



LATUS
CONSULTING

Der schwierige zweite Akt des Glasfaserausbaus – Zeit die Säge zu schärfen

08.09.2026 | Sebastian Krems | Managing Partner

V 1.0

Vortrag anlässlich des
29. Breitbandkongress des FRK 2026

LATUS consulting - Überblick

LATUS consulting bietet branchenübergreifend ehrliche Beratung nach Augenmaß. Wir unterstützen Sie in allen Phasen Ihrer Unternehmensentwicklung, strategisch und operativ, technisch und wirtschaftlich.



LATUS Industrie Expertise

Alle unsere Berater haben eine ausgeprägte Branchenexpertise und langjährige operative Erfahrung und sind mit dem FTTH- als auch anderen effizienzgetriebenen Märkten vertraut, bspw. wie gefordert im Automotive Bereich. Alle unsere Industrie Experten:

- ▶ haben eine hohe **Umsetzungskompetenz** und übernehmen eigenständig komplexe Analyse-, Konzeptions- und Umsetzungsaufgaben unter hohem zeitlichem und wirtschaftlichem Druck
- ▶ haben fundierte **Erfahrung in der gesamte Wertschöpfungskette** im FTTH-Markt von Planung über Ausbau, Aktivierung, Nachverdichtung und Dienste-Vermarktung, innerhalb einer Organisation oder mit Partnern
- ▶ sind vertraut mit den Best-Practice Ansätzen und Marktstandards und kennen die gängigen Kennzahlen und Benchmarks zur performanceorientierten Steuerung von Unternehmen
- ▶ agieren auf Augenhöhe mit unseren Kunden und haben im Aufbau, der Weiterentwicklung und Optimierung von Organisationen und in Transformationsprojekten agiert.



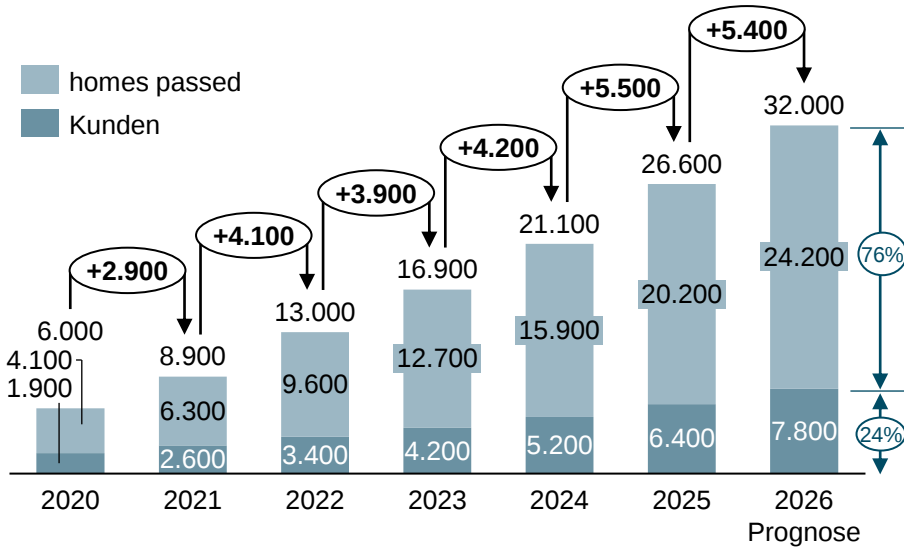
Agenda

- ▶ **Breitbandmarkt – Herausforderungen im 2. Akt**
- ▶ Der härteste Wettbewerber im FTTH Markt
- ▶ Time to Revenue Potenzial heben
- ▶ Alle sprechen über KI - wir auch ;-)
- ▶ Fazit: Profitables Wachstum sichern

FTTH/B Markt und Marktentwicklung – Bestandsaufnahme: Prognose nach oben korrigiert ?

