

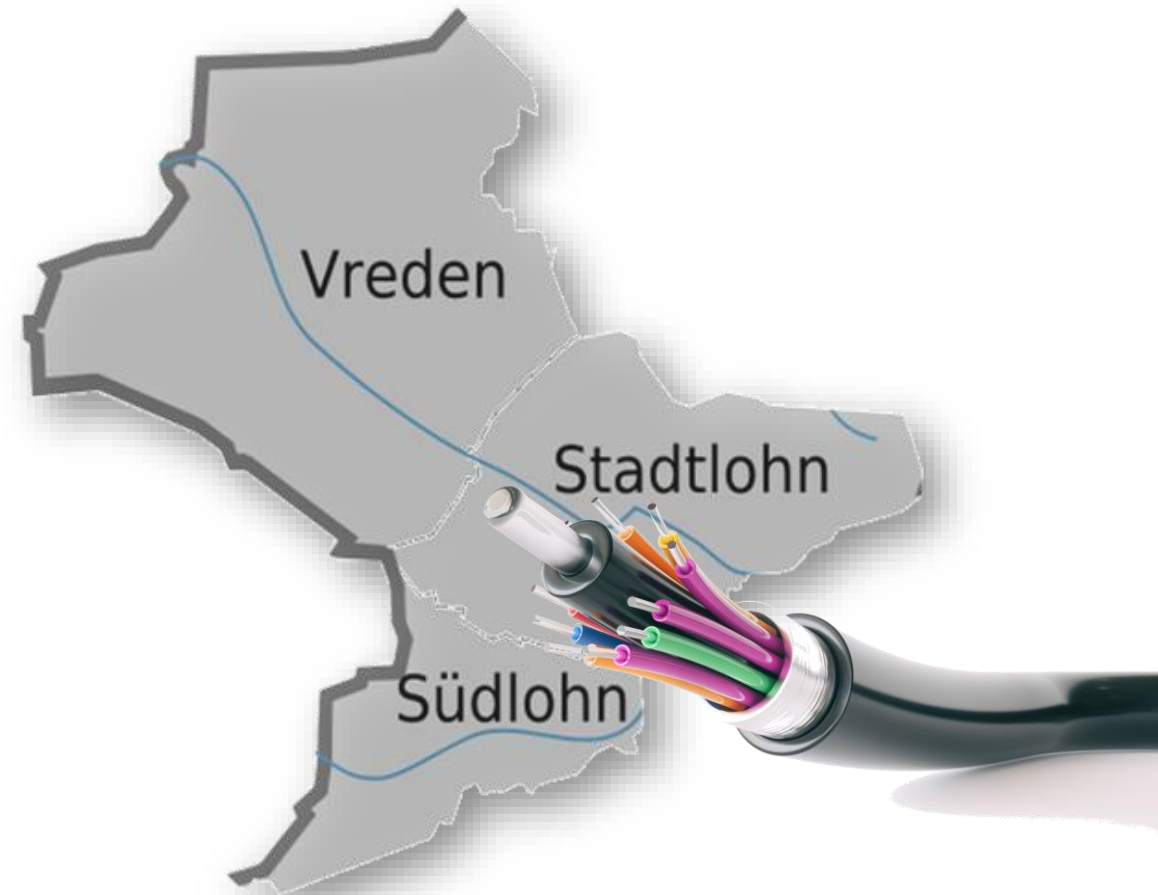


CASE STUDY: WHITE LABEL DER SVS VERSORGUNGSBETRIEBE



► Vorstellung SVS

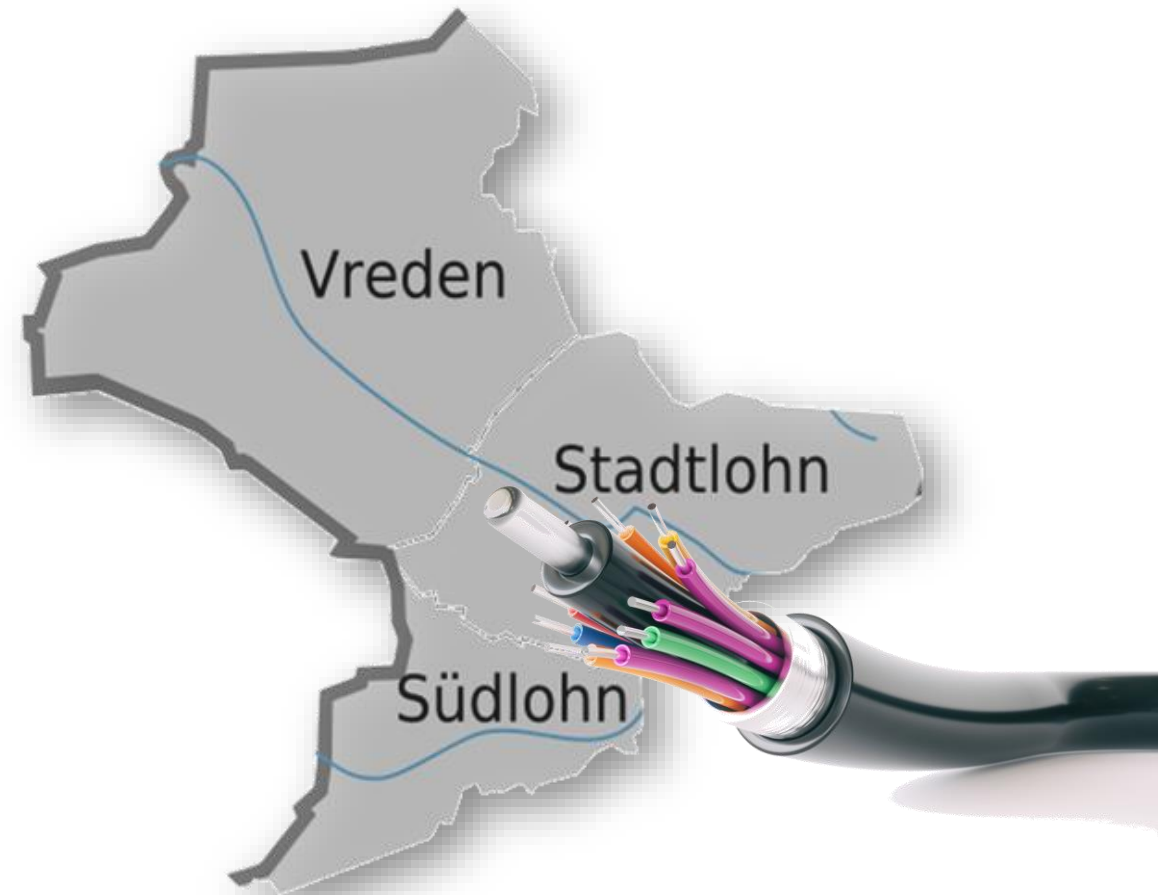
- Versorgungsunternehmen in den Kommunen Stadtlohn, Vreden und Südlohn
- ca. 25000 Haushalte im Versorgungsgebiet
- Versorgungssparten: Strom / Gas / Wasser / Glasfaser
- Erste Glasfaserstrecke 2012 in Betrieb genommen



