

partel.com sieht großes Potenzial in Deutschland

„Mit dem Ohr auf der Schiene“

partel.com feierte im vergangenen Jahr sein 15jähriges Bestehen. Ursprünglich mit VoIP-Telefonie gestartet, hat das Münchener Unternehmen in den vergangenen Jahren sein Portfolio um Internet Service Providing und IPTV erweitert. Deutschland ist für das Unternehmen der maßgebliche Markt mit großem Potenzial.

Cable!vision Europe sprach mit Markus von Voss, Geschäftsführer der partel.com GmbH.

Cable!vision Europe: partel.com versteht sich heute als Marktführer für IP-White-Label-Leistungen. Was waren die Meilensteine auf diesem Weg?

Markus von Voss: Seit der Gründung im Jahre 2004 hatte die partel.com sich das Thema White-Label vorgenommen, also anderen Anbietern die technischen Voraussetzungen zu bieten, um im eigenen Namen Telefonie-Produkte anbieten und abrechnen zu können. Wirklich zum Tragen kam dieser Ansatz erst im Jahre 2009, als die ersten Netzbetreiber gewonnen wurden. Damals waren bereits viele regionale Netzbetreiber aktiv und wurden von ihren Endkunden angesprochen, alle Dienste aus einer Hand auf einer Rechnung zu bekommen.

Es gibt maßgebliche Hinderungsgründe für junge Netzbetreiber mit wenigen tausend Kunden, eine solche Plattform zu installieren, weil die Kosten pro User einfach viel zu hoch sind: Telefonie ist ein sehr komplexer technischer Dienst mit regulatorischen Anforderungen und anspruchsvoll in der Abrechnung. Diese Rahmenbedingungen sind entscheidende Kriterien, um einen White-Label-Dienst

aufzusetzen und damit die Kosten auf eine größere Zahl von Netzbetreibern und damit Endkunden zu verteilen.

Die Situation von vor 10 Jahren wird heute noch verstärkt um die personellen Engpässe, denn SIP-Spezialisten sind rar. Weitere Anforderungen bestehen in der Bereitstellung eines Kundenportals, um den Kunden ihre Stammdaten, Rechnungen und weitere Optionen anzubieten, sowie eines Verwaltungsportals, um das eigene Produktportfolio zu konfigurieren und Kunden die Produkte zuzuweisen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist das Thema der Automatisierung der Telefonie, der Kundenverwaltung, des Billings und der Einbindung der mit den Portalen verbundenen Prozesse. Die Vielzahl von Aufgaben muss miteinander verknüpft und abgebildet werden. Die jährlich gesunkenen durchschnittlichen Umsätze und Margen je Kunde und die eher gestiegenen Baukosten je Anschluss lassen keine andere Arbeitsweise zu. Das führte zur automatischen Konfiguration der ausgebrachten Endkundengeräte wie Router und VoIP-Telefone. Der Kunde muss seine Geräte, die er im Namen seines Netzbetreibers zugeschickt bekommt, nur noch mit seinem IP-Anschluss versehen, um die

Selbstkonfiguration der Geräte mit den gebuchten Leistungen auszulösen.

Diese Aufstellung führte dann im Jahre 2014 dazu, dass die partel.com auch das Internet Service Providing in das Portfolio aufgenommen hat und heute ebenfalls sehr erfolgreich betreibt. Fast 40 Prozent der Telefonie-Anschlusskunden beziehen auch den IP-Dienst von uns. Tendenz steigend, so dass partel.com bereits an drei seiner sieben PoP's in Deutschland BRAS-Systeme als Basis für unseren ISP-Dienst betreibt.

Im Jahre 2017 haben wir dann begonnen, IPTV-Fernsehen anzubieten. Uns war klar, dass IP früher oder später auch für diesen Dienst die Trägertechnologie werden wird. Auch die IPTV-Plattform erfüllt die Kriterien, um als White-Label-Dienst aufgesetzt zu sein: sie ist technisch anspruchsvoll, noch besser verfügbar aus Endkundenperspektive als die Telefonie und wegen der Organisation der IPTV-Rechte, insbesondere im Free-TV-Segment, noch anspruchsvoller.

„Wir sind der führende 3play-Anbieter!“

Bei IP-basierten Lösungen nehmen auch andere Unternehmen für sich in Anspruch, im Markt führend zu sein. Was unterscheidet Sie in Ihrem Portfolio von den Wettbewerbern?

