

Link: <https://www.computerwoche.de/a/kommt-der-ausbau-in-deutschland,2484774>

Studie zu Glasfasernetzen

Kommt der Ausbau in Deutschland?

Datum: 05.05.2011

Autor(en): Johannes Klostermeier

Eine aktuelle Studie der Unternehmensberatung Deloitte beschäftigt sich mit dem Ausbau von Glasfasernetzen in Deutschland. Das Land stehe vor wichtigen Weichenstellungen, meinen die Autoren. Langfristig käme man an Glasfaser nicht vorbei. VDSL sei nur eine „Brückentechnologie“.

In ihrer neuen Marktstudie „Breitband Reloaded: Perspektiven für die Glasfaser in Deutschland“ zeigen die Autoren der Beratungsfirma Deloitte, dass der deutsche Markt noch einige Hürden überwinden muss, wenn es um Breitenangebote über Hochleistungs-Glasfasernetze geht.

Die bestehenden Kupferkabel oder die alternative Netzinfrastruktur der Kabelnetzbetreiber werden derzeit von den meisten Verbrauchern als ausreichend empfunden. Die erwarteten höheren Kosten für einen Glasfaseranschluss begrenzten das Verbraucherinteresse. Auf längere Sicht werde der Aufbau eines Glasfasernetzes allerdings notwendig, meinen die Autoren.

Noch ist den meisten Menschen Glasfaser zu teuer, doch der Breitbandhunger wird wachsen.
Foto:

Erfolgsfaktoren für ein Ausbauszenario wären: Eine klare Ausbaustrategie, Kooperationsmodelle unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen von Regulierungsbehörde und Politik, die gezielte Nutzung von Synergien etwa mit Energieversorgern sowie die Erschließung zusätzlicher Einnahmepotenziale, zum Beispiel durch attraktive Content-Angebote.

„In Deutschland zeigen sich beim Thema Hochgeschwindigkeits-Glasfasernetze zwei gegenläufige Entwicklungen“, sagt Andreas Gentner, Partner und Telekommunikationsexperte bei Deloitte. „Zum einen wird sich der Bandbreitenbedarf in den kommenden drei Jahren mehr als verdoppeln. Ausschlaggebend seien insbesondere Videoanwendungen und Cloud Services. Zum anderen aber wollen die deutschen Verbraucher nicht tiefer in ihre Taschen greifen.“

In Deutschland sind Glasfaseranschlüsse bislang nur wenig verbreitet: Gerade einmal gut 150.000 Kunden verfügen über einen FTTH/FTTB-Anschluss (Fibre to the Home/Building). Die Nachfrage ist ebenfalls gering. Und nur etwas über ein Viertel der Verbraucher würde nennenswerte Mehrkosten für höhere Geschwindigkeiten akzeptieren. Zudem stehen mit dem schnellen VDSL und dem Standard DOCSIS 3.0 der Kabelnetzbetreiber ausreichende Alternativen zur Glasfaser zur Verfügung. Andererseits wären die Investitionen der Betreiber für einen Ausbau der Glasfasernetze beträchtlich. In weniger dicht besiedelten Regionen können diese bis zu 3.300 Euro pro Anschluss betragen.

Glasfaser ist als Plattform der Zukunft alternativlos

Angesichts der wachsenden Nachfrage nach Breitbandkapazität scheint Glasfaser als Plattform der Zukunft mittelfristig dennoch alternativlos zu sein, meinen die Deloitte-Experten. Um den Aufbau solcher Netze wirtschaftlich umsetzen zu können, brauche man neue Kooperationsformen wie zum Beispiel die Zusammenarbeit mit Stromversorgern beim Infrastrukturausbau. Aktuell entstünden durch Aktivitäten rund um intelligente Stromnetze für Telekommunikationsunternehmen einige Möglichkeiten der Zusammenarbeit.

Für den großflächigen Rollout einer Glasfaserinfrastruktur durch überregionale Telekommunikationsunternehmen brauche es jedoch ein schlüssiges Gesamtkonzept. Wichtiger Bestandteil sei dabei eine technologische, regionale und zeitliche Differenzierung – unter Einbeziehung von „Brückentechnologien“ wie VDSL. Überdies müsse man die Rahmenbedingungen beachten, wobei die Politik durch ein klar definiertes Regulierungsumfeld die Balance zwischen Investitionsschutz und Wettbewerb finden müsse.

Die Regionen abseits von Ballungsgebieten stünden vor dem Dilemma, dass der Ausbau eines Glasfasernetzes wirtschaftlich meist nicht umsetzbar ist. Kommunal getriebene Initiativen für Glasfaserprojekte durch mehrere Kooperationspartner etwa von Gemeinden, regionalen Sparkassen und Energieversorgern könnten die Finanzierungslücke mit Hilfe von Fördergeldern jedoch schließen.

Es komme schließlich darauf an, sich neue Vermarktungsmöglichkeiten zu erschließen, um Investitionen ins Glasfasernetz zu einem Erfolg zu machen. In Frankreich setzen die Telekommunikationsunternehmen zum Beispiel auf die Bündelung mit HD-Fernsehen oder Online-Musikdiensten. Durch entsprechende Inhalte, neue Dienste und attraktive Hardwareangebote könne das Bandbreitenpotenzial ausgenutzt werden.