Nachrichten dem aktuellen Rechtsstand entsprechen, weisen aber darauf hin, dass Änderungen der Gesetzgebung, der Rechtsprechung oder der Verwaltungsauffassung immer wieder auch kurzfristig eintreten können. Deshalb sollten Sie sich unbedingt individuell beraten lassen, bevor Sie konkrete Maßnahmen treffen oder unterlassen.

\*PKF Fasselt ist ein Mitgliedsunternehmen des PKF International Limited Netzwerks und in Deutschland Mitglied eines Netzwerks von Wirtschaftsprüfern gemäß § 319 b HGB. Das Netzwerk besteht aus rechtlich unabhängigen Mitgliedsunternehmen. PKF Fasselt übernimmt keine Verantwortung oder Haftung für Handlungen oder Unterlassungen anderer Mitgliedsunternehmen. Die Angaben nach der Dienstleistungsinformationspflichten-Verordnung sind unter [www.pkf-fasselt.de](http://www.pkf-fasselt.de) einsehbar.