► Entwicklung des Netzes

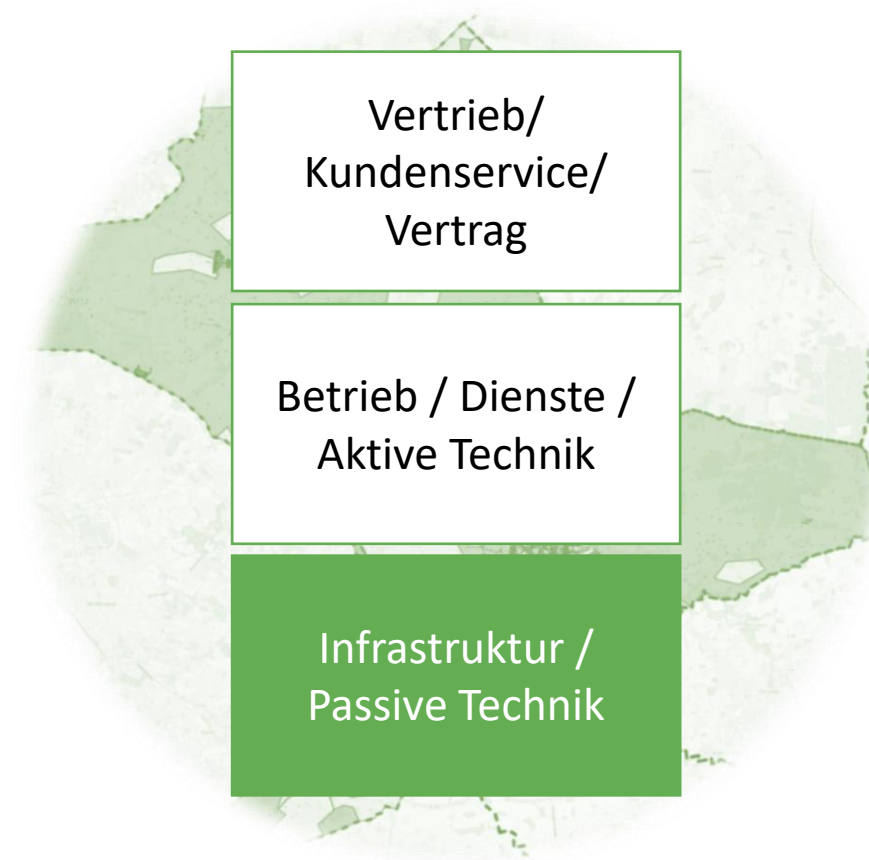
	Status 31.12.16	Status 31.12.17	Status 31.12.18	Status 31.12.19	Status 31.12.20
Anzahl Privatkunden	1.751	2.649	3.438	4651	5.522
Anzahl Gewerbekunden	113	153	207	240	267
Anzahl Netzkopplungspunkte in fremde Netze	4	4	4	4	6
Anzahl zentrale Verteilstationen (PoP)	2	2	2	2	3
Trassenlänge in km. rd.	420	460	490	540	600
Kabellängen in km rd.					3500

