

# Das deutsche Breitbandkabel 2016

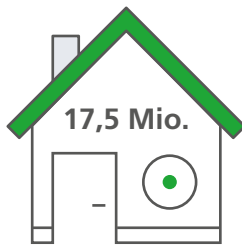
TV

## Das Breitbandkabel sorgt für vielfältiges und innovatives Fernsehen

Rund 17,5 Millionen Haushalte in Deutschland schauen Kabelfernsehen. Die Kabelnetzbetreiber der ANGA versorgen sie mit einer wachsenden Zahl von Fernsehprogrammen, Inhalten in HD, Video on Demand und zeitversetztem Fernsehen. Neue digitale Angebote wie TV Everywhere oder Ultra-HD sind bereits in der Einführungsphase. Die steigende Nutzung digitaler Angebote und die wachsende Nachfrage nach Pay-TV zeigen, dass die Kabelnetzbetreiber gut aufgestellt sind, den Herausforderungen durch alte und neue Wettbewerber erfolgreich zu begegnen.

## Deutschland ist Europas größter Kabelmarkt

Das Breitbandkabel versorgt in Deutschland rund 17,5 Millionen TV-Haushalte. Damit ist Deutschland Europas größter Kabelmarkt.



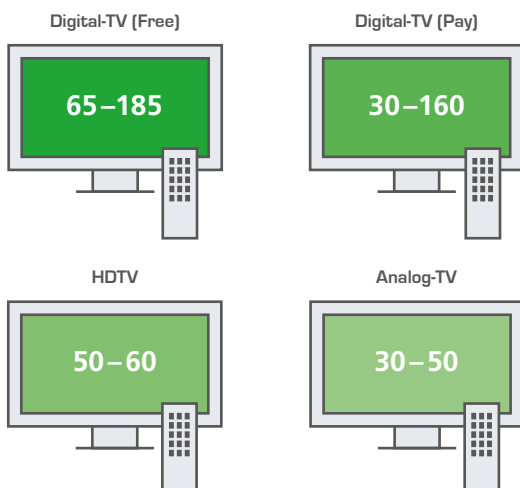
Kabel-TV Haushalte

## Breitbandkabel sichert Rundfunkvielfalt

Das Breitbandkabel leistet mit einer großen Auswahl an frei empfangbaren Programmen sowie mit Pay-TV, internationalen Programmpaketen, lokalen Rundfunkinhalten, Sendern in HD und Video on Demand-Angeboten einen wichtigen Beitrag zur Medienvielfalt.

## Vielfältiges Programmangebot im Breitbandkabel

Anzahl der Programme

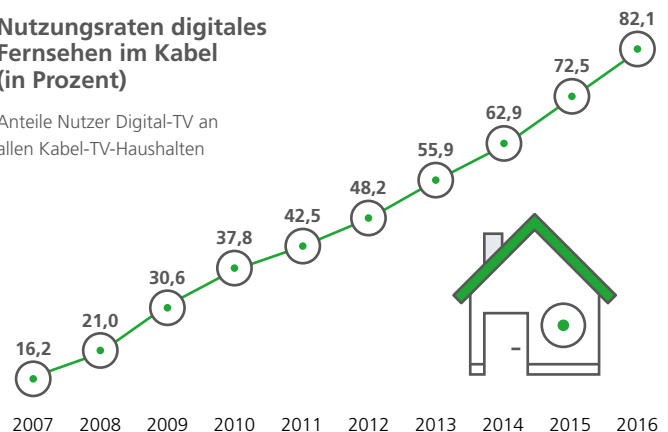


## Digitale Nutzung im Kabel auf dem Vormarsch

82,1 Prozent aller Kabelhaushalte nutzen mittlerweile die digitalen TV-Angebote des Breitbandkabels. Dank HDTV, Video on Demand, zeitversetztem Fernsehen sowie digitalen Videorekordern entscheiden sich Jahr um Jahr mehr Kunden für den digitalen Kabelempfang. Es ist davon auszugehen, dass auch neue digitale Angebote wie Ultra-HD und TV Everywhere diesen Trend verstärken werden. Daher hält die ANGA ein Ende der Verbreitung des analogen Kabelfernsehens bis Ende 2018 für realistisch.