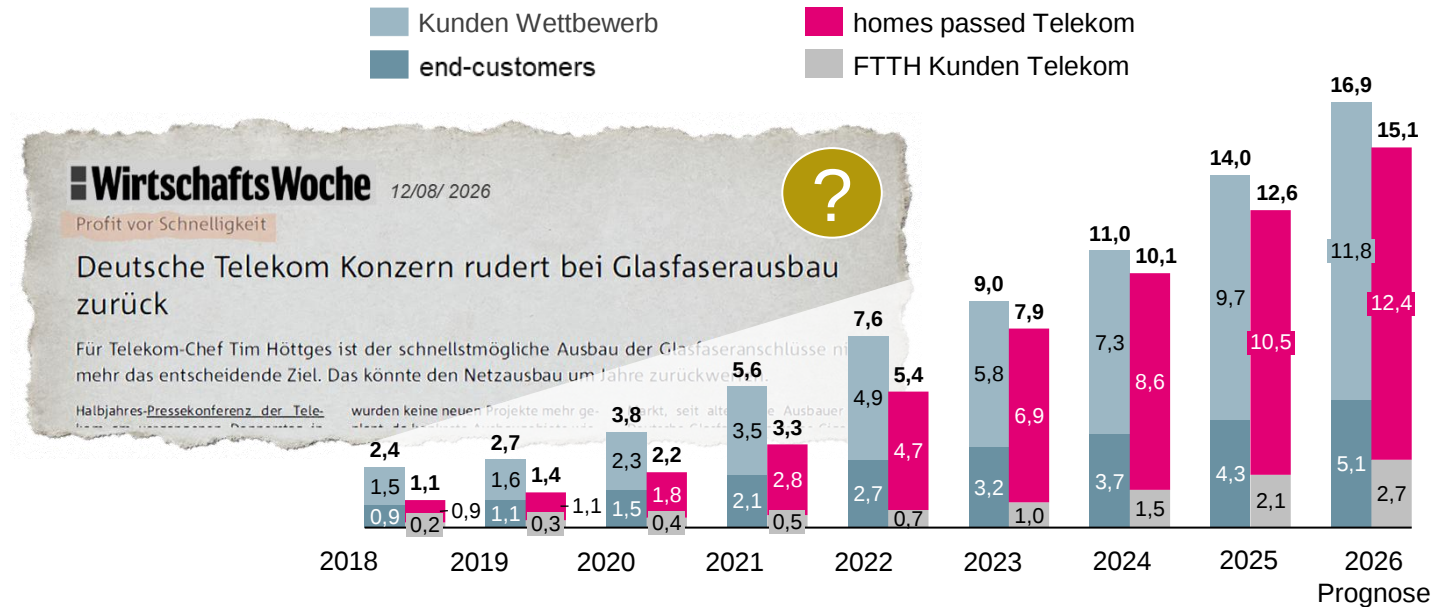
Die Ausbaugeschwindigkeit ist 2025/26 stabil hoch. Die Kundenakzeptanz ist jedoch auf (zu) niedrigem Niveau gleich geblieben. Bleibt die Ausbaugeschwindigkeit auf diesem Niveau ?

FTTH/B homes passed vs. Kunden [in Mio.]



- Die größte Dynamik im Ausbau war in 2024/25 zu verzeichnen.
- In 2025/26 hat sich die Ausbaudynamik kaum abgeschwächt. Für 2026 wird noch ein Zuwachs von 5,4 Mio. erwartet.
- Die Kundenakzeptanz (Take-rate) verharrt auf niedrigem Niveau.
- Achtung: Korrektur der Prognose HP 2025 von +3,7 Mio. auf +5,4 Mio.**

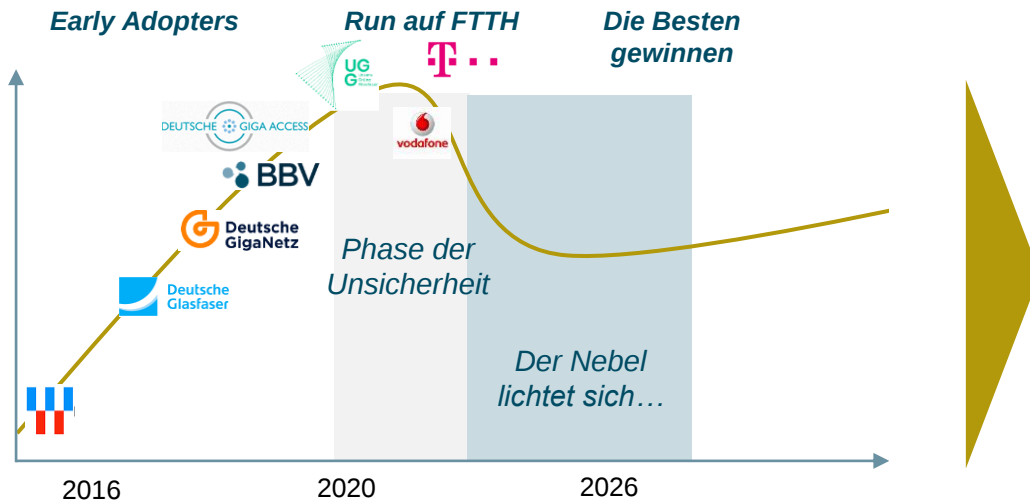
FTTH/B homes passed Wettbewerb vs. Deutsche Telekom [in Mio.]



- Aufholgeschwindigkeit bei Homes passed der Telekom ist konstant, bei sehr geringer Take up Rate.
- Starker Zuwachs bei Wettbewerbern 2024/25 (Prognose übertroffen).

Was ist neu ?

Nach der Phase der Unsicherheit müssen FTTH-Anbieter Umsatz maximieren, Aufwand minimieren und Invest optimieren – und zwar **schnell**



Neue Ziele ? Neue Reihenfolge ! Neue Geschwindigkeit !

Umsatz	→	MAXIMIEREN
Aufwand	→	MINIMIEREN
Invest	→	OPTIMIEREN

Und zwar schnell !

WirtschaftsWoche 10/04/ 2026

„Das Geld ist vergraben – und es generiert keinen Gewinn“

Jeder dritte Glasfaserbetrieb hat seine Kreditklauseln gerissen. Der Branchenexperte Klaus Hoelbling hat exklusive Daten dazu erhoben – und erwartet nun Probleme in der Baubranche.

