

VATM-Jahrbuch 2006

Telekommunikation und Mehrwertdienste in Deutschland



Wichtige Kennzahlen der Wettbewerbsunternehmen

	2005	2006	Veränderung
Umsätze	33,4 Mrd. €	35,2 Mrd. €	+ 5,4 %
Investitionen	2,7 Mrd. €	3,0 Mrd. €	+ 11,1 %
Mitarbeiter (ohne Zulieferer)	50.500	52.500	+ 4,0 %
Verbindungsminuten im Festnetz	440 Mio.	464 Mio.	+ 5,5 %
Zahl der DSL-Anschlüsse (ohne Reseller)	2,4 Mio.	4,4 Mio.	+ 83,3 %
Anzahl der Komplettanschlüsse	3,3 Mio.	6,2 Mio.	+ 87,9 %

Vorwort „Ein gutes Jahr für die Telekommunikationsbranche!“	
Gerd Eickers, Präsident des VATM und Mitglied des Aufsichtsrates der QSC AG	7
Rückblick „Die Entwicklungen auf den TK-Märkten 2006 im Überblick“	
Jürgen Grützner, Geschäftsführer des VATM	9
Entwicklung der Marktbereiche: Ortsnetzzugang	
Statement „Kernforderung: Konsistentes Preismodell“	
Tomas Eilers, Geschäftsführer der EWE TEL GmbH	19
Statement „TAL-Entgelte müssen runter!“	
Peer Knauer, Geschäftsführer der VERSATEL Holding GmbH	20
Bilanz „TK-Investitionen brauchen Planungssicherheit“	21
→ Gastbeitrag „Wettbewerb ist der Innovationstreiber, nicht Monopolschutz“	
Viviane Reding, EU-Kommissarin für Informationsgesellschaft und Medien	22
Entwicklung der Marktbereiche: Call-by-Call und Preselection	
Statement „Kein Grund für Totengesänge“	
Hermann Riedl, Geschäftsführer der Communication Services TELE2 GmbH	25
Statement „Neuer Trend bei Preselection“	
Rolf Diederichs, Geschäftsführer der 01063 TELECOM GmbH & Co. KG	25
Bilanz „Call-by-Call goes VoIP“	26
→ Gastbeitrag „Dreht sich der Wind? Regulierung am Scheideweg“	
Dr. Lutz Frühbrodt, Wirtschaftsreporter der Tageszeitung „Die Welt“	27
Entwicklung der Marktbereiche: DSL-Breitbandzugang	
Statement „Trend Next Generation Network“	
Jan Geldmacher, CEO der BT (Germany) GmbH & Co. OHG	29
Statement „Regulierungsferien sind Wettbewerbsbremse“	
Dr. Bernd Schlobohm, Vorstandsvorsitzender der QSC AG	29
Bilanz „Breitbandmarkt auch künftig Wachstumstreiber“	30
Statement „Frisches Denken für innovative Produkte“	
Eckhard Spoerr, Vorstandsvorsitzender der freenet.de AG	31

Statement „IPTV wird zur Attraktion für den Verbraucher“	
Harald Roesch, Geschäftsführer der Hansenet Telekommunikation GmbH	32
Bilanz „Für eine Deregulierung ist es zu früh“	33
→ Gastbeitrag „Die erwarteten Aktienkurstreiber auf dem deutschen Breitband-/Festnetzmarkt 2007“	
Stefan Borscheid, CFA, Telecoms Research, WestLB AG	34
Entwicklung der Marktbereiche: Alternative Zugangstechnologien	
Statement „Breitband darf kein Privileg der Ballungszentren bleiben!“	
Jürgen Pfitzner, Geschäftsführender Gesellschafter der Televersa GmbH	37
Statement „Verlässliche und kostengünstige DSL-Alternative“	
Ralf Mikitta, Sales Director Central Europe bei der Hughes Network Systems GmbH	38
Bilanz „Es muss nicht immer DSL sein!“	39
→ Gastbeitrag „Neue Technologien, neue Chancen für den Wettbewerb“	
Matthias Kurth, Präsident der Bundesnetzagentur	40
Entwicklung der Marktbereiche: Internetzugang	
Statement „Schwache Regulierung gefährdet Wettbewerb im Breitbandmarkt für Geschäftskunden“	
Dr. Bernd Huber, Mitglied der Geschäftsführung der COLT Telecom GmbH	43
Bilanz „DSL etabliert sich dank Wettbewerb“	44
Statement „Rasantes Wachstum bei DSL-Anschlüssen“	
Dr. Alwin Mahler, Vice President Strategy Telefonica Deutschland GmbH	45
Statement „TK-Markt verlangt neue Services“	
Olaf Pauls, Geschäftsführer der Comquent GmbH	45
Bilanz „ITK-Markt bleibt innovativ“	46
→ Gastbeitrag „Fakten zur Wettbewerbs- und Regulierungsrealität im deutschen TK-Markt“	
Prof. Dr. Torsten J. Gerpott, Lehrstuhl für Unternehmens- und Technologieplanung, Schwerpunkt Telekommunikationswirtschaft, Universität Duisburg-Essen	47

Entwicklung der Marktbereiche: Mobilfunk/UMTS

Statement „Mehr an Kundenwünschen orientieren!“

Michael Krammer, CEO der E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG 56

Statement „Marktsättigung nicht absehbar“

Christian Winther, CEO der Talkline GmbH & Co. KG 56

Statement „Gefragt sind attraktive Fernsehformate für Mobile TV“

Axel Rückert, Vorstandsvorsitzender der debitel AG 57

Bilanz „Mobiles Fernsehen auf dem Vormarsch“ 58

→ Gastbeitrag „Auf der Suche nach der Konsistenz“

Johannes Winkelhage, Wirtschaftsredakteur der FAZ 59

Entwicklung der Marktbereiche: Auskunft- und Mehrwertdienste

Statement „Keine Angst vor der Killerapplikation!“

Stefan Rabe, Vorstand Vertrieb und Marketing der mcn tele.com AG 61

Bilanz „Zehn Jahre Wettbewerb im Auskunftsmarkt“ 62

Statement „Viel mehr als ‚nur‘ Auskunft“

Dr. Andreas Albath, Vorstandsvorsitzender der Telegate AG 63

Statement „Wetten und Gewinnspiele deregulieren“

Renatus Zilles, Vorsitzender der Geschäftsführung der NEXT ID GmbH 63

Bilanz „Wichtigste Gefahrenpotenziale ausgeräumt“ 64

Bilanz „Migration von 0190 auf 0900: Kleine Türchen, große Portale“ 65

Statement „Mehrwert-Nummern sind mehr wert!“

Wendelin Meyer-Mölck, Geschäftsführer der dtms GmbH 66

Statement „Trend mobile Musik- und Video-Downloads“

Markus Berger-de-León, Geschäftsführer der Jamba! GmbH 66

Bilanz „Steigendes Interesse an mobile entertainment“ 67

→ Gastbeitrag „Regulatorischer Jugendwahn?“

Die Behandlung ‚neuer Märkte‘ im TK-Recht“

Andreas Neumann, Institut für das Recht der Netzwirtschaften,
 Informations- und Kommunikationstechnologie, und
 Dr. Peter Dahlke, Justiziar des VATM 68

Entwicklung der Marktbereiche: Fakturierung und Inkasso	
Statement „Billing- und Inkassoprozesse werden komplexer“	
Rüdiger Weckwerth, Geschäftsführer Marketing/Sales und Customer Service der NEXNET GmbH	73
Statement „Wichtige Erweiterung von Offline-Billing“	
Omar Khorsched, Vorstandsvorsitzender der acoreus AG	73
Bilanz „Trend: Alternative Abrechnungsmodelle“	74
Bericht aus Berlin „Zentrales Thema TKG-Änderungsgesetz“	
Solveig Orłowski, Leiterin VATM-Büro Berlin	75
Bericht aus Brüssel „EU-Review und deutsche Ratspräsidentschaft“	
Michael Hattermann, Leiter VATM-Büro Brüssel	76
Bericht aus Washington „Deutscher TK-Markt in USA unter Beobachtung“	
Dr. Axel Spies, VATM-„Washington-Office“	77
Rückblick auf die Pressearbeit „Kommunikation 2006“	
Dr. Eva-Maria Ritter, Leiterin Kommunikation & PR	78
Erwartungen und Ausblick für 2007 „Die TK-Märkte im Jahr 2007“	
Harald Stöber, Vizepräsident des VATM und Vorstandsvorsitzender der Arcor AG & Co. KG	80
VATM-Portrait: Der Verband stellt sich vor	85
Das Präsidium des VATM	89
Geschäftsstellen und Ansprechpartner	93
Die Mitgliedsunternehmen des VATM	95
Anhang	
Publikationen des VATM im Jahr 2006	103
Impressum	103
Abkürzungsverzeichnis	104
Bildnachweis	105

→ Ein gutes Jahr für die Telekommunikationsbranche!

Mit dem Wettbewerb in Deutschland geht es weiter voran. Diese positive Nachricht ist nicht nur eine einfache Behauptung, sondern auch in diesem Jahr anhand der Entwicklung der Telekommunikationsindustrie nachvollziehbar.

Der Umsatz im Gesamtmarkt für Telekommunikation ist um über 2 Prozent im Jahr 2006 nochmals deutlich gestiegen. Wir stehen kurz vor dem Durchbruch zur 70-Mrd.-Euro-Marke. Und von diesem Marktwachstum profitieren die Wettbewerber. Bei den Verbindungsminuten im Festnetz konnten sie weitere Marktanteile hinzugewinnen. In logischer Konsequenz sind hierdurch die Marktanteile der Deutschen Telekom AG gesunken.

Damit ist genau das eingetreten, was durch die Liberalisierung des Marktes 1998 politisch angestrebt wurde. Diese Entwicklung ist geradezu selbstverständlich, wenn man den Weg aus einem Monopol in einen liberalisierten Markt geht.

Allerdings geht dies nicht – wie man vielleicht vermuten könnte – zulasten der Deutschen Telekom. Vielmehr zeigt sich, dass der Ex-Monopolist trotz steigender Marktanteile der Wettbewerber bei den Verbindungsminuten seine Umsatzzahlen nach wie vor stabil halten kann. Und dass die Telekom gerade im Wettbewerb gewinnt, belegt nicht zuletzt der DSL-Marktanteil.

Der Anteil der Wettbewerbsunternehmen nimmt vor allem im Teilnehmeranschlussbereich und im DSL-Bereich

deutlich zu. Dies ist positiv, aber kein Grund zur Euphorie. Denn: Nach wie vor kann die Telekom im Teilnehmeranschlussbereich einen Marktanteil von über 80 Prozent für sich verbuchen. Und nur verbesserten Wettbewerbsbedingungen ist es zu verdanken, dass der DSL-Marktanteil der Wettbewerber insbesondere in den letzten beiden Jahren deutlich gestiegen ist.

Aber auch hier gewinnt die Telekom im Wettbewerb. Denn ein großer Teil der hiermit verbundenen Wertschöpfung bleibt weiterhin bei ihr. 50 Prozent der Zugewinne der Wettbewerber im DSL-Markt beruhen nicht auf der Vermarktung eigener Anschlüsse, sondern auf Resale – also auf dem Wiederverkauf von Anschlüssen der Telekom.

Ein weiteres Highlight im Jahr 2006: Die Investitionen steigen weiter und werden wieder etwa zur Hälfte von den Wettbewerbern getragen.

Und das bedeutet nichts anderes, als dass die Wettbewerber auch einen wesentlichen Teil der Arbeitsplätze im Markt, insbesondere bei der Zuliefererindustrie, sichern. Allein im vergangenen Jahr werden bei den Wettbewerbern etwa 2000 neue Arbeitsplätze entstanden sein.

Voraussetzung für eine Fortsetzung dieser Erfolgsstory im Wettbewerb sind verlässliche und wettbewerbsfördernde Rahmenbedingungen. Andernfalls wird das politische Ziel, in diesem höchst innovativen Sektor wieder einen Spitzenplatz in Europa einnehmen zu wollen, erneut verfehlt.



Gerd Eickers

Präsident des VATM
und Mitglied des Aufsichtsrates
der QSC AG



Für viel Wirbel sorgte 2006 die erneute Überarbeitung des Telekommunikationsgesetzes. Neben einer Vielzahl wichtiger Verbraucherschutzrechtlicher Regelungen hat der Gesetzgeber nach intensiven Verhandlungen schließlich grünes Licht für den umstrittenen Regulierungsverzicht für den VDSL-Glasfaserausbau der Deutschen Telekom gegeben. Damit verstößt das Gesetz gegen europäisches Recht. Im Zuge der fortschreitenden Entwicklung des Telekommunikationsmarktes und der technisch notwendigen Umstellung der Netze auf IP-Technologie wird sich zeigen, ob die Balance im Markt zwischen den Wettbewerbsunternehmen und dem Ex-Monopolisten gehalten werden kann.