► Bisheriges Geschäftsmodell
-Vermietung

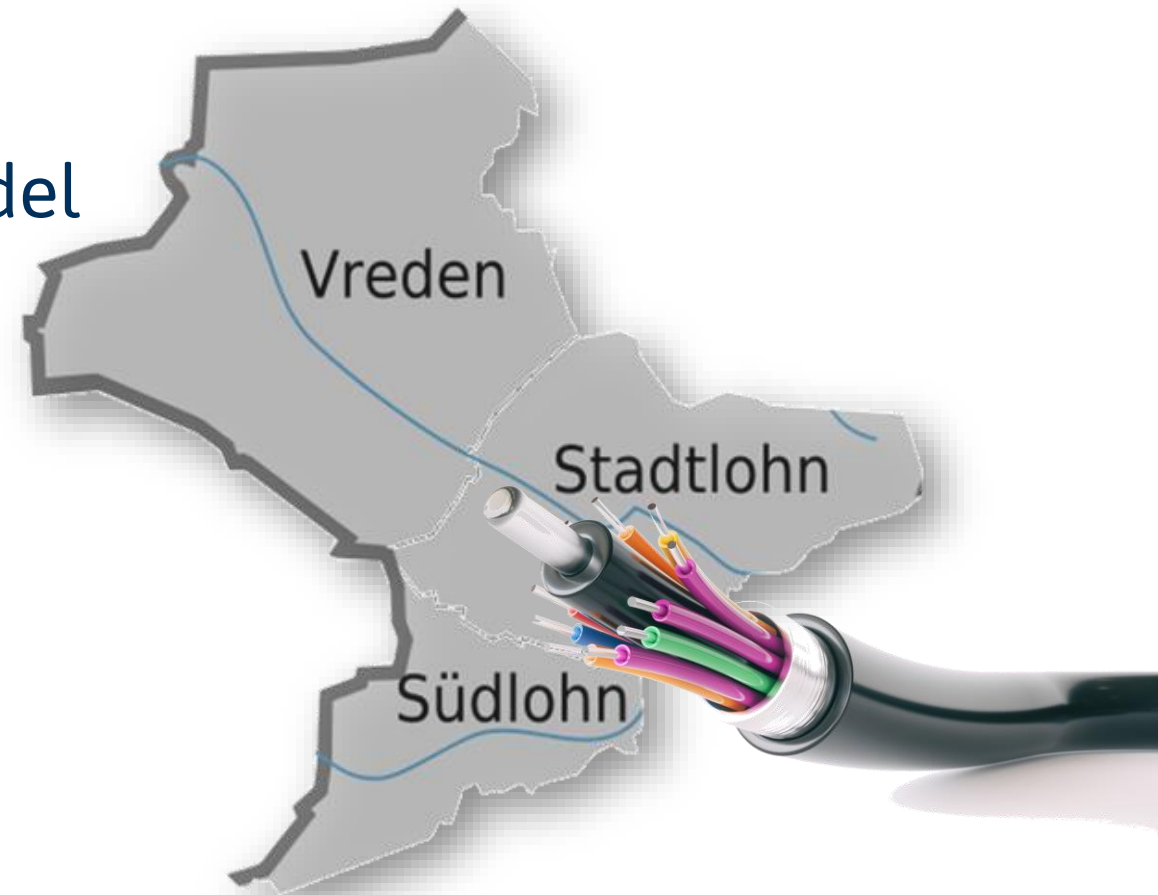


► Vermietungsmodell

- SVS vermietet passive Glasfaser Verbindungen an den Provider
- Bereitstellung des passiven Netzes durch die SVS
- Vertragsverhältnis mit den Endkunden besteht nur mit dem Provider
- Vorteile
 - Marketing durch den Provider
 - Einfache Abrechnung durch feste Mietpreiskategorien
 - Technischer Support nur fürs Netz
- Nachteile
 - Vertrieblisch sehr eingeschränkt
 - Keine direkte Kundenbindung
 - Nur schwer in Förderkulissen umsetzbar

