

INVITATION

Executive Insight

Beyond the Access vs.
the Content Battle –
Entwicklungen in der
Telekommunikations-
und Medienindustrie

2. April 2009

Arthur D. Little
Seestrasse 513
Zürich-Wollishofen

Arthur D Little

Executive Insight

Arthur D. Little's Executive Insight

Arthur D. Little veranstaltet die Executive-Insight-Reihe als ein Forum, in dem Führungskräfte und Fachexperten funktionale oder branchenspezifische Themen von strategischer Bedeutung im kleinen Rahmen erörtern können. Neben dem Erfahrungsaustausch und der Vermittlung neuester Methoden und Erkenntnissen besteht das Hauptziel der Executive Insights in der Diskussion pragmatischer Lösungsansätze.

Das Zusammenwachsen der Telekommunikations- und Medienbranchen wird seit langem intensiv diskutiert. Seit 2 Jahren beobachten wir nun endlich, dass konvergente Angebote, insbesondere Produktbündel aus Inhalte- und Breitbanddiensten, signifikante Umsatzströme erzeugen. Damit steigen deren strategische Bedeutung und ihr Einfluss auf die Entwicklung von Marktstrategien, strategischen Partnerschaften und neuen Geschäftsmodellen.

Die jährliche Studie, die Arthur D. Little gemeinsam mit Exane BNP Paribas 2009 zum 8. Mal durchgeführt hat, fokussiert auf internationale Trends und Entwicklungsszenarien an der Schnittstelle zwischen Inhalte- und Zugangsdiensteanbietern. Hierfür wurden weltweit ca. 100

Executives der Telekommunikations- und Medienbranche befragt. Wie in der Vergangenheit, wurden auch für die aktuelle Studie neben internationalen Experten Interviews mit Vertretern der schweizerischen Telekommunikations- und Medienindustrie geführt.

Am Executive Insight vom 2. April 2009 zum Thema „**Beyond the Access vs. the Content Battle**“ werden wir Ihnen die Ergebnisse der Studie vorstellen und anschliessend zentrale Thesen mit Ihnen diskutieren.

Um eine ungezwungene Atmosphäre zu gewährleisten, ist die Teilnehmerzahl limitiert.

Beyond the Access vs. the Content Battle Kernergebnisse und Diskussionsthemen

1) **Triple-Play verlangsamt die Substitution durch Mobile-Angebote und führt zu einer Konsolidierung im Breitbandmarkt**

Verluste durch Fix-Mobile Substitution konnten durch eine anhaltend steigende Breitbandadaption nicht wettgemacht werden. Als Reaktion darauf haben europäische Telekomunternehmen Triple-Play Angebote lanciert, was zu einer erhöhten Beibehaltung der Fixed-Line durch Kunden und einer verstärkten Konsolidierung im Breitbandmarkt führte. Was jedoch bedeutet dies für Schweizer Marktspieler konkret? Welche Auswirkungen hat eine geringe Fix-Mobile Substitution? Welche Rolle spielt ein starker Cable-Operator?

2) **Eine passende Content-Strategie kann das Wachstum erhöhen und Wert generieren**

Content-Umsatzchancen innerhalb Triple-Play Angeboten sind weder irrelevant für Telekomunternehmen noch komplett marktverändernd. Pay-TV spielt dabei international die bedeutendste Rolle, wohingegen Video-on-

Demand und Werbung ein weit kleineres Potential bieten. Investitionen in Premium-Inhalte sind ein risikoreiches Unterfangen: Das finanzielle Risiko/Chancen-Verhältnis ist oft negativ, da hohe Markteintrittsbarrieren nur schlecht amortisiert werden können. Welche Schlüsse lassen sich dabei aus den nationalen und internationalen Trends zu Triple-/Quadruple-Play-Angeboten für den Schweizer Markt ziehen? Welche Strategiealternativen haben Festnetz-, Mobilfunk-, Kabelnetzbetreiber und Inhalteanbieter? Welche Rolle werden dabei Internet- und Medienplayer spielen?