Der VATM veröffentlicht mit diesem Jahrbuch zum sechsten Mal eine umfassende Bilanz des Marktes für Telekommunikation und Mehrwertdienste in Deutschland. Wir blicken zurück auf die Entwicklungen im Jahr 2006 und geben gleichzeitig einen Ausblick auf das Jahr 2007.

Einer Gesamtübersicht des Marktes folgen vertiefende Darstellungen aus einzelnen Marktbereichen. Geschäfts-

führer und Vorstände unserer Mitgliedsunternehmen geben dabei ihre spezifische Sicht der aktuellen Marktsituation wieder.

Besonderer Dank gilt den Gastkommentatoren des diesjährigen Jahrbuchs: EU-Kommissarin Viviane Reding (Seiten 22 ff) kommt dabei ebenso zu Wort wie der deutsche Chefregulierer Matthias Kurth (Seiten 40 ff). Weitere hochkarätige Gastbeiträge haben der zu den deutschen Top-TK-Analysten zählende Stefan Borscheid (Seiten 34 ff) sowie die langjährigen TK-Journalisten Dr. Lutz Frühbrodt (Seiten 27 ff) und Johannes Winkelhage (Seiten 59 ff) beigesteuert. Abgerundet werden die Gastkommentare durch wissenschaftliche Beiträge der TK-Experten Professor Gerpott (Seiten 47 ff) und Andreas Neumann (Seiten 68 ff).

Mit diesem Jahrbuch möchten wir nicht zuletzt zum weiteren Diskurs anregen und den konstruktiven Dialog im Rahmen der spannenden Entwicklung der Telekommunikationsmärkte fortsetzen. Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Gerd Eickers, Präsident des VATM

VATM-Präsident Gerd Eickers bei der Begrüßung der über 150 Gäste beim Parlamentarischen Abend des Verbands am 8.11.2006 in Brüssel



→ Die Entwicklungen auf den Telekommunikationsmärkten 2006 im Überblick

Auch 2006 war wieder ein aufregendes Telekommunikationsjahr: Dabei hießen die Markttreiber nicht, wie man hätte erwarten können, UMTS, Mobile-TV oder MMS, sondern Breitband, Voice over IP (VoIP) und Triple Play. Als maßgebliche Trends kristallisierten sich schon zu Jahresbeginn die Themen Pauschaltarife/Flatrate und Konvergenz heraus.

2006 brachte für die TK-Branche Licht und Schatten. Wirtschaftlich profitierte der Wettbewerb von einem deutlich verbesserten Regulierungsumfeld, und wir konnten in Deutschland vor allem im Breitbandbereich im europäischen Vergleich wieder ein wenig Boden gutmachen. Obgleich aber immer noch weit abgeschlagen von der Spitzengruppe, mussten Investoren, Unternehmen und ihre Mitarbeiter in bislang nicht vorstellbarer Weise miterleben, dass die Politik mit brachialer Gewalt die Bremse in den gerade in Fahrt kommenden Wettbewerb tritt und der Gesetzgeber sich völlig einseitig vor den Karren eines einzelnen Unternehmens spannen lässt. So kann man sagen, dass wir zwar einerseits 2006 die Früchte einer positiven Wettbewerbsentwicklung ernten konnten, jedoch gleichzeitig die Weichen für die Zukunft falsch gestellt wurden.

Der Gesamtmarkt wuchs der jüngsten VATM-Marktstudie zufolge 2006 auf rund 69,1 Mrd. Euro. Erstmals konnten im abgelaufenen Jahr alle Wettbewerber in Deutschland gemeinsam mit 50,9 Prozent einen größeren Marktanteil als der Ex-Monopolist Deutsche Telekom AG (DTAG)

erwirtschaften. Gleiches gilt für die Verbindungsminuten im Festnetz: 464 Mio. (52,8 Prozent) der insgesamt 879 Mio. Verbindungsminuten wurden von den Wettbewerbern vermittelt. Wie im Vorjahr stiegen auch im Berichtszeitraum die Festnetzz Umsätze (39,9 Mrd. Euro bzw. 57,7 Prozent des Gesamtmarktes) schneller als die Umsätze bei Mobilfunkdiensten mit 29,2 Mrd. Euro. Die Investitionen der Wettbewerber lagen mit 3 Mrd. Euro fast genau so hoch wie die der DTAG (rund 3,4 Mrd. Euro). Erneut konnten die Wettbewerber im vergangenen Jahr rund 2.000 neue Stellen schaffen.

In ihren Bilanzen konnten die Telekommunikationsunternehmen 2006 mehrheitlich wieder mit erfreulichen Umsatzsteigerungen aufwarten. Weiter fallende Endkundenpreise und neue günstige Bündeltarife ließen aber Margen und Gewinne nicht in gleichem Maße wachsen. Die Konsolidierung des Marktes setzte sich erwartungsgemäß fort. So kam es auch im vergangenen Jahr zu einer Reihe von spektakulären Übernahmen und Zusammenschlüssen, so unter anderem Versatel/Tropolys, HanseNet/AOL Deutschland, Telefonica/O2, QSC/Broadnet, EWE TEL/Teleos, AT&T/BellSouth, Alcatel/Lucent und Nokia/Siemens.

Abbau von Regulierung widersprache Marktgegebenheiten

Bedenklich stimmt, dass die DTAG auch acht Jahre nach der Liberalisierung bis auf die Märkte Mobilfunk und Auslandsverbindungen im Fest-

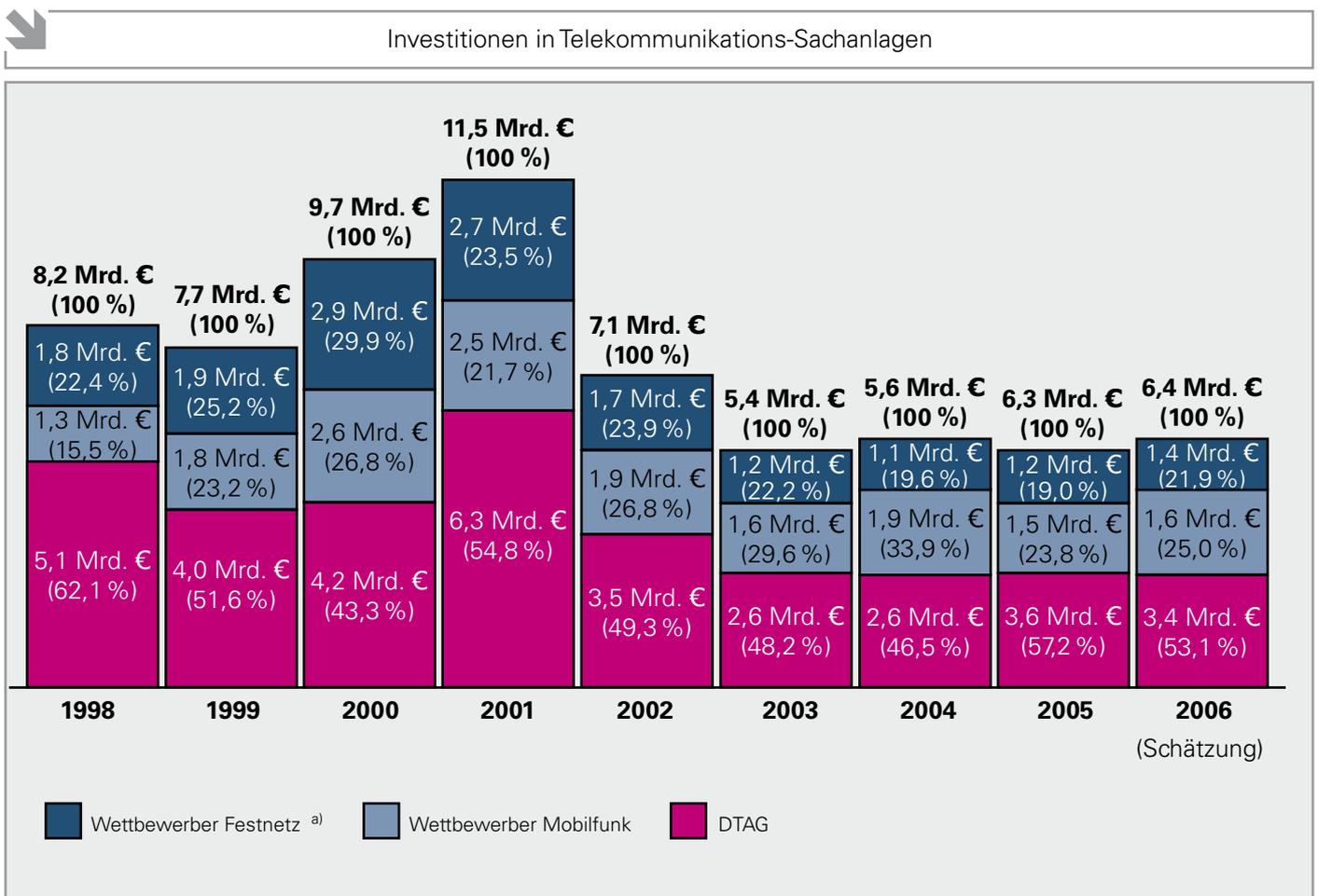


Jürgen Grütner
Geschäftsführer des VATM

netz überall Marktanteile von rund 50 Prozent hält. Von einer Überregulierung des ehemaligen Staatsunternehmens in Deutschland kann aber auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht keine Rede sein. Ein Blick auf die EBITDA-Margen der DTAG im

Geschäftsergebnis aus. Selbst wenn ein Kunde komplett zu einem anderen Anbieter wechselt, verbleiben durch verschiedene Vorleistungsentgelte weiterhin über 50 Prozent der Umsätze bei der DTAG. Bei DSL Resale sind es sogar 80 Prozent. Ange-

Von den kumulierten Gesamtinvestitionen in Höhe von 67,9 Mrd. Euro im Zeitraum 1998 bis 2006 entfallen 48 Prozent auf die Wettbewerber



Quelle:
DIALOG CONSULT/VATM-Analysen
und -Prognosen

a) Inkl. Investitionen in Breitbandkabelnetze zum Angebot von TK-Diensten.

In- und Ausland zeigt, dass der Incumbent im heimischen Markt deutlich besser verdient als auf den vielfach unregulierten Auslandsmärkten. Auch die regelmäßig vorgetragenen Kundenverluste des Ex-Monopolisten wirken sich kaum negativ auf das

sichts der nach wie vor marktbeherrschenden Stellung der Telekom auf wichtigen Vorleistungsmärkten kann hier die Schlussfolgerung nur lauten: Für einen Abbau von Regulierung in diesen Bereichen ist es deutlich zu früh.

Festnetz wird weiter aus- und umgebaut

Das Festnetz befindet sich weiter im Auf- und vor allem im Umbau. Unter dem Schlagwort „Next Generation Networks“ (NGN) integrieren die Betreiber von Telekommunikationsnetzen das traditionelle PSTN/ISDN schrittweise in die IP-Plattformen. Das NGN-Konzept beinhaltet international standardisierte Protokolle, ein einheitliches IP-Kernnetz, das den Verkehr aus unterschiedlichsten Zugangsnetzen (Festnetz, Mobilfunknetz etc.) aufnimmt, die Separierung der Kontrollschicht (Signalisierung etc.) von der Transportschicht und dadurch zentrale Dienstbereitstellung, Netzzugang und Zusammenschaltung über Gateways sowie Bereitstellung von PSTN-/ISDN-Leistungsmerkmalen und Nutzung mittels traditioneller Endgeräte. Mit der Entwicklung IP-basierter Netze sind also vor allem strukturelle Änderungen in Bezug auf Netzarchitektur und -topologie verbunden.

Markttreiber DSL

Für das Jahresende 2006 erwartet der VATM in Deutschland rund 15,6 Mio. geschaltete DSL-Anschlüsse. Die Zahl der Breitband-Anschlüsse der DTAG inklusive Resale steigt dabei mit 2,6 Mio. zusätzlichen Kunden stärker an als die Zahl der DSL-Neukunden alternativer Anschlussnetzbetreiber mit 2 Mio. Lediglich 700.000 Breitband-Anschlüsse entfallen auf DSL-Alternativen wie Kabelmodem-, Powerline- und Satelliten-Anschlüsse. Im internationalen Vergleich rangiert Deutschland damit

weiter im unteren Mittelfeld, was die Versorgung mit Breitbandanschlüssen anbelangt, denn insbesondere ländliche Regionen bleiben unterversorgt.