Wichtige Wettbewerber sind selbst Netzbetreiber. Das hat den Vorteil, aus dem eigenen Netzbetrieb und von den eigenen Endkunden für das Geschäft direkt zu lernen. Die partel.com hat kein eigenes Netz und kein eigenes Endkundengeschäft. Wir entwickeln unsere Leistungen ausschließlich für Organisationen mit eigenen Endkunden. Damit vermeiden wir einen Channel-Konflikt. Als Carrier-neutraler Anbieter leiten wir unsere Entwicklungen ausschließlich von den Bedürfnissen der Netzbetreiber



Dr. Markus von Voss

ist seit dem Jahr 2009 Geschäftsführer der partel.com GmbH. Der promovierte Wirtschaftswissenschaftler stieg im Jahr 2001 in die celox Telekommunikationsdienste GmbH ein und baute deren Geschäft als SDSL-Netzbetreiber auf. Nach dem Verkauf des Unternehmens an die QSC AG wechselte von Voss zur partel.com GmbH.

© partel.com

ab. Investitionen werden aus dem Cash-flow finanziert. Wir sind damit „pur“ im wahrsten Sinne des Wortes.

Die purtel.com kommt aus der Telefonie und hat sich über das Internet Service Providing hin zum IPTV-Anbieter entwickelt. Als IP-Guys waren wir beim Fernsehen erstmalig mit IPTV-Rechten konfrontiert, die wir in den letzten zwei Jahren von Grund auf lernen mussten. Das war eine der spannendsten Zeiten meines Berufslebens. Komplexität pur, die wir hinbekommen haben. Heute sind wir der führende 3play-Anbieter und zwar technisch sowie bei den IPTV-Rechten. Diese Kombination in diesem Tiefgang der Produktion finden sie derzeit in Deutschland bei keinem weiteren Anbieter unter einem Dach. purtel.com ist damit als zentraler Ansprechpartner bei seinen Kunden positioniert, ohne dass diese einen zweiten Anbieter zwingend benötigen.

Ihr Angebot richtet sich vor allem an regionale Netzbetreiber. Wie sieht der typische purtel.com-Kunde aus?

Unsere Kunden lernen wir in zwei Phasen kennen. Der überwiegende Teil unser Netzbetreiber beginnt gerade mit der Netz- und Dienste-Planung. Die ersten Kundenaufschaltungen sind in Sichtweite, so dass wir von Beginn an begleiten und gemeinsam wachsen. Die zweite Kategorie von Kunden sind diejenigen, die ihre ehemalige Entscheidung revidieren und einen neuen Dienstleister für die Zusammenarbeit suchen. Dann kommt es zu komplexen Migrationsprozessen der Endkunden. Hatten in der Vergangenheit unsere Kunden das Ziel, Netze der Größe 5.000-10.000 Haushalte zu erschließen, sprechen wir mittlerweile über Netzgrößen zwischen 50.000-100.000 Haushalten für die kommenden 10 Jahre. Diese Entwicklung ist enorm spannend, bedeutet es doch, dass über die

nächsten 10 Jahre kontinuierlich neue Endkunden gewonnen werden. purtel.com entwickelt sich mit ihren Kunden gemeinsam. Eigentlich müssen wir uns sogar schneller als unsere Kunden entwickeln, da wir Plattformkapazitäten, Personal und auch neue Dienste vorhalten müssen, wenn der Netzbetreiber sie benötigt. Wir sind damit immer mit dem „Ohr auf der Schiene“, also wachsam.

Anfang 2019 haben Sie für das Jahr umfangreiche Investitionen angekündigt. Was haben Sie konkret getan?

purtel.com ist ein Cloud-Dienste-Anbieter, denn unsere Welt ist die der Plattformen, der Software, der Kapazitäten in Rechenzentren, Redundanzen und Schnittstellenbandbreiten. Um dieses virtuos im Zusammenspiel für bestehende Accounts, für monatlich neu hinzukommende Accounts über alle Dienste



BREITBANDFÖRDERUNG DES BUNDES

TURBO-INTERNET FÜR ALLE!



...so beschreibt das BMVI sein Breitbandförderungsprogramm. Emtelle ist einer der führenden globalen Anbieter von Mikrorohr-, Blown-Fibre-, und Glasfaserlösungen. Wir erfüllen alle Voraussetzungen für das Materialkonzept des Bundes.



