

독일 Deutsche Telekom의 IPTV 사업 전략

공정경쟁정책연구실 연구원 한상훈
(T. 570-4492, shhan@kisd.re.kr)

1. 개요

최근 프랑스의 Free Telecom,¹⁾ 홍콩의 PCCW²⁾를 비롯한 세계 주요 통신사업자들이 콘텐츠 확보 비용으로 큰 금액을 지불하며 IPTV 서비스에 전력을 다하고 있다. Wallstreet Journal은 IPTV 서비스 투자자들이 단기간에 이익을 회수하려기보다는 기존의 TV가 결국 IPTV로 모두 전환될 것이라는 장기적 예측에 따라 투자를 강화한 것으로 분석하고 있다. 가령 StarHub³⁾의 경우 2008~2009년 잉글랜드 프로축구 프리미어리그 중계권을 따내는 데 100만 달러 이상을 투자했다고 전해지고 있다.

이러한 가운데, IDC는 “유럽의 다른 국가들도 경쟁적으로 IPTV 사업 확대에 나서고 있어 2011년이면 유럽의 10개국 중 1개국이 IPTV 가입자가 될 것”이라고 전망하고 있다. 이같이 IPTV 서비스는 통신 시장에서 추가 수익을 창출할 수 있는 새로운 성장 동력으로 주목받고 있다.

이에 본고에서는 EU 내에서 가장 큰 경제적 비중을 지니는 독일 DT(Deutsche Telekom)의 IPTV 서비스 현황 및 사업전략에 대해 Ovum의 최근 보고서를 중심으로 정리하고 간략

- 1) 프랑스 1위 사업자인 Free Telecom(Iliad 그룹)의 'Free TV'는 월정액 29.99유로에 초고속 인터넷과 VoIP, IPTV 서비스를 제공하고 있으며, 200개 이상의 채널을 보유하고 있으며, 유료 방송 사업자인 카넬플러스로부터 2,500여개의 동영상을 확보하는 등 콘텐츠 확보에 주력하고 있다. France Telecom은 2003년 12월 'MaligneTV'라는 브랜드로 IPTV 서비스를 시작하였으며, VOD와 실시간 TV 방송을 동시에 공급함으로써 빠른 성장 추세에 있다.
- 2) PCCW는 홍콩의 최대 유선통신사업자이다. 홍콩에서는 '두 가구 가운데 한 가구는 IPTV를 본다.'고 얘기할 정도로 IPTV가 보편화돼 있다. PCCW는 출범 초기부터 지상파방송 실시간 전송보다는 '영국 프리미어리그'를 독점 중계하는 등의 콘텐츠 전략으로 고객의 관심을 끌고 있으며, 고객이 원하는 채널만 골라 볼 수 있는 방식의 도입도 주요 성공 요인으로 보고 있다.
- 3) 싱가포르의 2위 이동통신사업자 및 유일한 케이블TV사업자이며, STT Communications, Qatar Telecom, NTT Investment Singapore 그리고 MediaCorp 등 네 개의 주주로 구성되어 있다.

한 시사점을 모색해 보고자 한다.

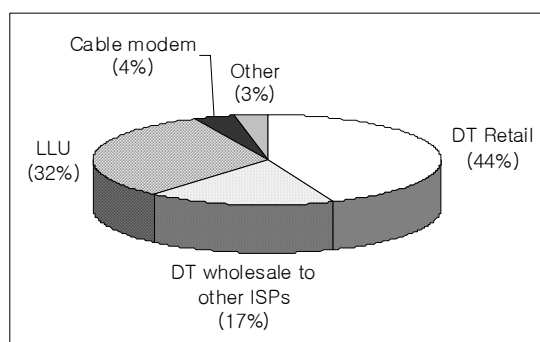
2. 본론

가. 독일 시장에서의 DT의 시장점유율

DT는 T-Mobile, T-Online, T-Home, T-Com 등 네 개의 자회사 체제로 운영되고 있으며, 국제전화서비스를 포함한 모든 종류의 통신서비스 사업을 운영하고 있다. 2007년 5월, DT는 “T-Home”이라는 명칭으로 독일에서의 모든 소비자 브랜드를 재정리하였는데 이 서비스는 Entertain 기능을 추가한 트리플 플레이(triple-play) 패키지로 제공되고 있다.