TK-Preise fallen im Jahresvergleich um 2,2 Prozent

Die privaten Haushalte konnten sich auch 2006 über weiter sinkende Preise für Telekommunikationsdienstleistungen freuen. Der Gesamt-Preisindex (Festnetz, Mobilfunk und Internet) war im Oktober 2006 um 2,2 Prozent niedriger als im gleichen Vorjahresmonat. Dabei lagen nach Angaben des Statistischen Bundesamtes die Preise für das Mobiltelefonieren um 8,8 Prozent unter dem Niveau von Oktober 2005, die Internetnutzung verbilligte sich im gleichen Zeitraum um 4,2 Prozent. Der Preisindex für Telefondienstleistungen im Festnetz blieb hingegen mit minus 0,1 Prozent so gut wie unverändert. Und auch die Anschluss- und Grundgebühren blieben im Oktober 2006 im Vergleich zum Vorjahr stabil.

Triple Play und Mobile TV: Fernsehen hält Einzug in die TK-Welt

So wie Festnetz und Mobilfunk immer stärker zusammenwachsen, nähern sich auch die Branchen Telekommunikation und Unterhaltungselektronik immer mehr an. Auf der Suche nach neuen Geschäftsfeldern ergänzen Netzbetreiber und Provider ihr Angebot um möglichst hochwertigen oder exklusiven Content und arbeiten dabei Hand in Hand mit den Medienunternehmen. Beim Handy-TV wird es nicht zuletzt darauf an-

kommen, ob die Anbieter sich auf einen einheitlichen Technologiestandard einigen können. Triple Play sorgt dafür, dass der Markt sowohl von der TV-Kabelnetzbetreiberseite als auch von der DSL-Netzbetreiberseite aufgerollt wird.

WLAN und WiMAX weiter im Rennen

WLAN ist zwar in Deutschland weiterhin fest in der Hand der DTAG, die mit über 7.500 Hotspots bundesweit den Markt mit Abstand dominiert. Gleichwohl entstehen weiter neue Standorte und Netzwerke alternativer WLAN-Provider oder in privater Hand.

WiMAX oder auch Broadband Wireless Access gehörte 2006 zu den viel diskutierten Themen. Interessierten sich noch im Frühjahr, als die BWA-Lizenzen von der Bundesnetzagentur kostenlos vergeben werden sollten, rund hundert Anbieter für diese Funk-Anschlusstechnik, so sind zum Jahresende anlässlich der Versteigerung dieser Lizenzen gerade einmal sechs Unternehmen übrig geblieben, die bereit sind, dafür Geld in die Hand zu nehmen. Die Technologie wird sich nach Expertenmeinung eher dafür eignen, bislang nicht mit Breitband erschlossene Gebiete ans Netz zu bringen, als für den Massenmarkt in den Ballungsgebieten.

Weiterhin positive Entwicklung im Mobilfunkmarkt

Die Zahl der Mobilfunkkunden geht weltweit weiter steil nach oben und

hat nach aktuellen Schätzungen im dritten Quartal 2006 die 2,5-Mrd.-Marke überschritten. Jeden Monat kommen den Marktforschern zufolge rund 40 Mio. neue Anschlüsse hinzu. Die großen Zuwächse stammen allerdings vorwiegend aus Regionen mit Nachholbedarf wie Osteuropa, Indien oder China. In Deutschland gibt es inzwischen mehr als 82 Mio. Mobilfunkkunden – und damit seit dem dritten Quartal erstmals mehr Handy-Verträge als Einwohner. Die Zeiten des rasanten Wachstums dürften damit hierzulande in naher Zukunft vorbei sein, auch wenn die Erfahrungen aus Ländern wie Finnland oder Italien zeigen, dass durchaus Penetrationsraten von bis zu 120 Prozent möglich sind.

Die Umsätze im deutschen Mobilfunkmarkt werden für 2006 voraussichtlich bei rund 29,2 Mrd. Euro liegen. Die Marktanteile der vier Netzbetreiber verschieben sich dabei im Vergleich zum Vorjahr nur marginal (T-Mobile: 37 Prozent, Vodafone D2: 37 Prozent, E-plus: 14 Prozent, O2 Germany: 13 Prozent). Der Non-Voice-Anteil an den Serviceumsätzen im Mobilfunk steigt 2006 um 2,4 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr.

Mobil telefonieren verliert zunehmend das Teuer-Image

Ausgelöst durch Discounter wird mobiles Telefonieren für die Endkunden immer preisgünstiger. Denn die Anbieter ziehen nach. Insbesondere über Kooperationen mit Handelsmarken oder Einzelhandelsketten versuchen die Billiganbieter im Mobilfunk

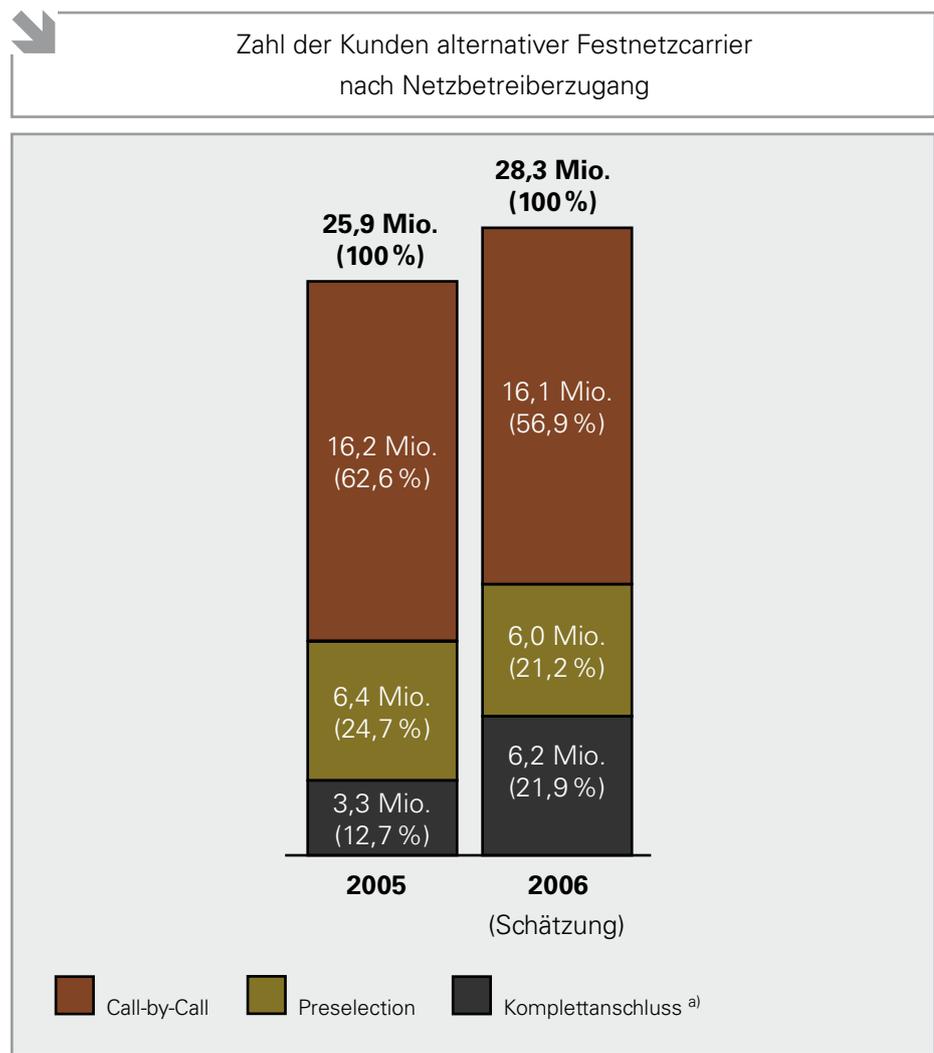
Kunden zu gewinnen. Verschiedene Newcomer sind inzwischen von ihrer Strategie des SIM-only-Angebotes abgerückt und haben einer nach dem anderen auch Handys mit ins Programm genommen, die über eigene Online-Shops vermarktet werden. Aus Kundensicht unterscheiden sie sich damit im Angebot außer im Ser-

vice kaum noch von den etablierten Providern. Provider wie Netzbetreiber bieten inzwischen alle mindestens ein Billigprodukt im Portfolio.

Verbindungsminuten und Datenanteil im Mobilfunk nehmen zu

Alle diese Vermarktungsoffensiven

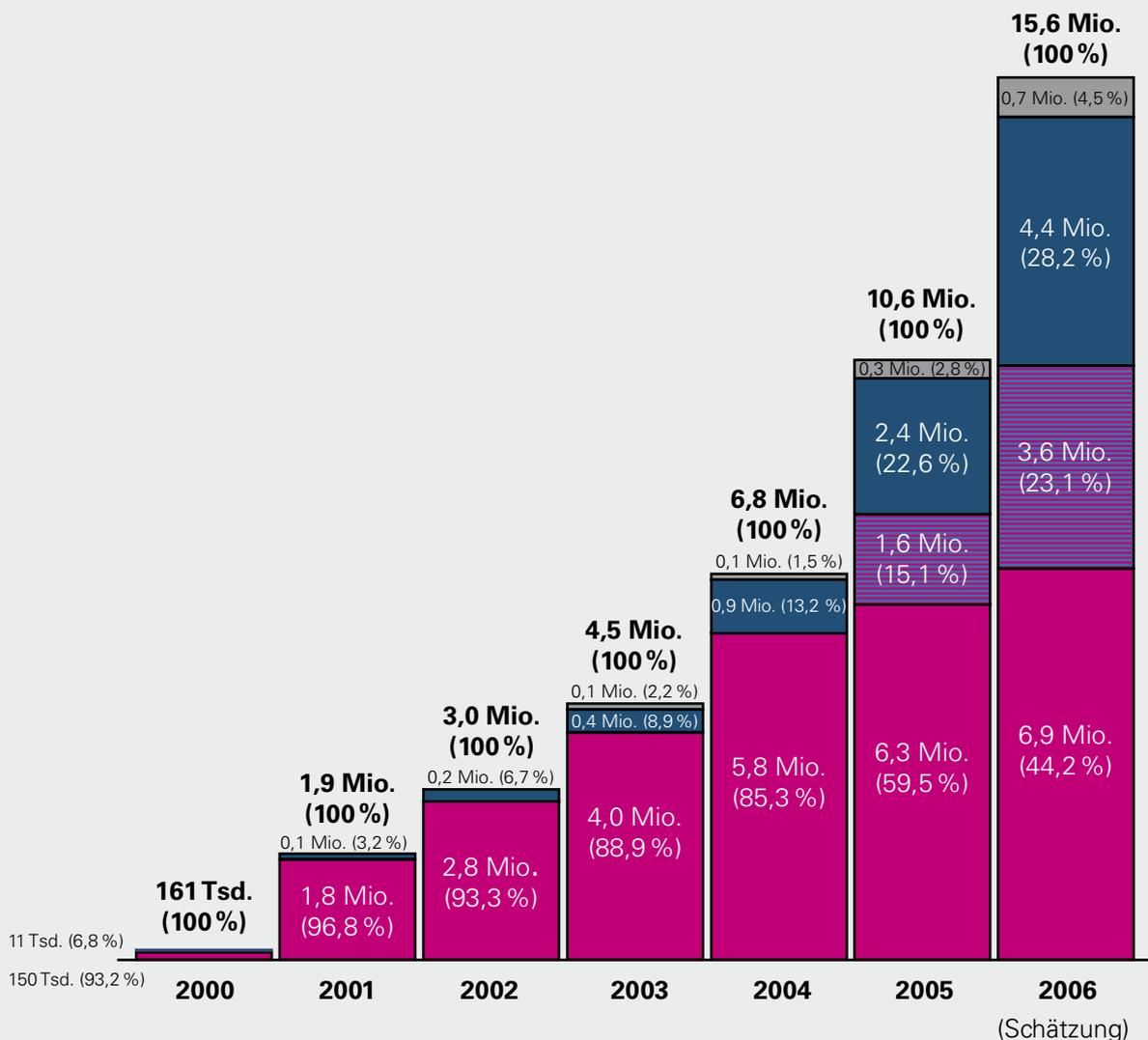
Die Wettbewerber bauen 2006 die Zahl ihrer Kunden mit Komplettanschlüssen merklich aus



a) Inkl. 0,2/0,1 Mio. (0,8%/0,4%) Voice-over-IP-/Kabelnetz-Anschlüssen in 2005 bzw. 0,6/0,4 Mio. (2,1%/1,4%) in 2006.

Die Zahl der DSL-Anschlüsse der Deutschen Telekom inklusive Resale steigt mit 2,6 Mio. zusätzlichen Kunden stärker an als die Zahl der DSL-Neukunden alternativer Anschlussnetzbetreiber mit 2 Mio.