- Produktionsstandort in Erfurt = beste logistische Voraussetzungen in Deutschland
- Weitere Fertigungszentren in Dänemark (1x) und UK (2x) für noch mehr Flexibilität
- Technisches Kompetenzzentrum in Hawick, Schottland
- Lösungsorientierter Support in allen Projektphasen
- Marktgerechte Preisstruktur

Emtelle GmbH

An der Flurscheide 20, 99098 Erfurt, Germany

+49 (0) 361 654 330

info-de@emtelle.com

www.emtelle.com



hinweg automatisiert und redundant mit Hochverfügbarkeit anbieten zu können, bedarf es einer breiten Klaviatur an Netz- und Systemtechnik, Monitoring-Systemen und Personal. Inhaltlich haben wir uns im VoIP-Segment durch die Anschaffung einer neuen VoIP-Plattform sowie im ISP-Segment durch eine „CGN Carrier Grade NAT“-Plattform entwickelt, um unabhängig von den knappen IPv4-Adressen zu werden. Wir mussten Infrastruktur auf die ersten 100-Mbit/s-Schnittstellen aufrüsten und wir haben unseren PoP in Berlin eröffnet.

Im vergangenen Jahr haben Sie mit RTL Deutschland eine B2B-Rahmenvertrag abgeschlossen, der Ihnen die Möglichkeit der Sublizenzierung gibt. Nehmen Sie dadurch nicht auch den Wettbewerb auf zu den Spezialisten bei TV-Services?

Die purtel.com musste diesen Weg gehen, obwohl er ursprünglich nicht beabsichtigt war. Heute bin ich froh, dass wir mit RTL diesen Vertrag geschlossen haben. Einen weiteren werden wir im März kommunizieren. Der Einstieg in das Segment des IPTV-Rechte-Handels bedeutet auch andere oder neue Marktbegleiter. Das ist gut für den Wettbewerb, denn purtel.com bietet nun Rechte und Technik aus einer Hand an. Und purtel.com ist auf IP-Netzbetreiber spezialisiert, während der Kundenstamm beispielsweise einer Eviso eher die Welt der Kabelnetzbetreiber ist. Unsere Kunden schätzen die Flexibilität, die Professionalität, ohne dass das persönliche Miteinander im fach-

lichen Austausch darunter leidet. Und nicht zuletzt: IP als Technologie bietet so viele Möglichkeiten, die wir vorantreiben wollen.

„Ausbaupotenzial von über einer Million Anschlüssen“

Welche Potenziale in den Märkten sehen Sie für purtel.com? Wie werden Sie Ihr Portfolio entwickeln?

Wir konzentrieren uns mit Hochdruck auf die saubere Auslegung der Prozesse und das Wachstum in unserem Stammsegmenten, wo weiterhin so unfassbar viel passiert. Der Markt ist und bleibt Deutschland. Österreich und die Schweiz sind grundsätzlich auch interessant, aber im Verhältnis zu Deutschland einfach signifikant zu klein. Auf diese Märkte sollten sich besser heimische Anbieter konzentrieren. Schon heute hat die Summe der purtel.com-Netzbetreiber ein Ausbaupotential von deutlich über einer Million Anschlüssen, von denen wir aber erst 10 Prozent erschlossen haben.

Wir halten laufend Ausschau nach neuen Diensten, haben mehrere bereits identifiziert, doch möchte ich mich in diesem Jahr auf die Entwicklung des IPTV-Dienstes konzentrieren. Da ist die purtel.com in der Vergangenheit nicht so in der Öffentlichkeit präsent gewesen, weil zunächst noch Hausaufgaben fertigzustellen waren. (ET) ■



purtel.com

Die purtel.com GmbH wurde im Jahr 2004 in Dortmund gegründet und startete ihr Geschäft mit VoIP-Telefonie (purTEL). Ihr Kerngeschäft war die Bereitstellung von SIP-Accounts für geographische Rufnummern, seien sie neu vergeben oder durch Portierung der Rufnummern zur purtel.com gekommen, seit dem Jahre 2009 als Dienstleistung für regionale IP-Netzbetreiber. Seit 2015 ergänzt das Internet-Service-Providing (purISP) die VoIP-Telefonie. Mit IPTV (purTV) wurde die purtel.com im Jahr 2017 zum Triple-Play-Dienstleister.

Alle drei Services erbringt das Unternehmen als White-Label-Dienstleister. Zusatzleistungen zu den drei Kern-IP-Diensten sind ein integriertes Rechnungs-Modul (Billing), eine Konfigurationsplattform zur Provisionierung der zum Endkunden ausgebrachten Hardware (ACS-Plattform) sowie ein integrierter Hardware-Shop für Router, VoIP-Telefone und Set-Top-Boxen.

Clarita-Bernhard-Straße 25
81249 München
+49 89 2000 77 130
support@purtel.com
www.purtel.com