WirtschaftsWoche: Herr Hoelbling, wie kritisch ist die Lage am Glasfasermarkt? gen spezialisiert. Er ist Experte für Technologie, Medien und Telekommunikati- Wie geht es jetzt weiter für die Glasfaserunternehmen?

Schnellere Anschaltung von Kunden

- ▶ Schneller Kunden gewinnen
- ▶ Nachverdichtungsprozesse in den Griff bekommen
- ▶ Anschaltprozesse optimieren

Effizienzen und Skalenvorteile **schnell** heben

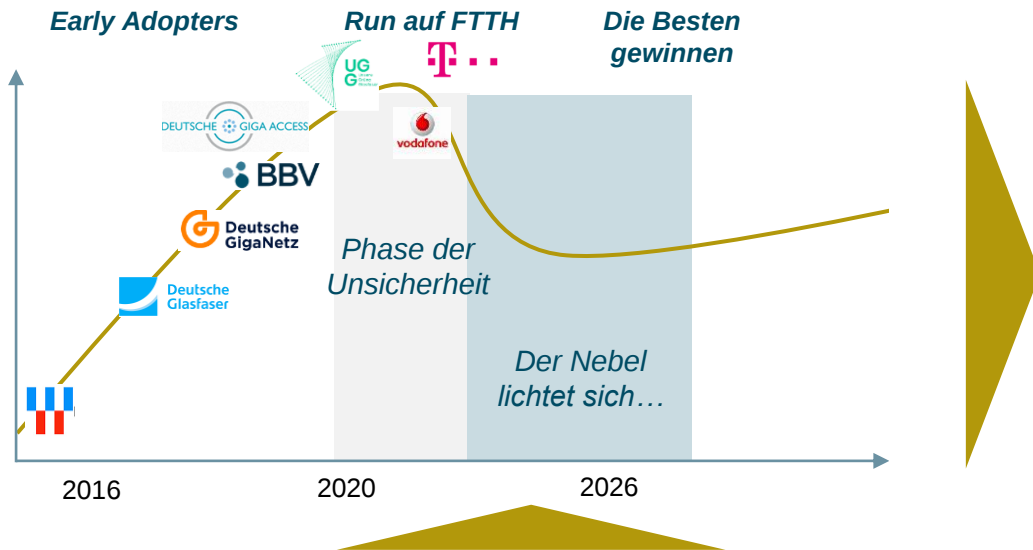
- ▶ „Keine Zeit für große IT Projekte“ – Daten & neuralgische Prozessabschnitte optimieren

Weiterer Ausbau, dort wo es sich „lohnt“

- ▶ Neue KPIs: Invest pro Kunde ?

Was ist neu ?

Nach der Phase der Unsicherheit müssen FTTH-Anbieter Umsatz maximieren, Aufwand minimieren und Invest optimieren – und zwar **schnell**



Neue Ziele ? Neue Reihenfolge ! Neue Geschwindigkeit !

Umsatz	→	MAXIMIEREN
Aufwand	→	MINIMIEREN
Invest	→	OPTIMIEREN

Und zwar schnell !

Schnellere Anschaltung von Kunden

- ▶ Schneller Kunden gewinnen
- ▶ Nachverdichtungsprozesse in den Griff bekommen
- ▶ Anschaltprozesse optimieren

Effizienzen und Skalenvorteile **schnell** heben

- ▶ „Keine Zeit für große IT Projekte“ – Daten & neuralgische Prozessabschnitte optimieren