Direkt geschaltete Breitband-Anschlüsse in Deutschland



Alternative Anschlussarten^{a)}
 DSL Alternativer ANB^{b)}
 DSL DTAG Resale^{c)}
 DSL T-Com

a) Hierzu zählen breitbandige Kabelmodem-, Powerline- und Satelliten-Anschlüsse – Letztere werden nicht nur von Wettbewerbern, sondern teilweise auch von der Deutschen Telekom vermarktet.

b) Alternative Anschlussnetzbetreiber (ANB), die eigene Anschlussnetze (meist auf Basis von DTAG-Teilnehmeranschlussleitungen)

betreiben.

c) Von der T-Com betriebene DSL-Anschlüsse, die von alternativen Anbietern vermarktet und betreut werden. Bis Ende Mai 2006 mussten die Reseller ca. 88,5 % und seither etwa 80 % der Netto-Endkundenumsätze mit DSL-Anschlüssen an die DTAG durchreichen.

haben dazu geführt, dass die Zahl der aus Mobilfunknetzen abgehenden Verbindungsminuten 2006 deutlich zugenommen hat (von 108 auf 127 Mio. Verbindungsminuten pro Tag). Sprache bleibt zwar die Killer-Anwendung, der Non-Voice-Anteil an den Serviceumsätzen im Mobilfunk steigt jedoch 2006 weiter auf 20,7 Prozent. Während der Anteil von SMS leicht sinkt und MMS geringfügig wächst, legt die Nutzung des Handys für Datenübertragung überproportional auf 6,1 Prozent zu.

UMTS wartet nach wie vor auf „Killer-Applikation“

Weltweit sind heute rund 100 kommerzielle UMTS-Netze in 42 Ländern in Betrieb. Und obgleich in diesen Staaten mehr als 44 Mio. Menschen UMTS nutzen, davon alleine 20 Mio. in Japan, konnte sich die Technologie in Deutschland auch 2006 noch nicht als neuer Mobilfunkstandard durchsetzen. Zwar bringen die Hersteller und Netzbetreiber immer mehr UMTS-fähige Geräte auf den Markt und auch die Datenverbindungen werden schneller, es fehlt aber an den durchschlagenden Anwendungen.

Web 2.0 rückt zunehmend ins Bewusstsein

Portale für Musik, Games und Video und vor allem Communities und Weblogs waren auch 2006 weiter auf dem Vormarsch, das Internet wird immer mehr zu einem nachfrageorientierten Markt- und Kommunikationsplatz. Aufgrund der zunehmenden

Fragmentierung der Nutzergruppen sind die Anbieter immer mehr dazu gezwungen, Nischen mit Inhalten von hoher Qualität zu bedienen, um von den Usern überhaupt wahrgenommen zu werden. Eine rasante Entwicklung weisen dabei die sogenannten Web 2.0-Anwendungen wie Weblogs, Videoblogs und Podcasts auf, die es dem Nutzer ermöglichen, Web-Inhalte aktiv mitzugestalten.

Internet wird zur neuen Vertriebsplattform der Medien

Getrieben durch neue Web 2.0-Anwendungen und das DSL-Anschlusswachstum steigt das Breitband-Vkehrsvolumen in Deutschland im Jahr 2006 gegenüber dem Vorjahr um knapp 30 Prozent auf 876 Mio. GByte. Der Bedarf an Bandbreite am deutschen Vermittlungsknoten DE-CIX hat sich dabei von durchschnittlich 18 Gbit/s Anfang 2005 auf 60 Gbit/s im September 2006 mehr als verdreifacht. Mitverantwortlich für dieses Wachstum ist der Ausbau der DSL-Angebote für Verbraucher, die im Durchschnitt einen Datentransfer von zwei bis sechs Mbit/s erlauben.

VoIP ist nicht mehr aufzuhalten

Da die Betreiber ihre Netze bereits sukzessive auf paketvermittelte Infrastruktur umstellen und NGN bei einigen Unternehmen schon fast Gegenwart sind, geht es bei der Umstellung auf VoIP längst nicht mehr um die Frage des „Ob“, sondern nur noch um das „Wie“ und „Wann“. Die Netzbetreiber werden ihren Netzbetrieb dramatisch optimieren können,

da Transport und Terminierung von Sprache in einem IP-Netz zu deutlich niedrigeren Kosten als im heutigen PSTN möglich sind. So dürften sich in diesem Bereich Einsparungen in Höhe von 20 bis 50 Prozent der bisherigen Kosten realisieren lassen. VoIP wird zum Standard – und zwar unabhängig vom Endkundengerät. Bei kleineren Firmen und Privatkunden erfolgte der große Durchbruch im vergangenen Jahr jedoch noch nicht. Noch scheuen die Kunden die mit der Umstellung auf VoIP verbundenen Kosten und technischen Komplikationen und vertrauen weiter auf ihre analogen und ISDN-Telefone.

Mehrwertdienste weiter im Kommen

Bei Mehrwertdiensten steigern die Wettbewerber im ersten Halbjahr 2006 ihre Umsätze um fast 5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Genutzt werden vor allem Auskunftsdienste (118xy), kostenfreie Rufnummern (0800) und Televoting (0137). Die Auskunftsdienste erweitern ihre Online- und mobilen Angebote um lokale Suchdienste und Kartenanwendungen. Klingeltöne und andere Musik-Downloads sind weiter heiß begehrt.

Das Schwerpunktthema 2006: TKG-Änderungsgesetz

Wichtigstes Thema der Verbandsarbeit 2006 war das TKG-Änderungsgesetz. Dabei stand vor allem die Diskussion um den § 9a TKG im Vordergrund, der nach dem Wunsch der DTAG „Regulierungsferien“ für ihren

geplanten Glasfaserausbau bringen soll. Damit hätte die Telekom aufgrund ihrer nach wie vor marktbeherrschenden Stellung auf der „letzten Meile“ die Wettbewerber vom Zugang zum neuen Netz auf Zeit ausschließen und sich wie bei der Einführung von DSL einen erheblichen Wettbewerbsvorteil verschaffen können. Der Gesetzgeber ist dem Vorschlag der DTAG weitgehend gefolgt. Allerdings hat man den Schritt gescheut, den Formulierungsvorschlag der Telekom in Gänze zu übernehmen und befristete Regulierungsferien ins Gesetz zu schreiben. Im Ergebnis werden aber Bundesnetzagentur und Bundeskartellamt deutlich in ihren Kompetenzen eingeschränkt – zulasten des Wettbewerbs.

Mit dieser Ansicht steht der VATM nicht allein: Die EU-Kommission hat angekündigt, im Falle der Verabschiedung einer „Lex Telekom“ ein Vertragsverletzungsverfahren gegen die Bundesrepublik Deutschland einzuleiten. Auch zahlreiche Wissenschaftler sehen in Regulierungsferien kein geeignetes Mittel, Investitionen auf dem deutschen TK-Markt zu fördern. Und schließlich hinkt Deutschland trotz der sehr hohen Zuwachsraten im vergangenen Jahr in der Breitbandversorgung im europäischen Vergleich nach wie vor hinterher. Das wird sich auf Dauer auch nicht ändern, wenn keine wettbewerbsfreundlichen Rahmenbedingungen bestehen, die die nötige Planungssicherheit für alle Anbieter gewährleisten. Mit dem neuen TKG sind Rechtsstreitigkeiten vor den deutschen Verwaltungsgerichten vorgeplant.

Erfolgreiche Verbandsarbeit: Effiziente Verbraucherschutzregelungen im TKG

Der VATM hat sich im Verlauf des Gesetzgebungsverfahrens auch für einen effizienten Verbraucher- und Jugendschutz im Telekommunikationssektor ausgesprochen. Sonderregelungen für die TK-Wirtschaft sind im Kundenschutzbereich gleichwohl nur dort gerechtfertigt, wo allgemeine wirtschaftsrechtliche Bestimmungen oder Selbstverpflichtungen der Wirtschaft auf freiwilliger Basis nicht ausreichen. Der VATM ist daher den Gesetzesänderungen zulasten der Wirtschaft entgegengetreten, die über die „Kompromisslösung“ aus dem nicht abgeschlossenen Verfahren zum TKG-Änderungsgesetz 2005 hinausgehen. Im Ergebnis konnte in diesem Bereich ein sachgerechter Kompromiss zwischen angemessenem Verbraucherschutz und wirtschaftlicher Vernunft erzielt werden.

Verfahrenseffizienz bei den Marktanalysen unabdingbar

Die Bundesnetzagentur hat im Jahr 2006 die in der Märkteempfehlung der EU-Kommission vorgegebenen Marktanalysen fortgesetzt. Gleichwohl ist der erste Durchgang auch nach mehr als zwei Jahren immer noch nicht abgeschlossen: So fehlt es – zum Stand Dezember 2006 – insbesondere noch an abgeschlossenen Marktuntersuchungen für den Mietleitungsbereich und die Mobilfunkzuführung. Das bislang in Deutschland praktizierte getrennte Verfahren von Marktdefinition und

-analyse einerseits sowie die Auferlegung von Regulierungsmaßnahmen (Remedies) andererseits hat sich im schnelllebigen Telekommunikationsmarkt als viel zu langwierig erwiesen. In der laufenden Revision des EU-Rechtsrahmens für die Telekommunikationsmärkte, dem sogenannten EU-Review, spricht sich der VATM zur Erhöhung der Verfahrenseffizienz daher dafür aus, dass Marktdefinition und -analyse stets gemeinsam mit den vorgesehenen Regulierungsmaßnahmen gegenüber Brüssel notifiziert werden müssen.

66. Deutscher Juristentag 2006: Wie reguliert man Netze?

Der Deutsche Juristentag 2006 stand ganz im Zeichen des Netzregulierungsrechts. So setzte sich die Fachabteilung „Öffentliches Recht“ mit der Frage „Soll das Recht der Regulierungsverwaltung übergreifend geregelt werden?“ auseinander. Im Rahmen der Beschlussfassung konnte der VATM eine Mehrheit der Teilnehmer für seinen Antrag gewinnen, eine Ausschlussfrist für die Rückwirkung von Entgeltentscheidungen einzuführen. Auf diese Weise lassen sich unnötige und unkalkulierbare Rückstellungen der Wettbewerber im Falle rückwirkender Entgeltgenehmigungen vermeiden. Der Gesetzgeber hat diesen Beschluss bereits im laufenden Verfahren zum TKG-Änderungsgesetz aufgegriffen und eine entsprechende klarstellende Regelung im TKG geschaffen.

EU-Review: europäischer TK-Rahmen auf dem Prüfstand

Mit dem 2006 begonnenen „EU-Review“ wird der EU-Rechtsrahmen für den gesamten TK-Sektor einschließlich Rahmenrichtlinie, Universaldienstrichtlinie, Zugangsrichtlinie, Genehmigungsrichtlinie und Datenschutzrichtlinie überprüft. Außerdem wird auch die Märkteempfehlung der Kommission überarbeitet, die diejenigen Märkte beinhaltet, die einer Ex-ante-Regulierung unterliegen sollen.

Zu beiden Verfahren hat der VATM frühzeitig Stellung bezogen: Die Fortführung der Ex-ante-Regulierung vor allem hinsichtlich der Vorleistungsmärkte ist das wichtigste Anliegen der Mitgliedsunternehmen. Darüber hinaus stehen die weitere Harmonisierung der Regulierung in Europa und

die Ausweitung der Befugnisse der Kommission in der Diskussion.

Damit bleibt der Hauptarbeitsbereich des Verbandes, für vernünftige Rahmenbedingungen im Wettbewerb zu sorgen, auch 2007 nicht nur erhalten, sondern verlagert sich zusätzlich nach Brüssel. Dort repräsentiert der VATM ebenso wie in Berlin mit einem eigenen Verbindungsbüro sehr erfolgreich die Interessen seiner Mitgliedsunternehmen. Mit der deutschen Ratspräsidentschaft unter dem Vorsitz von Frau Bundeskanzlerin Merkel dürfte für ein spannendes Jahr 2007 gesorgt sein. Unsere Aufgabe liegt dabei darin, hier wie dort einer Remonopolisierung des Marktes durch die DTAG entgegenzuwirken und den Unternehmen größtmögliche Planungssicherheit auf der Basis verlässlicher Marktinformationen zu geben.

Telefonie und Internetanschluss über eine Leitung: Der Telefonstecker ist auch in Zeiten von xDSL nach wie vor der Zugang zur TK-Welt



Statement

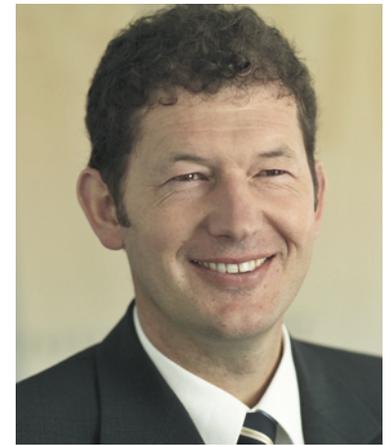
→ Kernforderung: konsistentes Preismodell

Die wichtigste Erkenntnis des Jahres 2006: Die Signale von Politik und Bundesnetzagentur im Rahmen der TKG-Novelle und bei der Einführung eines Bitstream-Access-Vorproduktes weisen derzeit in die falsche Richtung. Obwohl wir die ermunternden Entwicklungen des Jahres 2005 zum Anlass für einen weiteren Ortsnetzausbau und zusätzliche Investitionen genommen haben, sind die Bedingungen für den Infrastrukturwettbewerb deutlich schlechter geworden.