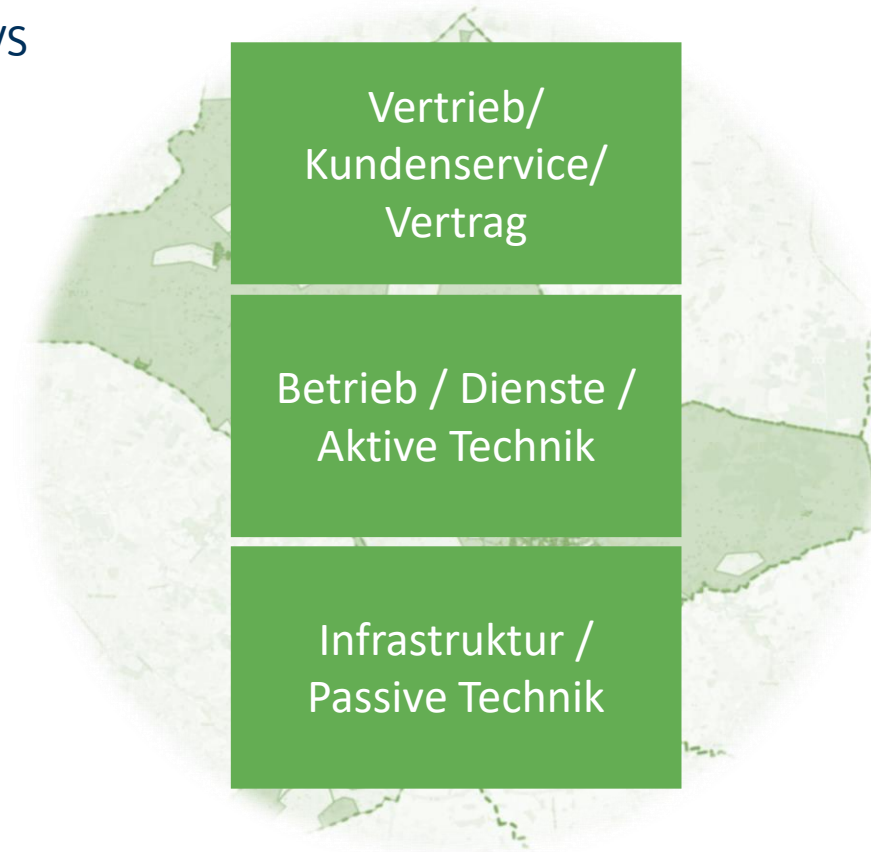


- ▶ Überlegung neues Geschäftsmodell
 - SVS als eigenständiger Provider

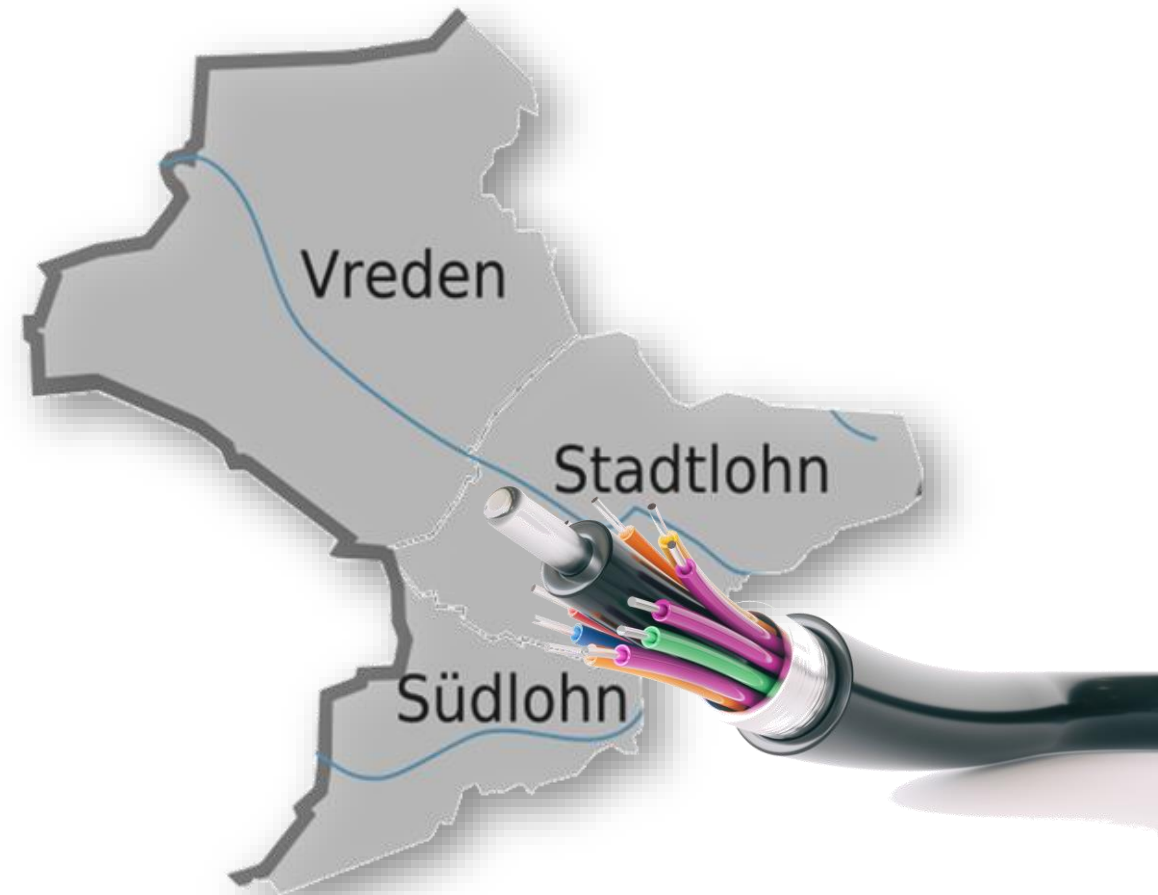


► SVS als eigenständiger Provider

- SVS vermarktet Internetprodukte selbständig unter eigenem Namen
- Bereitstellung des passiven Netzes und der aktiven Technik durch die SVS
- Vertragsverhältnis der Endkunden direkt mit der SVS
- Vorteile
 - Vertrieblisch Flexibel (Cosselling, 4play Modelle, usw.)
 - Direkte Kundenbindung
 - Unproblematische Teilnahmen an Förderkulissen
- Nachteile
 - Marketing durch die SVS
 - Kundenabrechnung durch die SVS
 - Kundensupport zu 100% bei der SVS
 - Hohe Investitionskosten
 - Hoher Wissenstand notwendig