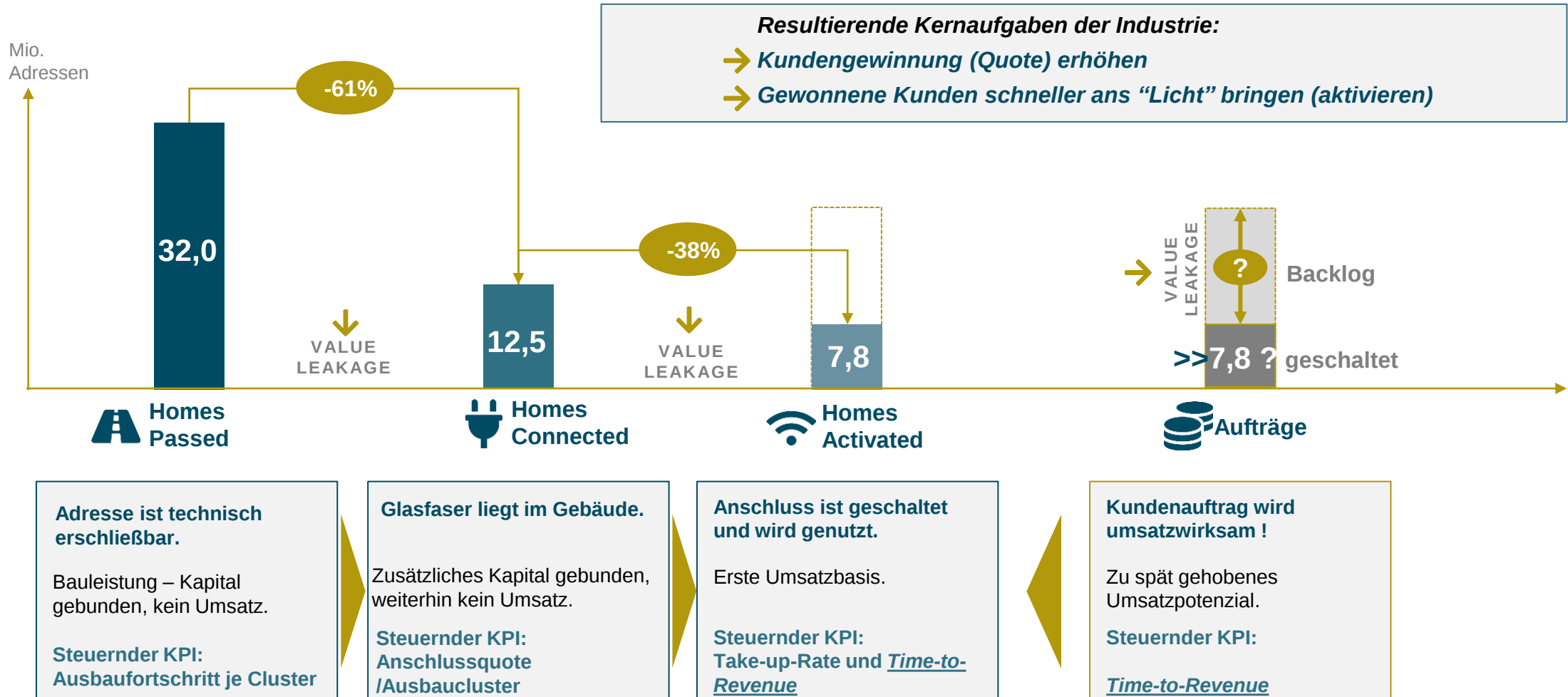
Weiterer Ausbau, dort wo es sich „lohnt“

- ▶ Neue KPIs: Invest pro Kunde ?



Marktdruck FTTH – Value Leakage Funnel

Zwischen gebauter Adresse und profitablen Kunden verliert der Business Case dreimal. In der Kundengewinnung, im Bau und in der Aktivierung.



Inhalt

- ▶ Breitbandmarkt – Herausforderungen im 2. Akt
- ▶ **Der härteste Wettbewerber im FTTH Markt**
- ▶ Time to Revenue Potenzial heben
- ▶ Alle sprechen über KI - wir auch ;-)
- ▶ Fazit: Profitables Wachstum sichern

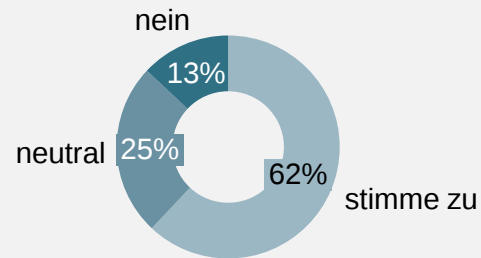
Das Wechsel-Paradoxon: Nicht Gigabit verkaufen, sondern den Status quo schlagen

Der Status Quo ist der eigentliche Wettbewerber: Die Überwindung der Wechselhürde ist der entscheidende Hebel in der Kundengewinnung!

Kundenpotenzialbefragung¹⁾

Stimmen sie folgender Aussage zu:

„Never change a runnig System, ich bin froh, dass mein Internet vernünftig läuft“



Übersetzung:

- A) „Ich kenne mich damit nicht aus und bin froh, dass es läuft.“
- B) „Es gibt aus Sicht meines derzeitigen BB Produktes keinen Grund etwas zu ändern“
- C) „Was ich da schon alles schlimmes beim Neuanschluss gehört und gelesen habe, nee lass mal lieber“

Hinzu kommt:

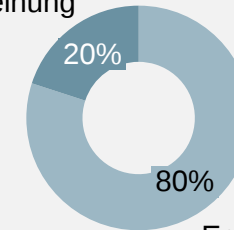
Ca. 80% der DSL und Kabelkunden sind mit ihrem derzeitigen Anschluss zufrieden oder sehr zufrieden

Kunden mit Glasfaserprodukt¹⁾

„Wie bewerten Sie die Leistungsfähigkeit Ihres Glasfaseranschlusses im Vergleich zum vorherigen Produkt?“



nicht erfüllt/
keine Meinung



Erwartungen erfüllt
bzw. übertroffen

Übersetzung:

