

Breitband/IT

„Die Zukunftsvernetzer“: primacom schärft das Profil der Marke deutschetelekabel

Ein Jahr nach der Übernahme durch die primacom-Gruppe stellt sich deutschetelekabel als „Zukunftsvernetzer“ der Wohnungswirtschaft neu auf: Seit über 30 Jahren eng mit der Wohnungsbranche verbunden, unterstreicht deutschetelekabel künftig die Kompetenz als Anbieter zukunftssicherer Hochleistungsnetze und den Wissensvorsprung im Bereich digitales Wohnen.



Heute schon erleben,
was die ZUKUNFT bringt.

Die neue Bildwelt der deutschetelekabel mit Kugel im Netzlook als Key Visual

deutschetelekabel hat seine Wurzeln in der Wohnungswirtschaft und gilt seit 30 Jahren als verlässliche Größe im Kabelmarkt. Vor einem Jahr fand das Unternehmen neuen Anschluss bei der primacom-Gruppe. Durch die Übernahme im März 2014 wuchs primacom als viertgrößter Kabelnetzbetreiber in Deutschland um rund 30 Prozent auf über 1,2 Millionen Haushalte. „Größe ist für uns wichtig, aber nicht alles“ erläutert primacom-Geschäftsführer Joachim Grendel seine Strategie; „deutschetelekabel bereichert primacom auch durch ihre ausgeprägte Professionalität und Kundenorientierung.“ Vor diesem Hintergrund entschied Joachim Grendel, den Namen und die Identität der neuen Tochter nicht etwa zu tilgen, sondern sogar weiter zu entwickeln: „In einer Zeit, in der die Marken etablierter Kabelnetzbetreiber vom Markt verschwinden, positionieren wir deutschetelekabel gezielt als professionellen Partner der Wohnungswirtschaft“.

Seit April präsentiert sich deutschetelekabel mit einem neuen Markenauftritt. „Die Zukunftsvernetzer“ lautet der beziehungsreiche Slogan: Er spielt ebenso auf das hochleistungsfähige Glasfasernetz an wie auf das Beziehungsnetzwerk mit der Wohnungswirtschaft und die ausgeprägte Beratungskompetenz im Bereich der Digitalisierung. „Wohnungswirtschaft verstehen“, „Wohnwert steigern“, „Technologien entwickeln“ und „Zukunft vernetzen“ lauten die vier programmatischen Leitthemen der Kommunikation.

Über die primacom-Gruppe Die primacom-Gruppe verfügt über ein autarkes, hochleistungsfähiges und zukunftssicheres Hybrid-Glasfaser-Netz mit derzeitigem Zugang zu über 1,2 Millionen angeschlossenen Haushalten und ist somit der viertgrößte Kabelnetzbetreiber in Deutschland. Die primacom-Gruppe ist seit 1998 im Multimedia- und Telekommunikationsmarkt aktiv und hat sich längst als nationaler Anbieter mit regionalem Fokus auf dem Telekommunikationsmarkt etabliert.

Neues Markensymbol stellt die Vernetzung mit der Zukunft dar

Symbolisiert wird der neue Anspruch von deutschetelekaabel durch eine futuristisch leuchtende Kugel. Mit ihren netzförmigen Leitungsbahnen und Knotenpunkten erinnert sie an Glasfaser-Netzpläne, an einen Globus oder auch die neuronalen Leitungen eines Gehirns.



Die neue Bildwelt der deutschetelekaabel mit Grafik zur Wohnwertsteigerung

Vernetzung, Vertrauen und modernste Glasfasertechnologie

Jean-Pascal Roux, Bereichsleiter Vertrieb Wohnungswirtschaft, erläutert: „Unser neues Markensymbol steht für das Thema Vernetzung – nicht nur in technischer, sondern auch in persönlicher Hinsicht: Durch unsere einzigartige Vernetzung und gewachsene Vertrauensbasis mit der Wohnungswirtschaft können wir maßgeschneiderte Lösungen für eine zukunftssichere Medienversorgung bieten. Dafür setzen wir die modernste Glasfasertechnologie ein – so erschließen wir unseren Partnern faszinierende Möglichkeiten für das digital vernetzte Wohnen.“

Unter dem Dach der primacom-Gruppe entfaltet deutschetelekaabel seit einem Jahr eine neue Dynamik: „Wir heben jetzt unser bewährtes Erfolgskonzept auf ein neues Niveau“, so Jean-Pascal Roux, „dadurch konnten wir in jüngster Zeit sehr erfolgreiche neue Abschlüsse mit führenden Unternehmen der Wohnungswirtschaft melden oder auch bestehende Partnerschaften durch neue, sehr langfristige Perspektiven ausbauen“. Resultat: primacom verzeichnet überproportionales Wachstum; vor allem aufgrund erfolgreicher Abschlüsse mit der Wohnungswirtschaft sowie dem Absatz hochwertiger digitaler Angebote wie hochauflösendem Fernsehen, Internet und Telefon: 2014 erzielte primacom einen Erlösanstieg um 37,2% auf 131 Mill. Euro. Operativ vor Abschreibungen (Ebitda) verdiente primacom 55,2 Mill. Euro – die Hälfte mehr als im Vorjahr. Die Ebitda-Marge sprang auf 41,6%. Auch im laufenden Jahr rechnet das Unternehmen erneut mit einem starken Wachstum. Seit 2011 mit neuen Eigentümern und einem neuen, branchenerfahrenen Management unter Leitung von Joachim Grendel wandelte sich primacom zu einem der erfolgreichsten Multimediaanbieter und starken Nummer Vier auf dem deutschen Kabelmarkt.

Mattias Persson

Die Kunden werden mit digitalem Fernsehen, HDTV, digitalen Programmpaketen, Hochgeschwindigkeits-Internet-Zugängen und modernen Telefonanschlüssen versorgt. Darüber hinaus entwickelt die primacom-Gruppe flexible Einzellösungen wie Telemetriedienstleistungen für die Wohnungswirtschaft. Die primacom-Gruppe mit Hauptsitz in Leipzig ist deutschlandweit vertreten und beschäftigt derzeit rund 450 Mitarbeiter.