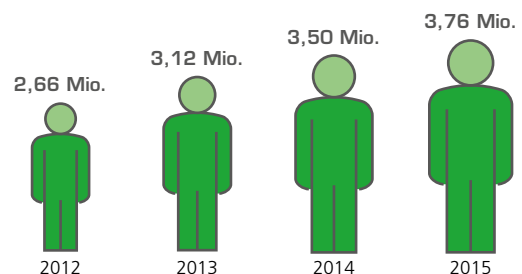
## Nutzungsraten digitales Fernsehen im Kabel (in Prozent)

Anteile Nutzer Digital-TV an allen Kabel-TV-Haushalten



## Pay-TV Abonnenten im Kabel

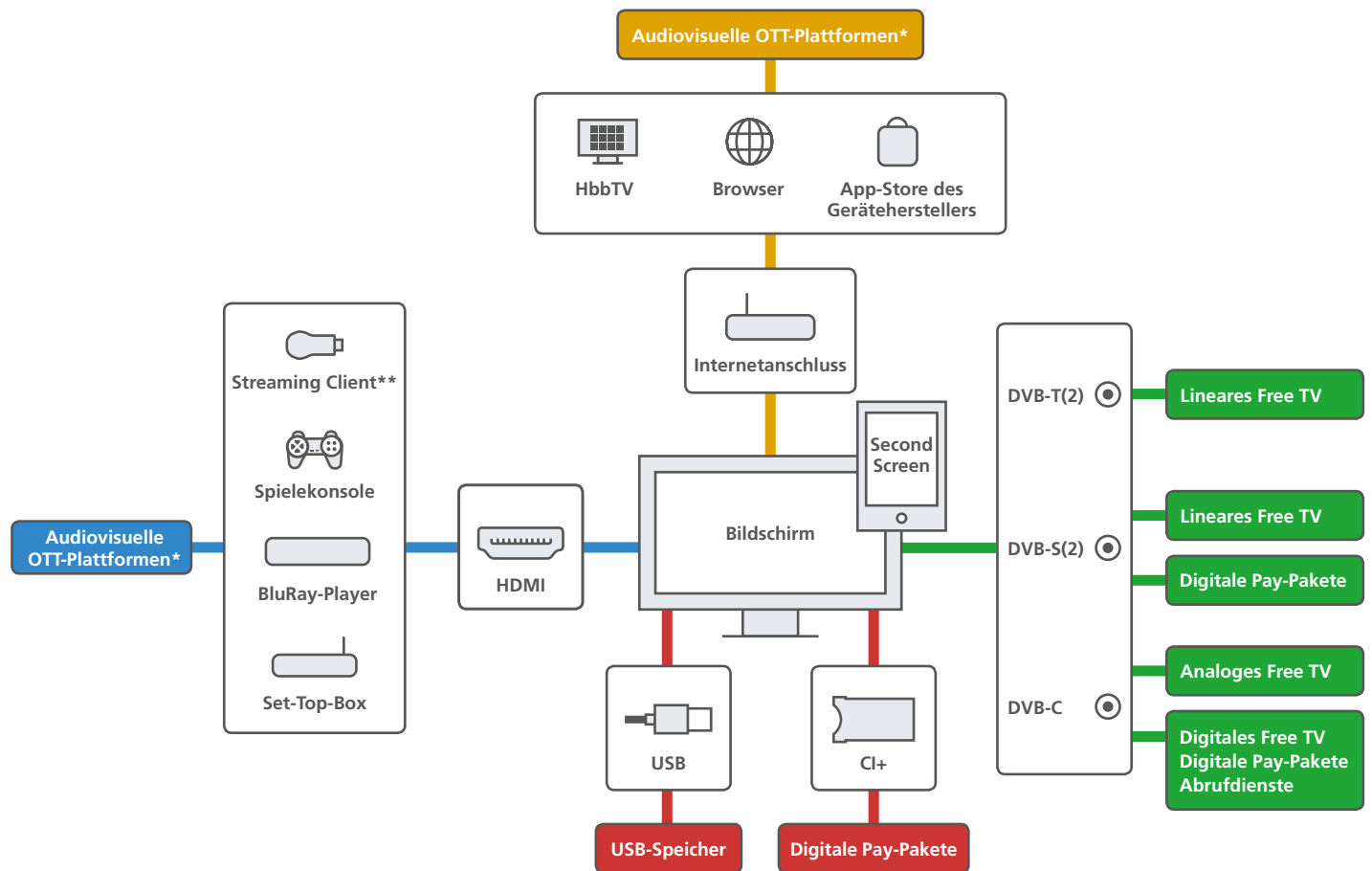
Steigende Kundenzahlen für Pay-TV zeigen, dass die Kabelnetzbetreiber in diesem Marktsegment gut aufgestellt sind. Auch zukünftig ist mit einer steigenden Nachfrage nach Premiuminhalten zu rechnen – rund 55 Prozent der Bürger interessieren sich hierfür. Das belegt das Kursbuch Medienkonsum der Zukunft, das 2015 für die ANGA erstellt wurde\*.