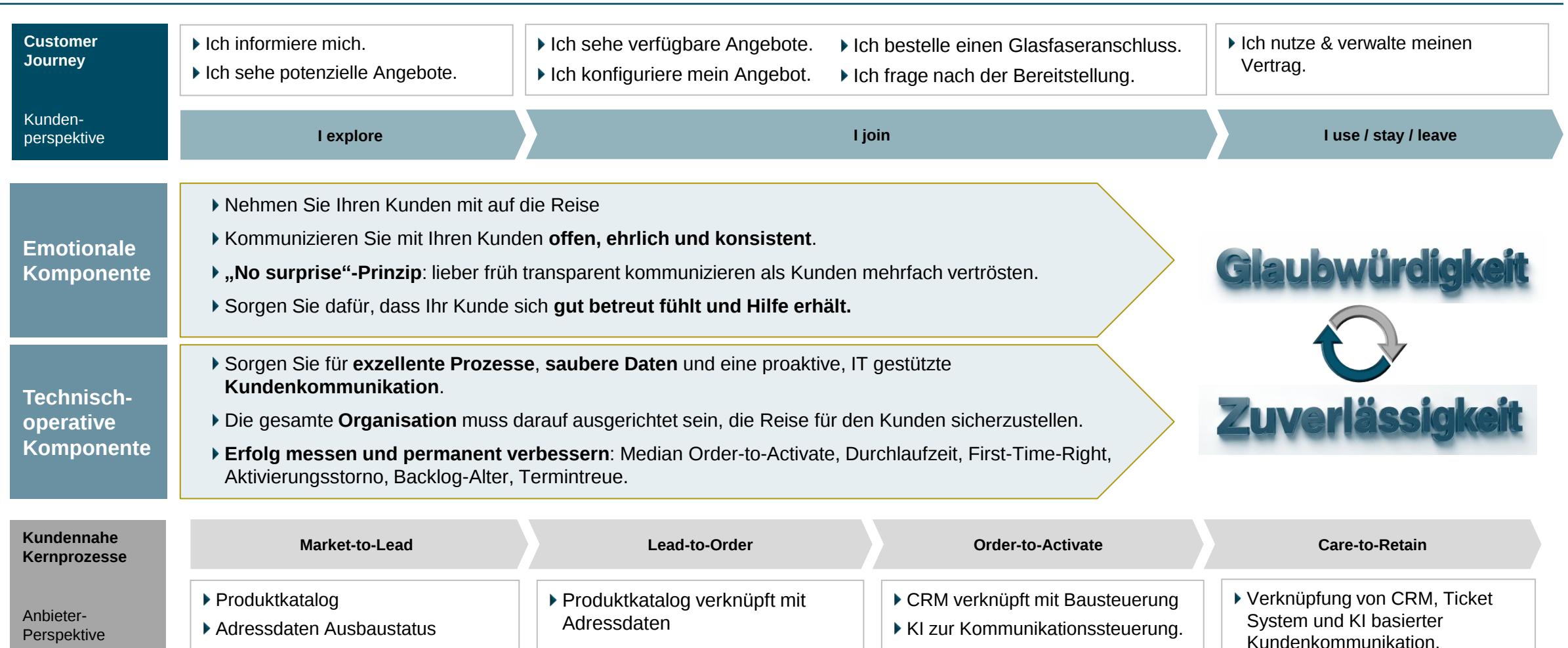
Hohe Zufriedenheit mit dem Produkt nach dem Wechsel
„Wenn man es einmal hat ist Glasfaser genial!“

Hinzu kommt:

Ca. 87% der Glasfaserkunden sind mit ihrem derzeitigen Anbieter zufrieden oder sehr zufrieden

Reputation ist Teil des Produkts – Kundenservice wird zum Vertriebskanal

Leben Sie die Kundenreise – technisch und emotional! Jede verzögerte oder misslungene Aktivierung kostet dreifach: späteren Umsatz, zusätzlichen Aufwand und Vertrauen.

