



Digital-Fernsehen hebt endlich ab: Konsolidierung machts möglich

Digital-Abonnements haben sich in den vergangenen 13 Monaten fast verdoppelt

London, 22. Juli 2008. Deutschland ist nicht mehr das europäische Schlusslicht bei der Verbreitung von digitalem Kabelfernsehen. Dank einer Konsolidierungswelle hat sich die Verbreitung von Digital-TV unter Kabel-Abonnenten in den letzten 13 Monaten von 7% auf 13% fast verdoppelt. In Westeuropa bildet nun Dänemark das Schlusslicht mit 8%.

Dies ergab die jährliche Studie „Breitband-Kabel in Europa“ von Screen Digest (www.screendigest.com), den führenden Medienanalysten mit Hauptsitz in London. Der Bericht hat sich in diesem Jahr zum ersten Mal mit allen 27 Ländern der Europäischen Union befasst. 23% aller europäischen Kabel-Haushalte sind inzwischen digital vernetzt.

Guy Bisson, Leiter des TV-Bereichs bei Screen Digest, erklärt: „Die erfreuliche Entwicklung in Deutschland ist in erster Linie der Konsolidierungswelle und zunehmenden Kooperation von Anbietern der Netzebene 3 (NE3) mit Anbietern der Netzebene 4 (NE4) in den vergangenen 18 Monaten zu verdanken. (NE3-Anbieter stellen das Hauptnetzwerk, während NE4-Unternehmen die letztendliche Vernetzung der Haushalte sicherstellen.) Zudem haben die größeren Anbieter begonnen, ihre eigenen Digital-Angebote auszubauen, statt sich auf Premiere als Hauptanbieter von digitalen Diensten im Kabel zu verlassen.“

In 2008 stehen europaweit digitale Telefon- und Internet-Dienste im Mittelpunkt des Konsumenteninteresses, während das TV-Geschäft langsam

abflaut. Besonders günstige und schnelle Breitband-Angebote sind ein wichtiger Faktor im Wettbewerb zwischen Kabel und anderen Technologien.

Ende

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Medien: Lucy Green, PR-Beraterin (englisch)

Tel: +44 (0) 7817 698366 lgreen@greenfieldscommunications.com

Nina May, PR-Beraterin (deutsch)

Tel: +44 7971 430242 nmay@greenfieldscommunications.com

Screen Digest: Fay Hamilton, PR & Promotions Manager (englisch)

Tel: +44 (0) 20 7424 2847 fay.hamilton@screendigest.com

Zu dieser Studie

Die Untersuchung in dieser Pressemitteilung basiert auf Daten von TV Intelligence, dem Online-Service von Screen Digest. Dieser Service wird von vielen der weltweit führenden Fernsehanstalten, Pay-TV Anbietern, Investmentbanken und Content-Anbietern genutzt. Diese Analyse wurde von Guy Bisson, Leiter des TV-Bereich, erstellt.

Über Screen Digest

Screen Digest ist das führende Unternehmen für Analysen im globalen Medienbereich. Unser Hauptsitz ist in London mit Büros in New York und Carmel, Kalifornien. Wir beschäftigen 40 spezialisierten Analysten, die die Bereiche Film, Fernsehen, Broadband, Mobil-Telefone, Kino, Home-Entertainment und Spiele analysieren. Unsere Online-Dienste und Berichte bieten der Industrie Informationen und Berichte, auf denen hunderte von Medien-Firmen rund um die Welt ihre Entscheidungen basieren. Vor kurzem haben wir Global Media Intelligence (GMI) ins Leben gerufen. Dies ist ein neuer Dienst, der Studien und Analysen für institutionelle Investoren im Medienbereich anbietet. Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Screen Digest sales sales@screendigest.com Tel: +44 20 7424 2820.