\* <http://www.anga.de/infotehk/marktdaten-studien/kursbuch-medienkonsum-der-zukunft>

## Digitalisierung sorgt für Vielfalt der Plattformen und Inhalte

Nutzern steht dank Breitbandinternet und smarter Endgeräte heute eine Vielzahl an Benutzeroberflächen für den Konsum von Videoinhalten zur Verfügung. Folge sind ein deutlich höheres Angebot und ein verschärfter Wettbewerb der Plattformen.



\* bspw. Zattoo, Maxdome, Netflix, Mediatheken

\*\* bspw. Fire TV, Google Chromecast, Apple TV

### KONTAKT

#### Jenny Friedsam

Leitung Presse und PR  
Telefon 0221 390 900-0  
jenny.friedsam@anga.de

#### Lukas Jeuck

Referent Politik und Kommunikation  
Telefon 030 240 477 392  
lukas.jeuck@anga.de

#### Folgen Sie uns online:

www.anga.de  
www.facebook.com/ANGA.Verband  
www.twitter.com/ANGA\_Verband

## ANGA Verband Deutscher Kabelnetzbetreiber e. V. Die Interessenvertretung der deutschen Breitbandkabelbranche

Die ANGA vertritt die Interessen von mehr als 200 Unternehmen der deutschen Breitbandkabelbranche, darunter Vodafone, Unitymedia, Tele Columbus, NetCologne, wilhelm.tel und Deutsche Telekom sowie eine Vielzahl mittelständischer Anbieter. Zu den Mitgliedern des Verbandes zählen zudem führende Systemhersteller wie Alcatel-Lucent, Cisco, Astro Strobels, Kathrein, Teleste, Triax, und Wisi.

Über Breitbandkabelnetze beziehen rund 17,5 Millionen Haushalte in Deutschland ihre TV-Programme. Neben einem umfangreichen analogen und digitalen Fernsehangebot sind über Kabelanschluss auch interaktive Dienste, insbesondere Breitbandinternet und Telefonie verfügbar. Aktuell nutzen in Deutschland ca. 6,6 Millionen Haushalte ihren Kabelanschluss auch für den breitbandigen Internetzugang und 6,3 Millionen für Telefonie. Die Kabelnetzbetreiber der ANGA treiben damit den Infrastrukturwettbewerb um Breitbandzugänge und Triple-Play-Bündel aus TV, Internet und Telefonie entschlossen voran.