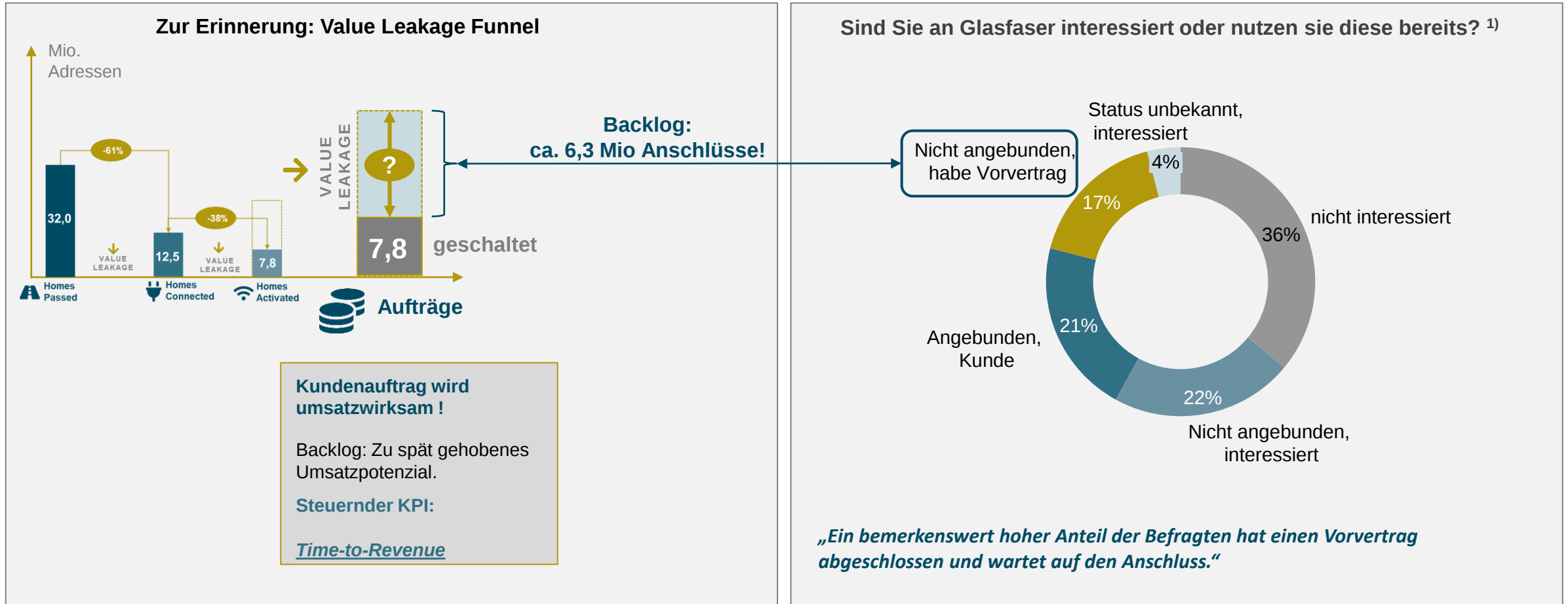


Inhalt

- ▶ Breitbandmarkt – Herausforderungen im 2. Akt
- ▶ Der härteste Wettbewerber im FTTH Markt
- ▶ **Time to Revenue Potenzial heben**
- ▶ Alle sprechen über KI - wir auch ;-)
- ▶ Fazit: Profitables Wachstum sichern

Time to Revenue: Wie groß ist der Backlog ?

Hochgerechnet mit Hilfe der Ergebnisse der Marktstudie sind ca. 6,3 Mio. Anschlüsse unter Vertrag aber (noch) nicht geschaltet! Bei 40 € ARPU sind das 252 Mio. € Umsatz pro Monat, der nicht realisiert wird.



Operative Exzellenz – Grundlage für Effizienz und Qualität

Der Weg führt von konsistenten Daten über Prozesse zur IT. Ohne stabile Daten- und Prozessbasis bleibt IT Stückwerk mit geringem Wirkungsgrad.

Wo entsteht der Backlog ?

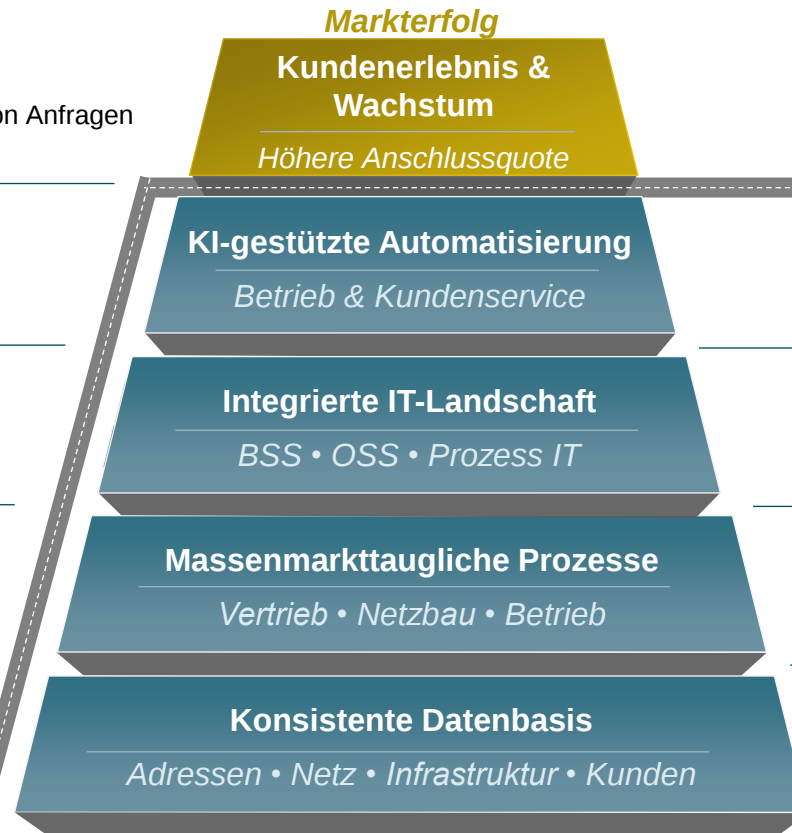
- ▶ Unzureichende Kundenkommunikation
- ▶ Unzuverlässige, langsame Bearbeitung von Anfragen

- ▶ „Das machen wir später“
- ▶ „Das geht nicht wegen Datenschutz“

- ▶ „Excel Schnittstellen“
- ▶ Fehlende durchgehende Prozess SW

- ▶ „Visio Prozesse im Schrank“
- ▶ Verantwortungslücken (im Clearing)