DT는 2007년 12월 기준으로 DSL 시장에서 66%의 시장점유율을 가지고 있다. [그림 1]에서 보듯이 전체 소매 초고속인터넷 시장에서도 44%의 시장점유율을 가진 거대 사업자이다. LLU 회선은 초고속인터넷 시장의 32%, 또는 DSL시장의 34%를 점유하고 있다. 즉, DT는 독일의 DSL 시장에서 지배적 사업자라고 할 수 있다.

[그림 1] 독일의 접속유형별 초고속인터넷 시장점유율(2007년 12월 기준)



자료: DT, Ovum

나. DT의 IPTV 서비스 현황

1) 프리미엄 콘텐츠 제공

2006년 3월, DT는 독일에서 IPTV 사업을 지원하기 위해 DT의 네트워크 위에 마이크로소프트 TV IPTV Edition 소프트웨어 플랫폼 설치 계약을 마이크로소프트와 체결하였다. DT는 이 계약 덕분에 차세대(next-generation)TV, 보완형 양방향서비스(complementary interactive service)의 유지는 entertainment 서비스 상품을 제공할 수 있게 되었다. DT는 경쟁사업자인 HanseNet⁴⁾보다 한 달 늦은 2006년 6월에 IPTV 서비스를 처음으로 시작하였

다. 당시 마케팅 특수효과를 노리고 2006 독일 월드컵 개막에 맞추어 서비스 개시를 시도하였으나 실패하게 된다.

〈표 1〉 Deutsche Telekom의 콘텐츠 현황

회사명	세부 내용
MGM International Television Distribution	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2003년 10월, T-Online은 VOD 서비스의 콘텐츠 공급을 위해서 MGM International Television Distribution(unit of Metro-Goldwyn-Mayer Inc) 과 계약을 체결하였다. ○ 이 계약으로 T-Online은 근대영화 최대의 콜렉션인 MGM의 “4,000-title library”에 접속 가능하게 되었다.
Constantin Film	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2003년 10월, T-Online은 VOD 라이브러리에 영화 콘텐츠를 공급하기 위하여 Constantin Film과 계약을 체결하였다.
Hollywood Studios	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2003년 11월, T-Online은 초고속인터넷 VOD서비스에 영화 콘텐츠를 배급하기 위하여 MGM, Universal, Dreamworks를 포함한 Hollywood Studios와 계약을 체결하였다.
Universal Music	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2004년 3월, T-Online은 Musicload(주문형 음악 서비스)를 확장하기 위하여 Universal Music과 면허 계약을 체결하였다.
Twentieth Century Fox	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2004년 8월, T-Online은 VOD 서비스에 영화 콘텐츠를 제공하기 위하여 Twentieth Century Fox와 계약을 체결하였다.
German Football Association(DFB)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2005년 6월, T-Corn은 2008년까지 자사의 디지털TV 가입자들에게 독일 축구 시리즈(German Football series)와 유럽피언 챔피언십(European championships) 경기 콘텐츠를 제공하기 위하여 DFB와 계약을 체결하였다.
Premiere	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2007년 3월, T-Corn은 Premiere 고객들에게 ‘Bundesliga auf Premiere’를 제공하기 시작하였고, 이로서 유료TV(pay-TV) 채널 포트폴리오를 확대해 나가게 되었다. ○ 이 서비스는 매월 €9.99를 지불하는 추가 옵션을 통해 이용가능하다.
Sony	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2008년 5월, Videoload(DT를 위한 VOD 서비스 제공사업자)와 Sony는 그들의 파트너십 기간을 연장하였다. ○ Videoload와 Sony는 Sony가 Videoload 고객에게 Sony의 영화를 다운로드하여 DVD로 만들 수 있는 허가를 주는 형태의 새로운 계약을 체결하였다.

자료: DT

이렇듯 DT의 IPTV 서비스는 사업 시작 시점부터 관심을 끌지 못하였기 때문에 서비스

4) Telecom Italia가 소유하고 있는 독일의 후발통신사업자로서 독일에서 최초로 IPTV 서비스를 제공하기 시작한 사업자이다.