Der Bundesnetzagentur ist leider im Rahmen der Entgeltregulierung – insbesondere vor dem Hintergrund der neuen Großkunden-Angebote der DTAG – der Blick für die konsistente Abstimmung der Entgeltmaßnahmen untereinander verloren gegan-

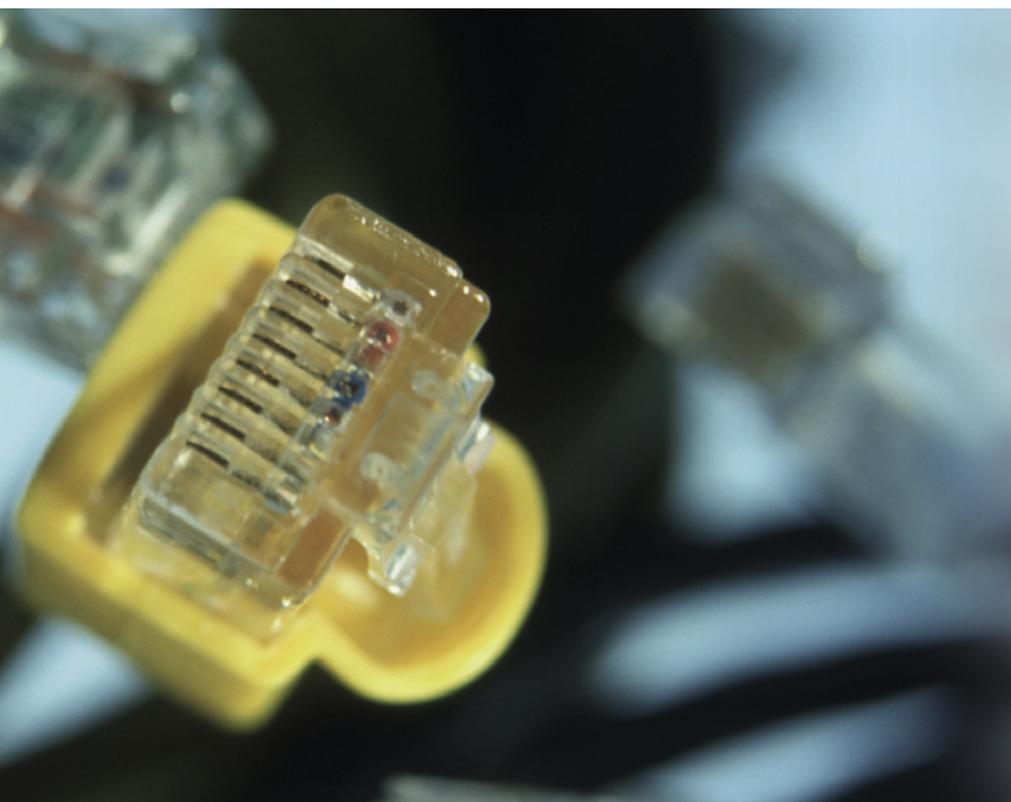
gen. Diese Problematik führte dazu, dass das marktmächtige Unternehmen verschiedene Vorleistungen so ausgestalten konnte, dass sie sich in der Gesamtheit zum Nachteil der Wettbewerber auswirkten.

Es bleibt daher weiter zentrale Aufgabe der Regulierungsbehörde, die Vorleistungen in ein Verhältnis zu bringen, das dem gesetzlichen Gebot der Förderung alternativer Infrastrukturen entspricht. Wir erwarten von der Regulierungsbehörde, dass sie sich der Aufgabe stellt, fairen Wettbewerb auf allen Wertschöpfungsstufen der Telekommunikation zu schaffen. Das Konsistenzgebot muss endlich genutzt werden, um den entscheidenden Impuls für Infrastrukturinvestitionen zu geben.



Tomas Eilers

Geschäftsführer der
EWE TEL GmbH





Peer Knauer
Geschäftsführer der
VERSATEL Holding GmbH

Entwicklung der Marktbereiche → Ortsnetzzugang

Statement

→ TAL-Entgelte müssen runter!

Inzwischen wird dem Festnetz in Deutschland wieder eine große Zukunft vorausgesagt. Festnetzanbieter mit eigener Infrastruktur, die den direkten Zugang zum Kunden haben und dadurch eigene Produkte und Services aufsetzen können, haben sich in einem hochkompetitiven Marktumfeld behauptet. Diese erfreuliche Entwicklung wäre noch positiver ausgefallen, wenn die Entscheidungen des Regulierers mit dieser Dynamik Schritt gehalten hätten. Gerade beim Ortsnetzzugang sind zentrale Fragestellungen und Anforderungen hinsichtlich eines freien und fairen Zugangs zur letzten Meile nahezu unverändert (und unerledigt) auf der regulatorischen Agenda verblieben.

So fordern die alternativen Festnetzanbieter bereits seit mehreren Jahren eine grundlegende Überarbeitung der vertraglichen Rahmenbedingungen hinsichtlich der Bereitstellung der Teilnehmeranschlussleitung (TAL):

- Zum Ersten ist die Verankerung von Pönalen bei einer Nichterfüllung der vertraglich zugesicherten Bereitstellungs- beziehungsweise Entstöfristen aus Sicht der Wettbewerber der einzige Weg, um eine verlässliche Zusammenarbeit mit der Deutschen Telekom (DTAG) bei der Realisierung von Anschlüssen zu gewährleisten. Ohne wirksame Sanktionen wird es nicht gelingen, Kunden eine wirkliche Planungssicherheit im Rahmen des TAL-Bereitstellungsprozesses zu schaffen.
- Zum Zweiten müssen die Bereitstellungsfristen für die TAL deutlich

verkürzt werden. Insgesamt müssen die alternativen Anbieter gegenüber potenziellen Neukunden die gleichen Realisierungsfristen für die Neuschaltung von Anschlüssen in Aussicht stellen können, die die DTAG auch ihren eigenen Kunden anbietet.

Beide Punkte sind Gegenstand des Verfahrens bezüglich der sogenannten „TAL Reference Offer“. Hier muss die Bundesnetzagentur ihrer gesetzlichen Verpflichtung nachkommen, eine tragfähige und wettbewerbsfreundliche Vertragsgrundlage so schnell wie möglich auf den Weg zu bringen.

In der Rückschau auf 2006 bleibt abschließend festzustellen, dass die jüngsten Weichenstellungen des Regulierers – insbesondere die Entscheidungen zu den DSL-Resale-Rabatten sowie zur Einführung des Bitstream-Access – zu einer akuten betriebswirtschaftlichen Schieflage geführt haben, die das Geschäftsmodell derjenigen Anbieter infrage stellt, die signifikant in den Aufbau eigener technischer Infrastruktur investieren. Die Forderung, die sich aus dieser neuen Situation ergibt, ist eindeutig: Die Entgelte für die Anmietung der Teilnehmeranschlussleitung müssen im kommenden Jahr sinken – und zwar beträchtlich. Vor allem aber müssen die neu festzusetzenden Entgelte konsistent sein. Kommt die Bundesnetzagentur dieser Konsistenzverpflichtung nicht nach, wird dies schwerwiegende Konsequenzen haben – im Übrigen nicht nur für die Netzbetreiber, sondern auch für die Innovationsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Deutschland.

→ TK-Investitionen brauchen Planungssicherheit

Neben dem zähen Ringen um den VDSL-Ausbau der DTAG stand das Jahr 2006 ganz im Zeichen der Weiterentwicklung des Telekommunikationsrechts in Europa. Diese Entwicklung schließt sowohl das TKG-Änderungsgesetz auf nationaler als auch den EU-Review auf europarechtlicher Ebene ein.

Erfreuliche Signale aus Brüssel

Das Eintreten der EU-Kommission für den Wettbewerb unter der Federführung von Viviane Reding war besonders erfreulich. Die Regierungsparteien in Berlin ließen sich hingegen von den angekündigten Milliardeninvestitionen der DTAG beeindrucken, indem sie der Forderung nach „Regulierungsferien“ nicht von vornherein eine klare Absage erteilten.

TAL ist die Mutter aller Vorleistungen

Deutschland hat mit einem Bestand von über drei Mio. durch Wettbewerber angemieteten Teilnehmerschlussleitungen (TAL) bereits wesentlich mehr erreicht als andere europäische Länder. Der Regulierer tritt dennoch nicht mit der nötigen Intensität für die „Mutter aller Vorleistungen“ – die TAL – ein. Indem die DTAG die Politik zudem davon überzeugen konnte, dass die Entlassung der DTAG aus der Regulierung das richtige Signal sei, sinkt die Wahrscheinlichkeit von Wettbewerberinvestitionen weiter. Gelingt es der DTAG, bei VDSL ein erneutes Monopol zu etablieren und den gesetzlich vorgeschriebenen

Netzzugang lediglich per Resale zu gewähren, kommt dies einer weiteren Entwertung der Investitionen in alternative Netze gleich. Es wird dann keinen Anreiz mehr geben, eigene Infrastrukturen aufzubauen.

Regulatorische Fortschritte

Auch wenn für einige altbekannte Probleme keine Lösungen gefunden wurden, so konnten doch Fortschritte für die Behandlung neuer Techniken gemacht werden. Voice over IP oder die Einführung erster NGN-Netze haben gezeigt, dass an neuen Umschaltmechanismen gearbeitet werden muss, um verschiedene Technologien miteinander zu verbinden. Dabei sucht die Bundesnetzagentur richtigerweise zunächst den konsensualen und praxisorientierten Ansatz, um innovative Entwicklungen nicht durch regulatorischen Übereifer zu ersticken.

Alle Wertschöpfungsstufen berücksichtigen

Um aber langfristig Investitionen in alternative Infrastrukturen zu sichern, müssen Regulierungsmaßnahmen schneller auf Strategiewechsel des marktbeherrschenden Unternehmens reagieren, um für die nötige Konsistenz der Entgelte zu sorgen. Planungssicherheit und eine Regulierungsbehörde, die ihren Blick auf alle Wertschöpfungsstufen richtet, sind die wichtigsten Voraussetzungen dafür, dass selbsttragender und innovativer Wettbewerb zum Wohle der Endnutzer entstehen kann.



Viviane Reding

EU-Kommissarin für Informationsgesellschaft und Medien

Gastbeitrag

→ Wettbewerb ist der Innovationstreiber, nicht Monopolschutz

Ich freue mich sehr, dass der Verband der alternativen Marktteilnehmer in Deutschland mit seinem Jahrbuch zur Diskussion der Telekommunikationspolitik beiträgt. Es versteht sich von selbst, dass der Wettbewerb im wirtschaftlich stärksten EU-Mitgliedsland für die europäische Telekommunikationsbranche gar nicht überschätzt werden kann – das Gleiche gilt auch für die europäische Wirtschaft insgesamt: Es ist für uns alle von Interesse, wie sich Deutschland für das Informationszeitalter aufstellt. Europa kann natürlich nur erfolgreich sein, wenn das größte, in seinem Herzen gelegene Mitglied reüssiert.

Es ist uns allen, der Kommission und den Mitgliedsstaaten, gemeinsam gelungen, mit dem europäischen Regulierungsrahmen zu einer beispiellosen Welle von Wettbewerb und Investitionen beizutragen. Dass dies zu sinkenden Preisen geführt hat, ist allgemein bekannt; wir sollten aber nicht vergessen, dass auch die Investitionen der etablierten Betreiber und der Wettbewerber 2005 auf 45 Mrd. Euro gestiegen sind.

Insgesamt sind die drei Kernziele des bestehenden Rechtsrahmens bestätigt worden, nämlich den Wettbewerb zu fördern, den Binnenmarkt zu stärken und den Interessen der Bürger gerecht zu werden.

Ich möchte ganz besonders in Deutschland dafür werben, dass nachhaltiger Wettbewerb die Voraussetzung für dauerhafte Investitionen ist. So mancher mag sich von der Idee verführen lassen, durch den Schutz

vor Wettbewerb zu Investitionen zu verlocken: Dieses Kurzfristdenken lässt sich ökonomisch nicht halten: Unternehmen, die keinem Wettbewerbsdruck ausgesetzt sind, investieren langfristig weniger, sie sind auch weniger effizient.

Die Mitgliedsländer, die zügig durch den technologieneutralen Breitbandzugang einen wettbewerbsfreundlichen Kurs gewählt haben, haben keinesfalls eine Investitionsmüdigkeit feststellen können. Sie haben Investitionen aller Marktteilnehmer ermutigt und bei der Breitbanddurchdringung zum Teil Deutschland überholen können.