- ▶ Fragmentierte, inkonsistente Daten
- ▶ Schlechte Netzdoku, Datenaltbestände



Verbesserungspfad

- ▶ Weniger manuelle Bearbeitung → höhere Betriebseffizienz → geringere Kosten
- ▶ Schnellere Bereitstellung betriebsfertiger Anschlüsse → verbessertes Ergebnis

- ▶ Voll automatische Abwicklung von 80 – 90 % Kundenanfragen und Prozessen
- ▶ Basis: **lokale KI** mit Anbindung an Prozess IT, Zugriff auf (konsistente) Daten

- ▶ Bruchfreie SW Landschaft über alle Prozessschritte und Wertschöpfungsstufen
- ▶ Voraussetzungen: **gelebte e2e Prozesse** sind an Customer Journey ausgerichtet

- ▶ Gelebte e2e Prozesse konsequent von Kunden aus gedacht (inkl. Rollen & RACI)
- ▶ Voraussetzungen: **Datenmodell** für Customer Journey ist implementiert

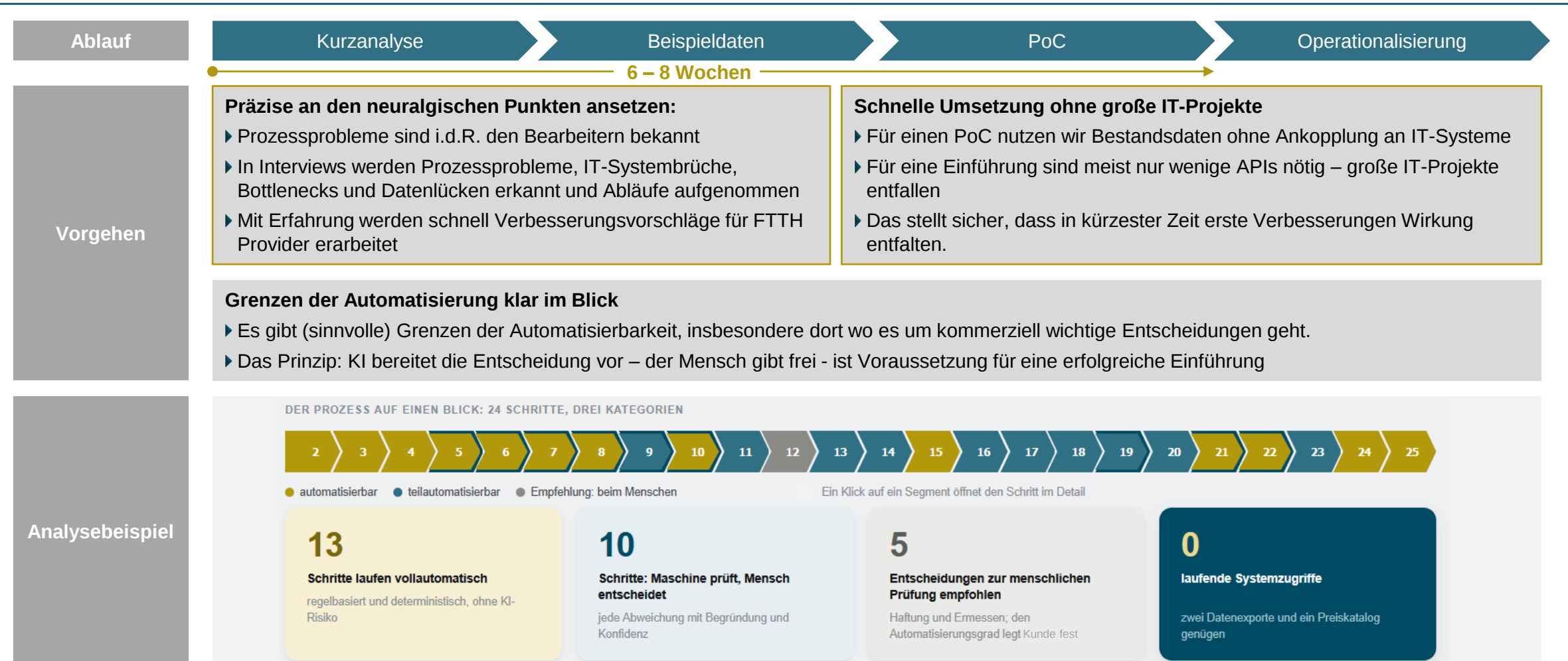
- ▶ Optimales Datenmodell basierend auf der Customer Journey
- ▶ Konsistente Datenerfassung über die gesamte Wertschöpfung
- ▶ Konsequente Bereinigung der Altdatenbestände

Inhalt

- ▶ Breitbandmarkt – Herausforderungen im 2. Akt
- ▶ Der härteste Wettbewerber im FTTH Markt
- ▶ Time to Revenue Potenzial heben
- ▶ **Alle sprechen über KI - wir auch ;-)**
- ▶ Fazit: Profitables Wachstum sichern

Case Study – KI Einsatz für TK Provider mit schnell messbaren Erfolgen

Analyse in 5 Tagen, erste messbare Erfolge in 4 – 6 Wochen! Mit KI aufwendige IT Projekte umgehen und neuralgische Punkte im Ablauf schnell optimieren - das geht!