마케팅, 브랜딩뿐만 아니라 새로운 콘텐츠 계약을 확보하기 위해서 이후 많은 투자를 하게 되었고, 2007년 8월에 드디어 “T-Home Entertain brand”라는 명칭으로 IPTV 서비스를 재 런칭하게 되었다. “T-Home Entertain”은 디지털 TV, VOD, 기타 VDSL을 이용한 양방향 (interactive)서비스를 제공하는 상품으로서 DT는 2007년 12월 기준으로 116,000명의 T-Home Entertain IPTV 패키지 가입자를 보유하고 있다. <표 1>은 이러한 패키지를 통해 이용가능한 DT의 콘텐츠 현황을 정리한 내용이다.

2) T-Home Entertain 서비스

T-Home Entertain 서비스는 VOD, 기본 TV 그리고 프리미엄 TV채널과 16Mbps의 DSL 인터넷접속과 정액제의 DSL 전화서비스가 포함된 세 종류의 패키지 상품으로 제공되고 있으며, 추가 옵션에 따라 요금은 달라진다.

<표 2> Entertain 패키지의 요금제

구 분	세부 내용
Entertain Comfort	○ 약 70여개의 TV채널, 온라인 비디오대여, TV 아카이브(분데스리가 1부 리그 기록 이용가능 등)의 무료사용이 가능하며 추가적으로 16Mbps+의 DSL 인터넷접속, 정액제 전화서비스 등이 함께 제공되는 기본적인 수준의 패키지 상품으로 이용요금은 매월 €49.95이다.
Entertain Comfort Plus	○ 약 70여개의 TV채널, 프로그램 매니저(개인 비디오 레코더-PVR타입)의 이용이 가능하며 추가적으로 정액제의 16Mbps+의 DSL 인터넷접속, 유선전화서비스, HotSpot 접속이 가능한 중급 수준의 패키지 상품으로 이용요금은 매월 €59.95이다. 또한 이 패키지는 security, e-mail뿐만 아니라 독일의 이동통신망을 이용하는 LM통화를 저렴한 요금으로 이용할 수 있는 옵션이 포함되어 있다.
Entertain Premium	○ Entertain Comfort Plus로 이용 가능한 서비스 모두를 포함하고 있으며 추가적으로 매 경기일마다 두 개의 분데스리가 축구경기를 라이브로 시청할 수 있으며, 100개 이상의 TV채널이 포함된 패키지상품으로 이용요금은 매월 €69.95이다.

자료: DT 재구성

<표 3>은 T-Home Entertain 패키지의 기본요금 외에 추가적으로 지불해야 하는 서비스에 대하여 정리하고 있다.

〈표 3〉 Entertain 패키지의 추가 요금

구 분	세부 내용
접속료(Connection fees)	○ 세 가지 패키지를 위해 개설된 요금 외에도 고객들은 DT 전화 회선을 가지고 있지 않은 경우에는 역시 €59.95의 one-off 요금을 지불해야 한다.
셋톱박스설치비용(Set-top box)	○ 셋톱박스 설치를 위해서는 €99.99의 one-off 요금을 지불해야 한다.
VDSL 접속 업그레이드 비용 (Upgrade to VDSL connection)	○ 고객이 VDSL 접속으로 업그레이드하길 원한다면 25Mbps 접속의 경우 매월 €10의 추가요금, 50Mbps 접속의 경우 매월 €15의 추가요금을 지불해야 한다.
비디오로드 서비스(Videoload)	○ 비디오로드 서비스는 고객들이 직접 영화를 다운로드받을 수 있도록 하는 서비스로서 영화 한 편당 €0.99~€3.99의 요금을 지불해야 한다.
분데스리가 프리미어 채널 서비스 (Bundesliga on Premiere)	○ 프리미어 채널(Premiere channels)을 통해 분데스리가 축구 전 경기를 보기 위해서는 매월 €9.99의 요금을 지불해야 한다.
프리미어 패키지 (Premiere Pakete)	○ 프리미어 채널에서 스포츠, 영화, 연예 채널에다가 두 개의 HD 채널을 결합한 패키지를 이용하기 위해서는 매월 €49.99의 요금을 지불해야 한다. ○ 개인 프리미어 채널은 매월 €9.99의 요금으로 이용가능하다.
기타 채널(Other channels)	○ 외국어 채널, MTV, 음악 다운로드 채널은 매월 €2.99의 요금으로 이용가능하다.

자료: DT

3) DT의 차별적 요소 및 경쟁사업자 현황

DT가 경쟁사업자들과의 차별적인 전략으로 내세우는 것들은 다음과 같다.