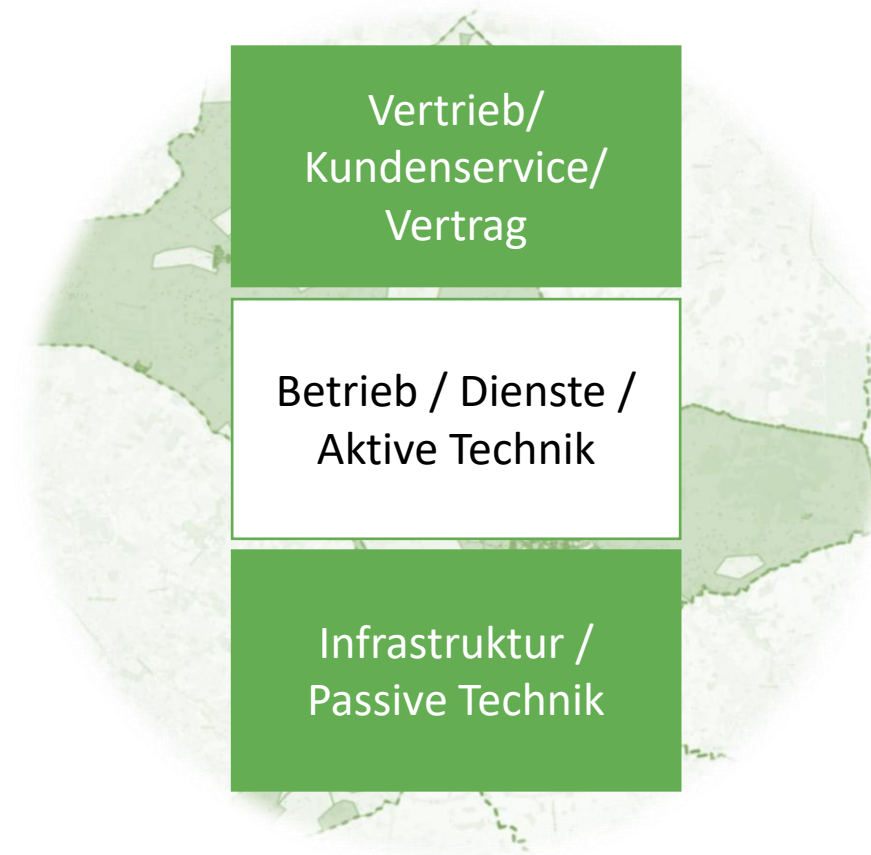


► Lösung
-White Label



► SVS als Provider (White Label)

- SVS vermarktet Internetprodukte unter eigenem Namen
- Bereitstellung des passiven Netzes durch die SVS
- Bereitstellung der Aktiven Technik durch die Dvg
- Vertragsverhältnis der Endkunden direkt mit der SVS
- Vorteile
 - Vertrieblisch Flexibel (Cosselling, 4play Modelle, usw.)
 - Direkte Kundenbindung
 - Unproblematische Teilnahmen an Förderkulissen
 - Lieferung der Daten für die Kundenabrechnung durch Dvg
 - Aktive Technik wird durch die Dvg bereitgestellt
 - Technischer Kundensupport durch Dvg
- Nachteile
 - First Level Support durch SVS



► Fazit

- Durch White Label kann man sich weiter auf das Kerngeschäft konzentrieren
- Vertriebliche Vorteile nutzbar
- Leichter Start in das neue Geschäftsfeld
- Niedrige Investitionskosten
- Höhere Kundenbindung