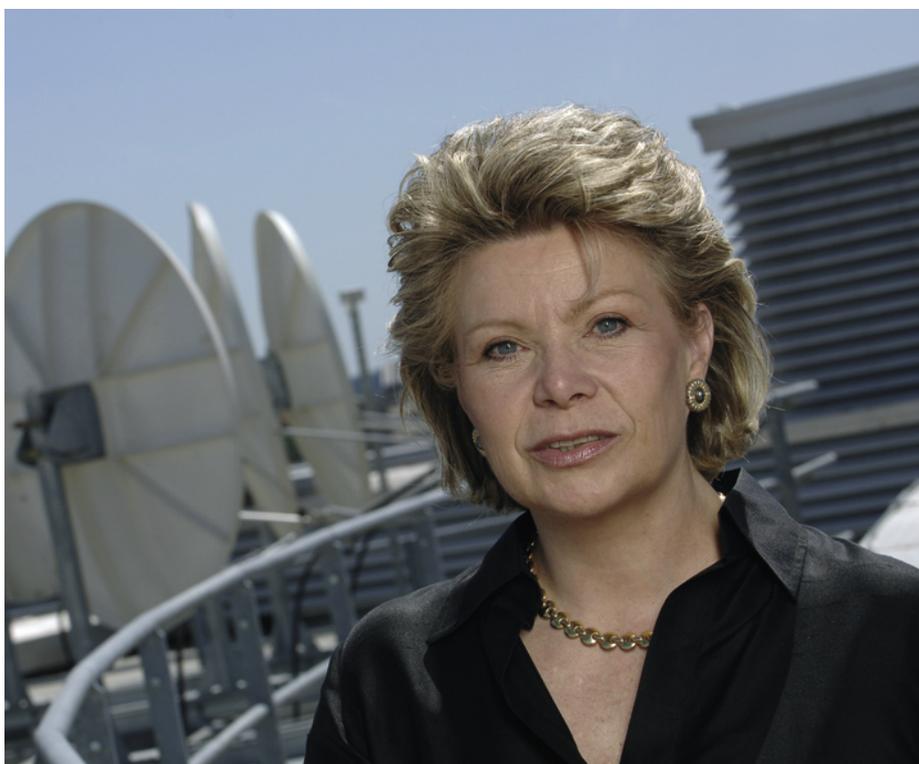
Dabei zeigen die Erfahrungen, dass die Anreize für Investitionen, die in den gegenwärtigen Rechtsrahmen eingebaut sind, nur dann Erfolg hatten, wenn der Rechtsrahmen ordnungsgemäß umgesetzt wurde. Mitgliedsstaaten, die die Vorschriften zeitnah und wirkungsvoll angewandt haben, haben eindeutig die besten Ergebnisse erzielt bei Investitionen in neue Netze und beim Aufgreifen neuer innovativer Dienste. Länder mit einer schwächeren Bilanz bei der ordnungspolitischen Erneuerung weisen weniger Investitionen vor.

Was hat sich bewährt, wo können wir den Rechtsrahmen verbessern?

Ich denke, wir sollten an den fundamentalen Prinzipien festhalten: am marktgestützten Ansatz für die Vorab-Regulierung und an der Technologie-Neutralität. Der Regulierungsrahmen sollte weiter sicherstellen, dass

die Märkte unabhängig von der Technologie dann reguliert werden, wenn ein Unternehmen mit beträchtlicher Marktmacht einen effektiven Wettbewerb behindert. Dabei soll aber gleichzeitig sichergestellt sein, dass dort nicht reguliert wird, wo der Wettbewerb funktioniert.

Trotzdem wollen wir den Ablauf der Notifizierungen noch einfacher gestalten: Meine Vorschläge werden die Anforderungen für einige Notifizierungen vereinfachen. Das wird es Regulierungsbehörden auf europäischer und nationaler Ebene erlauben, ihre Ressourcen gezielt dort einzusetzen, wo Wettbewerbsprobleme andauern.



Viviane Reding auf dem Dach des Berlymont in Brüssel

Die Geschwindigkeit, mit der wir die Marktanalysen der nationalen Regulierer (nach Artikel 7 der Rahmenrichtlinie) bearbeiten, ist beträchtlich, und kann sich auch unter dem Gesichtspunkt der „besseren Rechtsetzung“ sehen lassen: Vom Eingang einer Notifizierung bis zur Entscheidung der Kommission vergehen meist nur vier Wochen. In den seltenen Fällen, in denen sich die Kommission für eine eingehende Prüfung entscheidet, vergehen maximal drei Monate.

Ferner müssen die Investoren sich darauf verlassen können, dass die Marktmacht und Marktdefinitionen kohärent und vorhersehbar in den Mitgliedsstaaten angewandt werden und dies durch die Kommission gesichert wird.

Ich stimme darum der Industrie zu, die nach mehr Konsistenz und Effizienz bei der Anwendung der Abhilfemaßnahmen verlangt. Die Überwindung der regulatorischen Zersplitterung und damit europaweite Berechenbar-

keit und Planbarkeit bedeuten weniger Bürokratie, höhere Rechtssicherheit und damit niedrigere Kosten für Unternehmer und Verbraucher.

Wir sollten es darum nicht ausschließen, einen europäischen Regulierer aufzubauen, um gleiche, faire Wettbewerbsbedingungen in der ganzen EU zu erreichen. Dieser würde gemeinsam mit nationalen Regulierern an einer konsistenten Anwendung der EU-Regeln arbeiten, vor allem dort, wo die Entwicklung paneuropäischer Märkte auf dem Spiel steht.

Eine Alternative wäre es, der Kommission eine effizientere Überprüfung der Abhilfemaßnahmen und damit die Weiterentwicklung des Binnenmarktes zu ermöglichen. Zurzeit kann die Kommission die Maßnahmen lediglich kommentieren. Marktteilnehmer haben sich aber beklagt, dass die Berücksichtigung der Kommentare nicht zeitnah gewährleistet ist. Diese Überprüfungsmöglichkeit wäre in vielerlei Hinsicht nur eine logische Fortsetzung der Rolle, die wir in Bezug auf die Marktdefinition und die Marktanalyse schon jetzt einnehmen.

Sitz der EU-Kommission:
Das Berlaymont in Brüssel

In jedem Fall müssen wir klare Fristen einführen, um die nationalen Regulierer dazu zu bringen, innerhalb einer bestimmten Zeit ihre Analysen abzuschließen, damit sich die Verzögerungen, die wir in einigen Ländern hatten, nicht wiederholen. Gerade die deutschen Marktteilnehmer wissen, was die Rechtsunsicherheit, die durch Verzögerungen entsteht, bedeutet.

Unabhängig davon schlage ich gemeinsam mit meiner Kollegin Neelie Kroes vor, die Marktempfehlung von 2003 einer Prüfung zu unterziehen.

Erfreulicherweise können wir nämlich in vielen Mitgliedsstaaten funktionierenden Wettbewerb auf einigen Märkten feststellen. Dies ist zum Beispiel bei vielen Endkundenmärkten der Fall. Darum ist die Kommission bereit, ein Drittel der ursprünglich aufgeführten Märkte von der Liste der Marktempfehlung herunterzunehmen, da der Wettbewerb sich auf diesen Märkten positiv entwickelt hat. Dies ist ein klares Signal dafür, dass die Kommission die Vorabregulierung entschlacken möchte.

Aber wie wir alle wissen, sind noch nicht alle Märkte ausreichend wettbewerblich strukturiert, um jetzt schon auf die Vorabregulierung vollständig verzichten zu können. Selbstverständlich kommt hier weiter das allgemeine Wettbewerbsrecht zur Anwendung. Außerdem haben die nationalen Regulierer auch in Zukunft die Möglichkeit, eine Vorabregulierung dieser Märkte vorzuschlagen.



Statements

→ Kein Grund für Totengesänge

Es besteht (noch) kein Grund für Totengesänge, auch wenn der Marktanteil an Kunden für Preselection rückläufig ist. Der Erfolg von alternativen Anschlussanbietern und der damit einhergehende Rückgang von Preselection-Verträgen ist wettbewerbspolitisch zu begrüßen. Dieser wesentliche Einflussfaktor liegt auch in der Geschäftspolitik von Preselection-Anbietern selbst begründet, die in ihrem Vertrieb den Fokus auf ein „Upgrade“ von Kunden zu Vollanschlüssen legen.

Aber nicht zu leugnen als Faktoren für den Rückgang sind die „natürlichen Feinde“ für Call-by-Call und Preselection: neben der Produktbündelung der Deutschen Telekom auch die Substitution durch Mobilfunk beziehungsweise Voice-over-IP. Zu den Produktbün-

deln muss sich die Bundesnetzagentur fragen lassen, warum die Deutsche Telekom für Telefonie-Komplettpakete heute 12 Monate Mindestlaufzeit fordern darf, wo in der Vergangenheit selbst 3 Monate untersagt wurden.

Auch wenn durch die erfreuliche Penetration von Breitbandanschlüssen der Markt für Preselection kleiner wird, ist für die Zukunft – auch in einer All-IP-Welt – zu klären, auf welche Weise die potenziell verbleibenden „reinen“ Telefonkunden von einem Wettbewerb um Dienste und Anschlüsse profitieren werden. Resale von Telefonanschlüssen und die Möglichkeit, Verbindungsnetzdienste auszuwählen, dürfen hier nicht vom Radarschirm der Wettbewerbspolitik verschwinden.

→ Neuer Trend bei Preselection

Für die Etablierung des Wettbewerbs in Deutschland kam Call-by-Call eine bedeutsame Rolle zu. Es war das richtige Instrument für die schnelle Entwicklung des Wettbewerbs und ist noch heute für den Kunden eine einfache und schnelle Möglichkeit, um äußerst preisgünstig zu telefonieren. Auch heute spielt Call-by-Call eine große Rolle.

Die vertragliche Bindung an einen Netzbetreiber über Preselection ist üblich und für den Kunden komfortabler als das Call-by-Call-Verfahren.

In der Zwischenzeit ist VoIP zur Marktreife weiterentwickelt worden und bietet je nach eingesetzter Technik beim Netzbetreiber hervorragende

Qualität, bei Qualitäts-Carriern ist kein Unterschied zur konventionellen Telefonie zu erkennen. Über DSL-Router können die vorhandenen traditionellen Telefone angeschlossen werden, die ohne technische Veränderung den DSL-Anschluss nutzen und über VoIP kommunizieren. VoIP bietet außerdem viele neue Funktionen. Diese neue Technologie wird künftig das Call-by-Call- und Preselection-Geschäft mehr und mehr substituieren, derzeit ist dieser Anteil allerdings noch relativ gering. Der Trend geht derzeit dahin, Preselection in Verbindung mit Bündelprodukten (Festnetz, Mobilfunk, Internet, WLAN usw.) anzubieten und vor allem alle Einzelprodukte auf eine Rechnung zu schreiben, wie bei 01063 Telecom als Teil der TelDaFax-Gruppe.



Hermann Riedl

Geschäftsführer der Communication Services TELE2 GmbH



Rolf Diederichs

Geschäftsführer der 01063 TELECOM GmbH & Co. KG

Bilanz

→ Call-by-Call goes VoIP

Die Entwicklung auf dem Call-by-Call-Markt spiegelt 2006 erstmals die Zunahme des Wettbewerbs im Bereich der Komplettanschlüsse wider. Sowohl die Anzahl der Kunden, die Call-by-Call nutzen, als auch die Anzahl der Verbindungsminuten, die über Call-by-Call-Dienste erbracht wurden, stagnieren auf Vorjahresniveau. Deutlicher zeigt sich der voranschreitende Wettbewerb auf dem Komplettanschlussmarkt noch im Bereich Preselection. Hier sanken sowohl die Kundenzahlen als auch die Anzahl der Verbindungsminuten leicht gegenüber dem Vorjahr. Dies ist zum einen auf die Entwicklung im VoIP-Markt zurückzuführen, vor allem aber auf die Komplettanschlussangebote der Wettbewerber der T-Com, von deren Anschlüssen Call-by-Call- und Preselection-Angebote nicht genutzt werden können.

Dennoch bleiben Preselection und Call-by-Call mit gemeinsam über 63 Prozent der Angebote alternativer Festnetzbetreiber die vorrangige Nutzung bei deren Telekommunikationsdienstleistungen für Endkunden. Insbesondere für die Gespräche in die Mobilfunknetze hat der Call-by-Call-Markt auch 2006 wieder seine Dynamik und die Fähigkeit bewiesen, für die Endkunden eine Preissenkung zu erzielen. Für Gespräche ins Ausland sind in der Regel nach wie vor die Call-by-Call-Angebote die einfachste und günstigste Lösung für die Nutzer. Auch die Produkte im Preselectionbereich wurden vielfach einer Überholung unterzogen, um dem verstärkten Wunsch der Nutzer nach einfachen Tarifen nachzukommen. Die beliebten Flatrate-Angebote gibt es nicht nur

für die Komplettanschlüsse, sondern auch als Preselectionprodukte. Damit behaupten die Call-by-Call- und Preselection-Angebote auch im Jahr 2006 ihre Stellung als wichtiger Bestandteil des Wettbewerbs auf dem deutschen Markt.