첫째, IPTV 포트폴리오 구성에 있어 다양한 콘텐츠와 양질의 채널을 제공하고 있다.

둘째, 이러한 채널의 무난한 제공을 위해 우수한 화질을 지원할 수 있는 초고속인터넷망을 설치하고 있다.

DT의 IPTV 서비스 기본요금은 Kabel Deutschland와 Primacom⁵⁾보다 높게 책정되어 있다. DT는 요금이 비싼만큼 더 많은 채널을 제공하려고 노력하고 있으며, 이러한 전략이 ARPU를 올리면서 가입자 전환을 줄일 수 있는 최적의 방법이라고 보고 있는 것이다. DT의 사업 전략을 이해하기 위해서는 DT와 경쟁을 하고 있는 경쟁사업자들의 현황 및 사업 전략을 살펴볼 필요가 있을 것이다. 〈표 4〉는 독일에서 이용할 수 있는 다양한 유료TV(pay-TV) 서비스를 제공하는 사업자들의 콘텐츠 현황과 서비스 요금 등의 주요사항에 대해 정리하고 있으며, 이 표를 통해 독일의 IPTV 경쟁상황을 파악할 수 있을 것으로 사료된다.

5) Primacom은 독일의 최대 케이블TV 사업자이다.

〈표 4〉 독일 주요 TV 사업자 현황

	TV 사업 시작일	가입자수 (‘07년 12월 기준)	서비스 이용 현황 (‘07년 12월 기준)	프리미엄 패키지 안에 포함된 콘텐츠	프리미엄 triple-play 번들(음성전화, TV, 인터넷) 패키지 요금
DT	2007년 8월	초고속인터넷: 900만명 IPTV: 11만명	1천7백만 이상의 고객이 초고속인터넷 이용가능	100개 이상의 디지털 TV 채널, 경기일마다 두개의 축구LIVE방송, TV 데이터 접속 가능	월 €69.95
Arcor	2007년 10월	초고속인터넷: 240만명	51개 도시에서 IPTV 이용가능, VDSL은 시범 서비스 중	50개의 무료 TV 채널 및 60개 이상의 유료 TV 채널	Arcor는 triple-play 결합상품 제공하지 않음, 세 개 서비스 비용은 월 €50.85
HanseNet (Alice TV)	2006년 5월	초고속인터넷: 235만명 IPTV: 2만명 (‘08년 5월)	150개 도시 (1천만 가구)	60개의 무료 TV 채널 및 40개의 유료 TV 채널	Alice Fun Internet &Phone €29.90, 기본TV옵션 €9.90, 프리미엄채널 €14.90 (총합 €54.70)
KDG	2003년 이후 디지털 TV 이용가능	초고속인터넷: 319만명 디지털TV: 76만명 (‘08년 5월)	13개의 주에서 케이블 이용가능	76개의 디지털 TV 채널 및 100개의 라디오 채널	월 €42.80
Primacom	1998년	초고속인터넷: 4만명(‘07년 3Q)		150개 이상의 TV 및 라디오 채널	월 €49.90

자료: Ovum(2008) 재구성

DT의 최대 경쟁사업자로는 Vodafone이 소유하고 있는 Arcor⁶⁾를 들 수가 있다. Arcor는 2007년 12월에 51개 도시에서 디지털 TV(IPTV) 서비스를 개시하였다. 2008년 3월 6일에는 튀링겐(Thüringen)과 작센안할트(Sachsen-Anhalt)라는 독일 동쪽의 작은 마을에 시험 버전의 VDSL망을 설치하게 되었는데, 이것이 바로 전국적으로 VoIP와 HDTV 서비스가 가능하도록 해준 시범서비스(pilot project)였다.

Kabel Deutschland(KDG)는 독일의 가장 큰 케이블망 사업자로서 디지털TV, High-speed 인터넷 및 전화서비스를 제공하고 있다. 특히 KDG는 모든 프로그램 제공사업자들에

6) Arcor는 독일에서 두 번째로 큰 통신망을 보유하고 있으며, 약 33,000km의 광섬유망을 소유하고 있다.

계 개방형 디지털TV(open digital-TV) 플랫폼을 제공하고 있으며 네트워크 및 케이블인터넷 사업을 운영하는 등 케이블과 관련하여 포괄적인 서비스를 제공하고 있다. 현재 운영사업, 가입자 규모, 보유 콘텐츠 등을 감안한다면, KDG 역시 DT의 경쟁사업자로 손색이 없다고 볼 수 있다.