Executive Insight

Programm

ab 17:30	Eintreffen der Teilnehmer Erfrischungsgetränke		
18:00	Begrüssung und Zielsetzung	Paco Hauser	Director Arthur D. Little Schweiz
18:10	Zentrale Ergebnisse der Studie	Klaus von den Hoff	Global Head TIME Practice, Director Arthur D. Little Deutschland
18:50	Moderierte Diskussion mit Vertretern aus Telekom und Medien	Oliver Lux	Principal Arthur D. Little Schweiz
ca. 19:20	Stehdinner		
ca. 21:00	Ende		

Executive Insight

Die Referenten

Paco Hauser ist Director von Arthur D. Little Schweiz und Mitglied der Financial Services Group Central Europe. Er besitzt über 20 Jahre Industrie- und Beratungserfahrung in den Branchen Financial Services, Transport & Logistik, Industrie sowie Information Technology/System Integration/Outsourcing. Seine Beratungsschwerpunkte reichen von der Strategieentwicklung von Unternehmen und Unternehmensteilen über die Gestaltung von Prozessen und Organisationen bis hin zur Entwicklung von IT-Strategien, deren Implementierung und dem Betrieb von grossen, komplexen IT-Systemen. Paco Hauser studierte Elektronik an der ETH Zürich und absolvierte ein Executive MBA am IMD in Lausanne.

Klaus von den Hoff ist Director von Arthur D. Little in München und Leiter des Geschäftsbereichs Telecoms, Information, Media und Electronics (TIME) Global. Seine Stärken liegen in dem Design und der Implementation von Value Growth Strategien, der Antizipation und Design von innovativen Geschäftsmodellen, Programmen und Initiativen zur Verbesserung des "Go-to-Market"-Ansatzes und in der Maximierung der Operational Excellence. Klaus von den Hoff arbeitete für high-tech

Unternehmen und Institutionen in ganz Europa, jedoch hauptsächlich für Telekommunikationsunternehmen (Fix / Mobile / ISP), Medienfirmen, Equipment-Hersteller und Private Equity Häuser.

Oliver Lux ist Principal bei Arthur D. Little Schweiz und Mitglied des Senior Teams der Telecoms, Information, Media und Electronics (TIME) Practice von Arthur D. Little Central Europe. Sein Fokus liegt auf der Erarbeitung von Strategieentwicklungen, insbesondere Wachstumsstrategien, Unternehmenstransaktionen und Due Diligence Projekten. Vor seinem Eintritt bei Arthur D. Little war Oliver Lux mehrere Jahre bei einem Schweizer Telekommunikationsanbieter in verschiedenen Funktionen tätig, zuletzt als Leiter New Business Development im Festnetzbereich. Oliver Lux studierte an der Wirtschaftsuniversität Wien und in Berkeley und belegte ein berufsbegleitendes Executive Degree an der Said Business School, University of Oxford.

Executive Insight

Arthur D. Little Highlight

Arthur D. Little gehört seit mehr als einem Jahrhundert zu den führenden Unternehmen im Bereich Management- und Technologieberatung. Nach der Gründung im Jahre 1886 durch den MIT-Professor Arthur Dehon Little in Cambridge, Massachusetts, USA, hat sich Arthur D. Little als erstes Unternehmen überhaupt zu einer weltweit tätigen Unternehmensberatung entwickelt.

- Unserem globalen Beraternetzwerk und den Partnerunternehmen gehören heute über 17000 Mitarbeitende weltweit an. In der Schweiz zählt Arthur D. Little zu den führenden Strategieberatungen.
- Das Beratungskonzept von Arthur D. Little vereint eine umfassende funktionale Dienstleistungspalette mit speziellem Branchenwissen. Arthur D. Little hilft seinen Kunden, sich strategisch optimal zu positionieren, einen dauerhaften Innovationsvorsprung zu sichern, die wirtschaftliche Effizienz zu steigern und profitables Wachstum zu beschleunigen.

Executive Insight

Anmeldung

Teilnehmer

CXOs und Führungskräfte aus der Telekommunikations- und Medienindustrie sowie Medienvertreter.

Ort

Arthur D. Little
Seestrasse 513
8038 Zürich-Wollishofen

Anmeldefrist

Bitte senden Sie die beiliegende Anmeldekarte oder ein E-Mail bis zum 26. März 2009 an:

Arthur D. Little (Schweiz) AG
Frau Sarah Heilig
Seestrasse 513
CH-8038 Zürich-Wollishofen
Telefon +41 44 722 89 47
Fax +41 44 722 89 01
E-Mail: heilig.sarah@adlittle.com