Diesem Aspekt versuchte auch die Bundesnetzagentur Rechnung zu tragen und führte die lange fällige und vielfach angekündigte Änderung der Zuteilungsregeln für die Verbindungsnetzbetreiberkennziffern durch. Damit verbunden war nicht nur eine Änderung der Bezeichnung – aus Verbindungsnetzbetreiberkennziffern wurden Betreiberkennzahlen –, sondern auch eine deutliche Vereinfachung des Zuteilungsverfahrens. Im Rahmen einer Verlosung wurden insbesondere viele der inzwischen zurückgegebenen fünfstelligen Betreiberkennzahlen neu zugeteilt.

Ob diese Änderung der Zuteilungsregeln eine erneute Belebung des Call-by-Call-Marktes zur Folge hat, ist noch offen. Eine große Eintrittshürde für den deutschen Markt ist jedoch weiterhin die Verpflichtung für jeden Verbindungsnetzbetreiber, komplett eigene Netze und Übergabepunkte mit der Deutschen Telekom AG aufzubauen. Die Vereinheitlichung der Regelungen in Europa wäre hier wünschenswert. Viele klassische Call-by-Call-Anbieter stellen sich aber auch bereits jetzt auf die Herausforderungen der neuen Produkte wie beispielsweise VoIP ein. Eine Übertragung des äußerst erfolgreichen Call-by-Call-Modells auch auf VoIP-Produkte, also ein VoIP-by-Call, ist zumindest denkbar.

→ Dreht sich der Wind? Regulierung am Scheideweg

Sie hat es wieder versucht. Und man kann es ihr noch nicht einmal verübeln. Denn es ist ein legitimes Interesse der Deutschen Telekom, sich so weit wie möglich von regulierungspolitischen Auflagen zu befreien. Schon im Vorfeld der Novelle zum Telekommunikationsgesetz von 2004 ließ der Ex-Monopolist nichts unversucht, die Regulierung im großen Stil zu seinen Gunsten zu verändern. Der Vorstoß konnte jedoch weitgehend abgewehrt werden.

Die Versuche im Jahr 2006 erscheinen – aus Sicht der Telekom – vielversprechender. Das Unternehmen ist in eine Krise geschlittert, was die Gewinnwarnung bei Bekanntgabe der Halbjahreszahlen im August deutlich belegt. Der damalige Telekom-Chef Kai-Uwe Ricke kehrte jedoch nicht vor der eigenen Haustür – was durchaus angebracht gewesen wäre. Er machte, wie übrigens auch sein Nachfolger René Obermann, vielmehr in erster Linie die Regulierung für die hunderttausendfache Kundenabwanderung bei seinem Unternehmen verantwortlich.

Ein solcher Eindruck mag sich dem Betrachter tatsächlich aufdrängen, wenn er den wilden Preiskampf bei DSL-Breitbandanschlüssen im Jahr 2006 verfolgt hat. Allerdings nur auf den ersten Blick, denn dass die Telekom dabei kaum eine Rolle spielte (außer als Vorleister für Wiederverkäufer), lag primär an ihrer Hochpreispolitik, die sich als – inzwischen korrigierte – falsche Strategie erwies. Der verzerrte Eindruck, ein sich selbst tragender Wettbewerb habe sich acht Jahre nach der Marktöffnung in Deutschland

etabliert, kam auch dadurch zustande, dass die Bundesnetzagentur mit der Auslandstelefonie einen ersten Markt aus der Regulierung entlassen hat. Dies mag bei manchem Politiker den Trugschluss erzeugen, nun stünde das gesamte Konzept zur Disposition.

Die entscheidende Rolle spielt aber ganz offensichtlich, dass die Große Koalition in Berlin kein klares wettbewerbspolitisches Credo kennt und den Pfad der ordoliberalen Tugend verlassen hat, wie ihn frühere Bundesregierungen beschritten haben. Verunsichert durch die Unbilden der Globalisierung, setzt Schwarz-Rot trotz gegenteiliger Bekundungen auf eine Standort-, oder treffender: Industriepolitik, in deren Geiste ein „national champion“ gefördert wird, der sich im internationalen Wettbewerb mit den globalen Telekom-Riesen behaupten soll. Und dieser Champ heißt Deutsche Telekom.

Das augenscheinlichste Beispiel für diesen neuen Kurs ist das VDSL-Hochgeschwindigkeitsnetz der Deutschen Telekom, für das sie ein mehrjähriges Monopol reklamiert – als Investitionsschutz und um „Pioniergewinne“ abzuschöpfen. Der Bonner Konzern hat die „Lex Telekom“ frühzeitig über die höchste Regierungsebene auf den Weg gebracht, Anfang 2007 dürfte das neue Telekommunikationsgesetz in Kraft treten. Selbst wenn die Telekom dabei doch keine mehrjährigen Regulierungsferien durchboxen können sollte, so hat sie mit dem Casus VDSL doch einen Präzedenzfall geschaffen. In der deutschen Wirtschaftspolitik droht ein Klimawechsel.



Dr. Lutz Frühbrodt
Wirtschaftsreporter der
Tageszeitung „Die Welt“

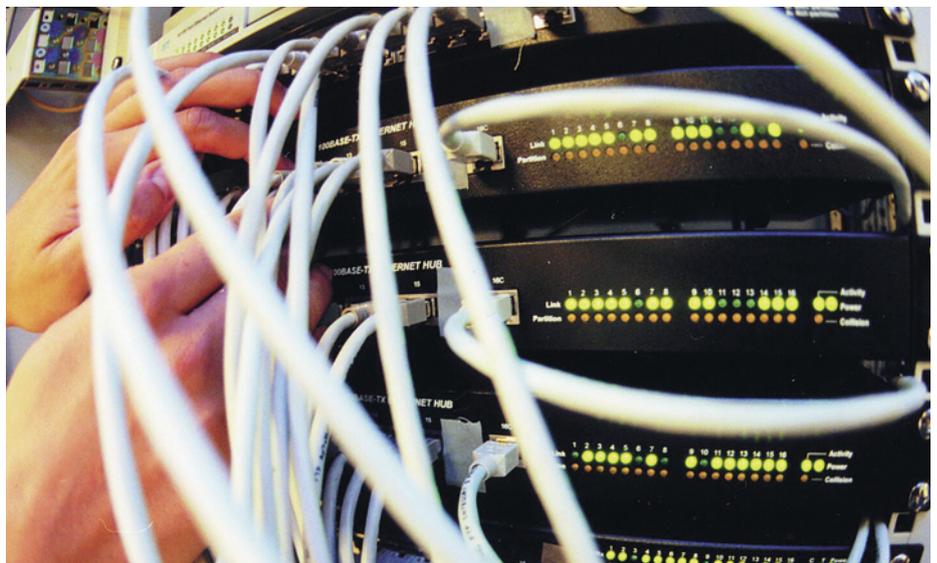
Künftig könnte die Frage nicht mehr lauten: Wie viel Regulierung brauchen wir? Sie würde dann vielmehr heißen: Brauchen wir überhaupt Regulierung? Scheint doch die Alleinherrschaft eines Unternehmens – sie mag ja eh nur auf Zeit sein – eine zwingende Komponente von Industriepolitik zu sein.

Dass die erste Ausnahme VDSL bald zur Regel werden könnte, zeigt sich daran, dass sich die Bundesregierung im europäischen Rahmen für eine weitere „Deregulierung“ einsetzt. Und zwar für eine weitergehende, als die Europäische Kommission anstrebt. Berlin bemüht dabei das Argument, dass das von Brüssel verordnete Prüfverfahren zur Beantwortung der Frage „Regulieren – ja oder nein?“ zu kompliziert und zu langwierig sei. Diese Kritik ist nicht vollkommen von der Hand zu weisen, gleichwohl zielt sie auch darauf ab, Regulierungsrechte in die Mitgliedsländer zurückzuholen. Dies wäre fatal, denn die EU-Kommission wirkt nicht nur im großen Ganzen, sondern sorgt auch bei „teuflichen“ Details für ein ebenes Spielfeld in der

europäischen Telekommunikationsliga. Anders gewendet: Manche Aktionen mögen überzogen wirken, doch insgesamt fungiert die EU-Kommission als extrem wichtiger Garant des Wettbewerbs.

Daran darf und wird sich hoffentlich auch nichts ändern, wenn die Bundesregierung ihre EU-Ratspräsidentschaft im ersten Halbjahr 2007 nutzt und ihr Vorhaben durchsetzen will. Wie es derzeit aussieht, hat sie keine Mehrheit dafür. Noch besser wäre es freilich, wenn die Bundesregierung wieder auf einen wettbewerbsorientierten Kurs einschwenkte – ohne die Wenn und Aber, die es immer wieder zu hören gibt. Es geht nicht, zumindest nicht allein, um das Wohl und Wehe einzelner Unternehmen. Was zählt, sind die volkswirtschaftlichen Wohlfahrtseffekte in ihrer Gesamtheit. Und die entstehen bekanntlich durch ein Maximum an Wettbewerb. Daran sollte die Öffentlichkeit – inklusive der veröffentlichten Meinung – die Entscheider in Berlin immer wieder erinnern.

Kommt immer dann zum Einsatz, wenn verschiedene Netze zusammengeschaltet werden: das Patchfeld



Statements

→ Trend Next Generation Network

Der Trend zu Netzwerken der nächsten Generation (NGN) auf Basis des Internet-Protokolls hat im Jahr 2006 auch Deutschland erreicht. Denn es ist einfacher, kostengünstiger und anwenderfreundlicher, ein einziges Netzwerk für viele Anwendungen zu betreiben anstatt für jede Applikation ein eigenes Netzwerk.

Als eine Folge dieser Entwicklung werden wir eine radikale Trennung der Applikation von der zugrunde liegenden Netzwerktechnik erleben. Die Bundesnetzagentur hat mit ihrer Entscheidung für den Stand-alone IP-Bitstream – den „nackten“ DSL-Anschluss – eine entscheidende Weichenstellung für den Bereich der Privatkunden bereits vorgenommen, sodass der Datenzugang unabhängig vom Dienst „Telefonie“ möglich ist.

Entsprechendes muss nun auch für den B2B-Markt, wo der Kunde unterschiedliche Übertragungsqualitäten (Quality of Service) nachfragt, geschehen. Die Verfügbarkeit des sogenannten ATM-Bitstream ist notwendig, um auch im Firmenkundenmarkt einen echten Wettbewerb um Innovationen – und nicht zuletzt Investitionen – zu ermöglichen. Dann wird es in naher Zukunft auch einen direkten Datenanschluss auf Ethernet-Basis geben, der Kosten spart und Mietleitungen überflüssig macht. Umso unverständlicher, dass die BNetzA trotz dreijähriger Marktanalyse zu den Mietleitungen diese Entwicklung schlicht verschlafen hat. Wir sind froh, dass die EU-Kommission hier näher am Markt war, und hoffen, dass sie entscheidende Impulse geben wird.

→ Regulierungsferien sind Wettbewerbsbremse

Mit einem WLAN-Handy zum Nulltarif ins Ausland telefonieren, in Minuten-schnelle einen Blockbuster auf den heimischen PC laden, den iPod mit Tausenden von Songs vollladen und Hunderte Urlaubsbilder ins Netz stellen – wäre das alles denkbar ohne Breitband? Definitiv nicht! Könnten Unternehmen ihre TK-Kosten um die Hälfte senken, ihre Telefonanlagen intelligent mit dem PC verbinden und von jedem Anschluss – ob Handy, Laptop oder Festnetztelefon – erreichbar sein ohne Breitband? Nein. Dieser Fortschritt an Komfort, Kommunikation und Flexibilität ist einzig und allein der wachsenden Verbreitung von DSL zu verdanken. Einer Entwicklung, die in diesem Jahr eine besondere Dynamik entfaltet hat. Warum? Weil in Deutsch-

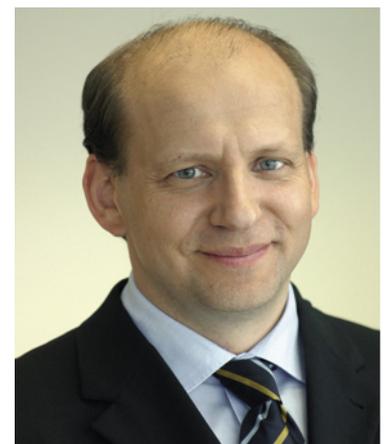
land der Wettbewerb besonders aktiv geworden ist. Die Wettbewerber sind es, die den Fortschritt ankurbeln. Sie bieten hohe Bandbreiten, faire Preise, intelligente Lösungen und besten Service. Sie bieten die Plattform für neue Märkte, wie etwa das Web 2.0. Es ist daher fahrlässig, diese Dynamik durch wettbewerbsfeindliche „Regulierungsferien“ auszubremsen. Fahrlässig gegenüber einer der größten Volkswirtschaften der Welt und ihren Bürgerinnen und Bürgern, fahrlässig gegenüber Unternehmern und Investoren im In- und Ausland, die in diesen dynamischen Markt investieren wollen. Wir benötigen Wettbewerb auf Infrastruktur- wie auch auf Inhalteebene. Deutschland kann sich Regulierungsferien definitiv nicht leisten!