다. DT의 IPTV 사업 전략

DT는 서비스 품질 측면에 있어서는 확실히 보장할 수 있다는 점을 강조하였다. 실제 2007년 12월 말까지 고객과의 계약에 있어 전체 주문의 93% 정도를 아무 문제없이 제공하였을 정도로 고객들에게 높은 만족도를 주었다. Entertain 패키지에 따르는 콘텐츠의 품질 역시 고객 만족도를 높이는 데 있어 중요하게 작용하였다.

DT는 이용자들의 수요에 맞추기 위하여 독점적이며 창의적인 콘텐츠를 확보하였으며, 디지털 비디오 녹화(PVR) 서비스를 연계시키는 등의 사업전략은 다른 경쟁사업자와 비교했을 때 우위에 있다고 본다.

그리고 DT는 TV 아카이브(archive)⁷⁾ 확장 및 관심 토픽 중심으로 선택 가능한(topic-specific channel) 패키지를 제공하고 있을 뿐만 아니라 양방향 어플리케이션(interactive applications) 및 주문형 콘텐츠 분야(on-demand contents area)의 확충을 위해 힘써왔다. 또한 인터넷 기반의 셋톱박스를 도입하였는데, 이로 인하여 Entertain 패키지의 가입 고객들이 개인별 선호 프로그램에 대해 녹화기능을 설정할 수 있고 고객이 집 밖에 있을 때에도 인터넷을 이용한 예약녹화가 가능하게 되었다.

DT는 앞으로도 차별적 서비스를 지속적으로 개발하려고 노력할 것이며, 이러한 DT의 전략은 DT의 매력을 증가시키는 큰 원동력이 될 것이다.

기술적인 측면에서도 DT는 많은 노력을 해왔다. HDTV 콘텐츠를 구현하기 위해서는 높은 전송 속도가 필요했고, 이를 위해서 DT는 VDSL 및 ADSL2+기술을 적극적으로 도입하게 되었다. 현재까지 27개 도시에서 VDSL의 이용이 가능하며, 독일 전역에 걸쳐 250개의 마을 및 도시에서 ADSL2+의 이용이 가능하다. 이러한 기술 환경은 독일 전체 가구수의 절반인 1,700만 이상의 고객들이 DT의 인터넷 TV 패키지를 이용할 수 있도록 해주었다. 2008년에 T-Home은 Aachen, Braunschweig, Böblingen, Erfurt, Kassel, Mönchengladbach,

7) 파일 전송을 위해 백업용, 보관용 기타 다른 목적으로 한곳에 모아둔 일단의 파일을 의미한다. 단순한 파일 목록이거나 디렉터리 혹은 카탈로그로 된 파일들이며, 지원되는 프로그램에 따라 달라질 수 있는데 라이브러리, 웹사이트 등에서 수집된 일단의 출판물, 웹사이트의 잡지, 저널, 신문들은 지난 호(號)가 아카이브로 사용된다.

Magdeburg, Neuss, Oldenburg, Regensburg, Saarbrücken, Ulm, Würzburg 등 13개의 도시의 통신망을 VDSL로 고도화할 계획을 가지고 있다.

DT는 Entertain IPTV 패키지를 뒤늦게 시작하였음에도 불구하고, 5개월 동안 100,000 가입자를 유치하고, 100개의 디지털 TV 채널을 확보하는 등 그 결과는 매우 성공적이었다고 평가받고 있다. 즉 DT는 2006년 처음 개시한 IPTV 사업을 통해 많은 교훈을 얻었으며, 그 후 진화된 네트워크 기술을 이용하여 더욱 강한 IPTV 사업을 재런칭하게 된 것이다. 이러한 점으로 미루어 볼 때, 성공에 있어 선발자 이점(first mover advantage)이 반드시 필요한 것은 아니라는 것을 알 수 있다. IPTV 사업이 제대로 시작될 때에 소비자는 이미 IPTV라는 서비스에 더욱 익숙해져 있었으며, 초고속인터넷 및 전화서비스와의 결합상품은 더욱 흥미를 끌 수 있었다.

