

# Interview

in: KabelNet. Informationen für die Wohnungswirtschaft, Ausgabe 2 (2001), 6-7.



Dr. Wolf Siegert ist Geschäftsführer der IRIS® Media, geschäftsführender Gesellschafter der VisionConsult International, Berlin, und schon lange in Kabelthemen involviert. Bereits Ende der 70er-Jahre beschäftigte er sich in Frankreich mit der Entwicklung und Umsetzung des sog. „Plan Cable“. Nach der Gründung der Kabelpilotprojekte in Deutschland engagierte er sich 1984 bei der „Anstalt für Kabelkommunikation“ in Ludwigshafen.

**KabelNet:**

Herr Dr. Siegert, der Kampf um die Marktanteile im Breitbandsektor ist entbrannt - wer hat den Nutzen und wie sehen die Gewinner aus?

**Dr. Siegert:**

Die Nutznießer sind ganz eindeutig die Verbraucher. Der „user“, wie es heute so schön heißt. Die Gewinner sind diejenigen Anbieter, die es verstanden haben, sich zum Vorteil dieser Nutzer als Dienstleister zu verstehen. Nur diejenigen, die den Kunden verstehen und nicht von ihm verlangen, dass er sich der ihm ins Haus gestellten Technik anzupassen hat, werden Erfolg am Markt haben. In seiner Wohnung ist der Kunde Entscheidungsträger. Aus dieser Position heraus bestimmt er entscheidend mit, was von dem technisch Machbaren vom ihm als „virtuellem Untermieter“ in seiner Wohnung angenommen wird. Unsere Aufgabe sehen wir u.a. darin, das Technik-Thema so „aufzubereiten“, dass der Blick auf die möglichen Wertschöpfungs-szenarien durch die Lupe der Anwendungsorientierung fixiert wird.

**KabelNet:**

Also spielt auch die Nutzung der richtigen Technik eine entscheidende Rolle?

**Dr. Siegert:**

Sicherlich - zumal in diesem Zusammenhang. Eine der Folgen des sog. „Paradigmenwechsels“ von der analogen in die digitale Welt ist der Umstand, dass mehr denn je alle kommunikationsorientierten Dienstleistungen aus einer Hand angeboten werden können und wie in der Industrie auch im Haushalt zunehmend gebündelt auftreten. Gerade mit dem Zuwachs an mobilen Nutzungsmöglichkeiten wächst aber auch dem Kabel die Chance für die Umsetzung solcher Konzepte zu.

## Interview

in: KabelNet. Ausgabe 2 (2001), 6-7.

**KabelNet:**

Gehört denn nicht den mobilen Diensten die Zukunft?

**Dr. Siegert:**

Ja - aber das breitbandige Kabel ist die beste Ergänzung für all das, was der Mobildienst nicht zu leisten vermag oder haben Sie wirklich Lust auf einen Spielfilm im UMTS-Standard?

**KabelNet:**

Damit gibt es also keinen produktiven Widerspruch zwischen „mobilen“ und „drahtgebundenen“ Angeboten? Die Entscheidung von wohnungswirtschaftlichen Unternehmen für den Ausbau der Kabelnetze ist dennoch richtig?

**Dr. Siegert:**

Auf jeden Fall. Mit den neuen Netzen können sowohl die klassischen Verteildienste wie analoges und digitales Radio und Fernsehen übermittelt werden, als auch all die anderen Medien - und Telekommunikationsdienste wie Telefon und Telefax, ein schneller Internetzugang und eine große Vielfalt weiterer „Sonderangebote“. Damit meine ich das, was in der Fachwelt so gerne mit dem Begriff der „Mehrwertdienste“ umschrieben wird.

**KabelNet:**

Können Sie einige Beispiele nennen?

**Dr. Siegert:**

Ich sehe eine solche Dienste-Palette auf verschiedenen Ebenen. Da sind zunächst die Hausgemeinschaften bzw. die Wohnanlagengemeinschaften zu nennen. Für diese sind Dienste umfassende Dinge wie praktische Informationen, Altenpflege, Babysitting, Studentenbetreuung, Feste und Veranstaltungen sowie das Bilden eigener Communities. Dann gibt es jene Dienste, die alle Mieter betreffen, insbesondere geschlossene Informations- und Betreuungsprogramme wie die Online-Abrechnungen der Nebenkosten. Hinzu kommen die lokalen und regionalen öffentlichen Dienste sowie jene Bereiche, die sich durch einen schnellen Internetzugang erschließen. Wichtig bleibt aber, dass diese Dienste nicht dem Mieter „aufgedrückt“, sondern im Dialog zwischen Mitbewohner und dem Wohnungswirtschaftsunternehmen ermittelt werden.

## Interview

in: KabelNet. Ausgabe 2 (2001), 6-7.

**KabelNet:**

Wird das alles nicht zu unübersichtlich?

**Dr. Siebert:**

Sie meinen, „wer die Wahl hat, hat die Qual“? Wir glauben, dass es gerade in der Kompetenz eines Anbieters liegen muss, jedem seiner Kunden ein solches Bouquet von Angeboten überreichen zu können, das dem jeweiligen Profil und seinen finanziellen Möglichkeiten entspricht. Eine solche Dienstleistung erfordert ein hohes Vorinvestment in Technik, in Logistik und vor allem auch in die Mitarbeiter, aber es ist wahrscheinlich die einzige Chance, als Partner anerkannt zu werden und damit das so investierte Kapital auch amortisieren zu können.

**KabelNet:**

Wir danken für das Gespräch.