Inhalt

- ▶ Breitbandmarkt – Herausforderungen im 2. Akt
- ▶ Der härteste Wettbewerber im FTTH Markt
- ▶ Time to Revenue Potenzial heben
- ▶ Alle sprechen über KI - wir auch ;-)
- ▶ **Fazit: Profitables Wachstum sichern**

Sechs zentrale Hebel für profitables Wachstum

Die Hebel sind alle bekannt. Neu ist der Anspruch und die Notwendigkeit einer effizienten End-to-End-Steuerung und der Erhöhung des Umsetzungstempos.

Das Hebelportfolio

Betriebseffizienz

Cost-to-Serve und Fehlerkosten senken – mit sofortiger Wirkung auf die Marge je aktivem Anschluss.

Bereitstellung / Aktivierung

Time-to-Revenue, First-Time-Right verbessern, komfortable Buying Journey – jeder gewonnene Tag ist direkt realisierter Umsatz.

Produkt & Pricing

Attraktive Einstiegspunkte und klaren Kundennutzen schaffen – nicht allein über Spitzenbandbreite positionieren.

Kundenansprache & Vertrieb

Segmentiert, lokal und ereignisbezogen konvertieren – Vertragsende und Bauphase gezielt als Anlass nutzen.

Service & Reputation

Erfahrungen in Empfehlungen, Reviews und Forensignale übersetzen. Wirkt auf Conversion und Cost-to-Serve zugleich.

Open Access / Wholesale

Netzreichweite in zusätzliche Auslastung und Umsatz überführen, wo Retail allein nicht reicht.

 Effizienz

 Umsatz

 Vertrauen



Datenqualität, optimierte Prozesse, integrierte IT Systeme und KI sind Enabler und machen die Hebel messbar und skalierbar – sie sind Voraussetzungen zur Umsetzung und keine weiteren Hebel.

Reduzierung der Time to Revenue reduziert Time to Impact

Der Glasfasermarkt wechselt die Erfolgslogik: Von Build to Yield.

Der zweite Akt wird über Aktivierung, Effizienz und Vertrauen entschieden – nicht über Baugeschwindigkeit.

Schneller Aktivieren

Aus Reichweite schnell Nutzung und Cashflow machen

Effizienz & Qualität steigern

Fehler, Übergaben und Nacharbeit systematisch entfernen

Vertrauen verdienen

Reale Qualität in Empfehlungen und Conversion übersetzen

Kern- erkenntnisse

- ▶ Das Nachfrageproblem ist ein Wechselproblem: Der Status quo ist oft „gut genug“; Anbieter müssen Risiko und Aufwand des Wechsels sichtbar reduzieren.
- ▶ Kundenakzeptanz entscheidet sich in der wahrgenommenen Selling Journey vor und während des Verkaufs
- ▶ Kundenzufriedenheit reicht nicht mehr – Ein positives Kundenerlebnis in der Buying Journey zählt !
- ▶ Build bleibt notwendig – über den Business Case entscheiden jedoch Auslastung und Monetarisierung.
- ▶ Qualität zahlt dreifach: weniger Cost-to-Serve, schnellere Aktivierung und bessere Reputation – und damit höhere Conversion.
- ▶ Daten, Prozesse, IT und KI sind die Skalierungsmaschine hinter den Hebeln, nicht Selbstzweck.



Vorschlag

100 Tage Fitnessprogramm mit sichtbarer Wirkung

1.  Activation Factory: Order-to-Activate-End-to-End-Verantwortung und Prozess, Backlog-Clearing, FTR, Termintreue und aktive Eskalationslogik: wenige SLA's einführen, messen und verbessern.
2.  Cost-to-Serve Sprint: Top-5-Fehler-/Nacharbeitsursachen eliminieren, manuelle Touchpoints reduzieren, Field-Service und Datenqualität stabilisieren – KI an neuralgischen Punkten einsetzen.
3.  Demand & Trust Engine: Customer Journey als zentrale Organisations- und Prozessgrundlage; Wechselversprechen einlösen, Nachverdichtungskampagnen und systematisches Reputation-/Review-Management.



Es kommt nicht darauf an, die Zukunft
vorherzusagen, sondern darauf,
auf die Zukunft vorbereitet zu sein.

Perikles, 493 – 429 v. Chr.

Vielen Dank für Ihr Interesse.

Überzeugen Sie sich von unserer Leistungsfähigkeit.
Wir beraten Sie gern!



Sebastian KREMS

Managing Partner

Tel. +49 2241 261 54 82

Mobil +49 170 56 22 141

mailto: sebastian.krems@latus-consulting.com



LATUS
CONSULTING

LATUS consulting AG

Am Brauhof 1

D – 53721 Siegburg

latus-consulting.de