KDG, HanseNet, Arcor 등의 경쟁사업자들과 달리 DT의 Entertain 패키지는 독립적으로는 이용할 수 없으며 추가로 초고속인터넷만 분리하여 사용하는 것도 불가능하다. DT의 Entertain 패키지를 이용하기 위해서 고객들은 반드시 전화서비스, 초고속인터넷, TV서비스 등이 묶여진 트리플 플레이(triple-play) 패키지에 가입하여야만 한다. 결합 상품은 세 개의 서비스를 각각 이용하는 것보다 요금 측면에서 소비자에게 크게 어필할 수 있다. DT가 빠르게 움직여 IPTV 설치 소요기간을 줄이고 고객의 측면에서 생각하는 고객감동서비스를 지속적으로 제공한다면 고객 충성도는 올라가게 될 것이며, 가입자당 평균 매출액(ARPU) 역시 크게 증가할 것이다. 그리고 장기적으로 이러한 서비스가 계속된다면 가입자 이탈을 줄일 수 있을 것이며 고객 유치비용의 감소도 이어질 것이다.

3. 결 어

지금까지 독일의 IPTV 사업자 현황 및 DT의 사업전략에 대해 살펴보았다. 독일의 IPTV 시장의 가입자 규모⁸⁾는 현재까지 우리나라에 비해 작은 상황이지만, 경쟁상황 및 사업전략 등으로 보아 전체적인 시장 패턴은 우리나라와 상당히 유사하다고 볼 수 있다.

이러한 경쟁 체제에서 생존하기 위하여 독일의 DT는 IPTV 사업의 성공을 위해 다수의 독창적인 콘텐츠를 확보하기 위해 노력하고 있으며, 그러한 콘텐츠의 원활한 제공을 위한 망 고도화에 많은 힘을 기울이고 있다. 또한 IPTV를 단독상품으로 제공하기보다는 전화, TV, 인터넷을 결합한 트리플 플레이(triple-play) 서비스를 제공함으로써 지속적으로 고객들의 충성도를 높이고 있다.

8) Ovum(2007)은 독일의 IPTV 가입자수가 2011년도에는 약 215만 명이 될 것으로 예측하고 있다.

이동전화와 초고속인터넷의 성장 둔화 및 유선전화의 수익감소로 인하여 상당한 재정적 압력을 받고 있는 상황에서, DT가 IPTV 서비스를 새로운 성장 동력으로 발전시킬 수 있는지의 여부는 초기시장인 국내의 IPTV 산업의 성장에도 중요한 시사점을 제공할 것으로 보인다.

참고자료:

- [1] Ovum, "Generating growth: Deutsche Telekom's IPTV strategy", 2008. 7. 30
- [2] _____, "IPTV forecast", 2007. 12. 20
- [3] 함창용 외, "IPTV시장의 국·내외 현황 및 시사점", KISDI 이슈리포트, 2008. 9. 29
- [4] <http://www.telekom.de>
- [5] <http://www.wsj.com>

넷북(Netbook)의 특징 및 향후 전망

동향분석실 주임연구원 이은민
(T. 570-4314, micha76@kisdi.re.kr)

1. 개 요

미니노트북 넷북(Netbook)은 최근 불황에도 불구하고 세컨드PC로써 시장이 확대되고 있으며 향후에도 고성장을 기록할 전망이다. 주요 시장조사기관들의 넷북에 대한 매출증가 전망은 이 제품이 과거 수요확대로 이어지지 못했던 7~10인치 유사기기 UMPC, MID, PMP 등과 분명한 차별화가 되었음을 의미한다. 이러한 점에서 본고는 넷북의 특징과 매출호조의 배경, 향후 전망에 대해 살펴보고자 한다.

2. 넷북(Netbook)의 특징 및 확산배경

미니노트북의 대표주자인 넷북은 일반노트북에 비해 비교적 저가와 소형(7~10인치)이고 인텔의 저가프로세서인 'Atom'을 탑재하고 있다. 또한 넷북은 저용량의 저장장치(SDD, HDD 혼용)를 탑재한 1kg남짓의 무게에 모바일 인터넷 환경에 최적화되어 있다. 이러한 측면은 가격이 100만원을 호가하던 UMPC나 단순 엔터테인먼트 중심이었던 PMP, MID의 한계를 다소 극복한 결과로 보여진다. 최근 무선인터넷 가능공간의 확산과 와이브로 확산 또한 본 기기