Jan Geldmacher

CEO der

BT (Germany) GmbH & Co. OHG



Dr. Bernd Schlobohm

Vorstandsvorsitzender der

QSC AG

Bilanz

→ Breitbandmarkt auch künftig Wachstumstreiber

Konkurrenz belebt das Geschäft. In kaum einem anderen Markt als dem für DSL-Anschlüsse hat sich dieser scheinbar so banale Satz so sehr bewahrheitet: Die Zahl der DSL-Anschlüsse in Deutschland wird Ende 2006 wieder um fast 50 Prozent von 10,6 Mio. Anschlüssen auf 15,6 Mio. Anschlüsse gestiegen sein. Davon entfallen immerhin rund 4,4 Mio. Anschlüsse auf alternative Netzbetreiber. Aber nicht nur quantitativer Fortschritt ist zu beobachten, auch technologisch hat sich der Markt rasant entwickelt. Waren in den vergangenen Jahren Bandbreiten bis zu zwei Mbit/s schon Spitzenwerte, so sind heute dank ADSL2+-Technologie Geschwindigkeiten von 16 Mbit/s und mehr schon fast selbstverständlich. Die gestiegene Bandbreite wiederum beschleunigt die Verbreitung von VoIP ganz erheblich. War diese Art der Telefonie im letzten Jahr noch eher den Pionieren unter den TK-Kunden vorbehalten, gehört sie heute zur Grundausstattung für DSL-Neukunden. Ebenfalls aus ihrem Nischendasein herausgetreten ist die WLAN-Technologie. Anwender begrüßen sie, um dem bisherigen Kabelsalat am PC endgültig Ade zu sagen und eine Teilmobilität von Laptop und Telefon zu genießen.

Sowohl die Verbreitung von ADSL2+ als auch von VoIP hat Deutschland einzig und allein der Innovationskraft der Infrastruktur-Wettbewerber zu verdanken. Unternehmen wie Arcor, HanseNet und QSC haben mit neuen Produkten und Dienstleistungen dem Markt entscheidende Wachstumspulse gegeben. Auf Basis alternativer Infrastrukturen konnten sie unabhän-

gig von der Deutschen Telekom die Bandbreiten hochschrauben, VoIP- und sogar IPTV-Anwendungen entwickeln. Mit neuen Preismodellen wie den Flatrate-Tarifen gewannen sie die Gunst der Kunden zusätzlich.

Die Innovationen wirken sich segenreich auf den DSL-Gesamtmarkt aus – er wächst rasant und die Wettbewerber gewinnen kontinuierlich Marktanteile. Dennoch bleibt der Anteil der Deutschen Telekom im Teilnehmeranschlussbereich mit über 80 Prozent deutlich marktbeherrschend und auch 50 Prozent der Zugewinne der Wettbewerber im DSL-Markt beruhen auf Resale – also auf dem Wiederverkauf von Anschlüssen der Telekom.

Die Deutsche Telekom ist weiterhin der Platzhirsch im Breitbandmarkt. Sie verliert zwar Marktanteile, aber ihr Umsatz bleibt stabil – nicht zuletzt aufgrund der starken Vertriebsmacht alternativer Anbieter, die die Anschlüsse der DTAG vertreiben. Deutschland benötigt jedoch auch langfristig Infrastrukturwettbewerb im Breitbandbereich. Fernsehkabelnetze können dies aus verschiedenen Gründen nicht leisten. "Regulierungsferien" für den VDSL-Ausbau würden sich daher wachstumshemmend auf den gesamten Markt auswirken. Schon heute liegt Deutschland als größte Volkswirtschaft im europäischen Vergleich gemessen an der Breitband-Penetration nur auf einem mittleren Platz. Der Breitbandmarkt bietet also erhebliches Potenzial für die Zukunft – eine weiterhin wettbewerbsfreundliche Regulierung, die Infrastrukturinvestitionen fördert, vorausgesetzt. Investoren stehen bereit.

Statement

→ Frisches Denken für innovative Produkte

Der Wettbewerb im Telekommunikationsbereich lebt weiterhin vor allem von Innovationen, die für die Kunden von Nutzen sind. Dabei spielen die Wettbewerber der Deutschen Telekom AG eine wesentliche Rolle und beflügeln mit ihren Produkten den gesamten TK-Markt.

Die freenet.de AG hat als eines der ersten Unternehmen massiv und mutig auf die Voice-over-IP-Technologie zur Übertragung von Sprache gesetzt und bereits Ende Februar 2004 ein darauf basierendes Endkundenprodukt „freenet iPhone“ präsentiert. Sie hat damit der Voice-over-IP-Telefonie in Deutschland zum Durchbruch verholfen.

Nur zweieinhalb Jahre später haben wir viele Erfahrungen mit iPhone gesammelt und bieten als eines der ersten Internet- und Telekommunikationsunternehmen einen Komplettanschluss an, der Sprachtelefonie allein über VoIP ermöglicht und zudem den hierfür erforderlichen DSL-Anschluss umfasst. Mit dem Slogan „Deutschland ist jetzt im grünen Bereich“ bewerben wir dieses Angebot unter dem Produktnamen „freenetKomplett“. Losgelöst von Endkundenprodukten der Deutschen Telekom AG können unsere Kunden nun endlich einen innovativen Telefon- und DSL-

Komplett-Anschluss zu attraktiven Konditionen erhalten. Dieser umfasst einen VoIP-basierten Sprachtelefonieanschluss mit ISDN-Leistungsumfang, erstklassiger Ausstattung und Qualität und dazu quasi noch kostenlos zusätzlich DSL.

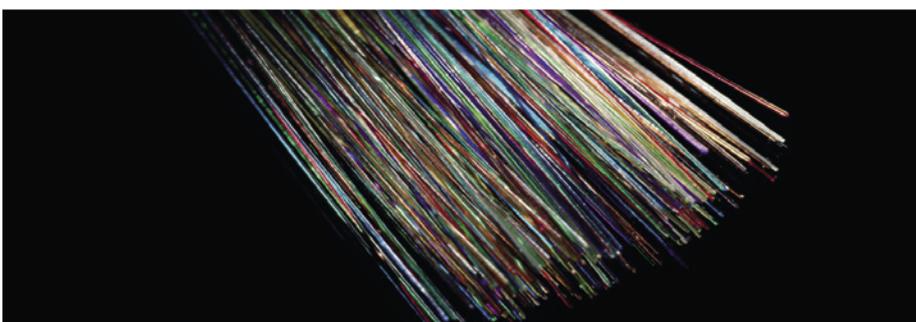
Die aktuelle Diskussion in der TK-Branche über eine komplette Migration der Sprachtelefonie zur Voice-over-IP-Technologie und die Herstellung von entsprechenden IP-basierten Zusammenschaltungen zwischen den Netzbetreibern bestärkt uns in unserer Auffassung, dass wir technologisch auf dem richtigen Weg sind und sich VoIP im Markt durchsetzen wird. Mit Blick auf die technischen Besonderheiten und technischen Innovationen der VoIP-Technologie regen wir allerdings weiterhin an, diese im Rahmen der Gesetzgebung und Regulierung zu berücksichtigen und dem technologischen Fortschritt Raum zu lassen. Nicht alle Regelungen der bisherigen PSTN-Sprachtelefoniewelt passen per se auch für VoIP.

Ich wünsche mir zukünftig einen fairen Wettbewerb der Innovationen und spannende neue Produkte für die deutschen Endkunden. Dann liegt Deutschland auch weiterhin „im grünen Bereich“.



Eckhard Spoerr

Vorstandsvorsitzender
der freenet.de AG



Ohne Glasfaser kein Breitband –
und auch kein VoIP



Harald Roesch

Geschäftsführer der HanseNet
Telekommunikation GmbH



Entwicklung der Marktbereiche → DSL-Breitbandzugang

Statement

→ IPTV wird zur Attraktion für den Verbraucher

Die Experimentierphase ist vorbei: Seit August können in Deutschland die ersten Verbraucher mit der Option ALICE home TV über 100 Fernsehprogramme und weitere fernsehnaher Dienste empfangen. Damit war ALICE nicht nur der erste Anbieter in Deutschland, sondern hat vor allem gezeigt, dass es zur Realisierung eines anspruchsvollen und kundengerechten Inhalteangebotes keiner VDSL-Technologie bedarf. Die weitere Entwicklung eines noch nicht klar abgrenzbaren Marktes wird spannend: Kabelnetz- und Satellitenbetreiber auf der einen sowie die Festnetzanbieter auf der anderen Seite buhlen um die Gunst der Kunden. Entscheidend für den Erfolg von IPTV werden drei Faktoren sein:

An erster Stelle wird es darauf ankommen, die Vielzahl der Möglichkeiten, die sich dem Verbraucher eröffnen, als

ein Mehr an Freiheit zu vermitteln und nicht als technische Herausforderung. Gleichauf liegt der tatsächliche Vorteil für den Verbraucher gerade im Vergleich zum vertrauten Fernsehen. Dieser Vorteil ergibt sich zum einen aus der technischen Verzahnung zusammenschwachsender Dienste und der damit einhergehenden Bereinigung einer zunehmend ineffizienten häuslichen „Gerätelandschaft“. Zum anderen kann IPTV aus Verbrauchersicht zu erheblichen Kosteneinsparungen führen, wenn etwa keine Kabelanschlussgebühr mehr anfällt.

Last not least ist als dritter Erfolgsfaktor einwandfreie Qualität selbstverständlich.

Wenn die großen Festnetzanbieter diesen Ansprüchen gerecht werden, sind sie für den Wettbewerb mit den Kabelnetzbetreibern gut gerüstet.

Decoder, Tastatur und Fernbedienung:
So kommt IPTV auf den
heimischen Fernseher



→ Für eine Deregulierung ist es zu früh

Das Jahr 2006 war für uns wettbewerbspolitisch geprägt von einem überraschend spürbaren und anhaltenden Einfluss des marktbeherrschenden Unternehmens auf die Politik und insbesondere die Regierungsparteien.

Als wir Ende 2005 die Verhandlungen mit der Deutschen Telekom über einen Zugang zu ihrer VDSL-Infrastruktur aufnahmen, waren wir voller Optimismus, mit Unterstützung des seinerzeitigen regulatorischen Rahmens sogar zu einer Verhandlungslösung zu gelangen. Umso mehr wurden wir von der bekannten Passage der Koalitionsvereinbarung überrascht, nach der mittels der anstehenden Novelle des TKG eine deutsche Sonderregelung eingeführt und die Deutsche Telekom von Zugangsverpflichtungen freigestellt werden soll. In Erwartung dieser Lex Telekom scheiterten sodann alle weiteren Gespräche.

Damit befinden wir uns heute als investierendes Unternehmen in einer kritischen Situation: Denn in dem Umfang, in dem der Zugang zu einer überlegenen Netzstruktur des Marktbeherrschers auch nur für eine gewisse Zeit politisch verhindert wird, lässt sich Infrastrukturwettbewerb nicht aufrechterhalten. Dies gilt umso mehr, als die Deutsche Telekom ihren Wiederverkäufern auch im kommenden Jahr mit hoher Wahrscheinlichkeit Resale-Produkte anbieten wird, die einen aggressiven Marktauftritt ohne Investitionsrisiko ermöglichen.

Was bedeutet dies für den Wettbewerb?

Während die Deutsche Telekom selbst für den Dienstewettbewerb rüstet, begünstigt sie auf der anderen Seite einen reinen Preiswettbewerb der Reseller. Dass sich auf diese Weise ein langfristiger, stabiler Wettbewerb entwickeln kann, muss bezweifelt werden. Denn es ist anerkannt, dass konkurrierende und voneinander möglichst unabhängige Infrastrukturen volkswirtschaftlich erstrebenswerter sind als Dienstangebote, die – über eine monopolistische Infrastruktur – von einem einzigen Anbieter gesteuert werden und nur sehr eingeschränkte Wettbewerbsvielfalt ermöglichen. Mit anderen Worten besteht die Gefahr, dass die Chance, Deutschland zu einem echten Breitbandland zu machen, gerade dadurch vertan wird, dass die Gestaltung in die Hände des alten Incumbents gelegt wird.

Was bedeutet dies für die Regulierung?

Wir stehen nicht am Anfang einer Marktöffnung. Das Resale-Geschäft ist daher insgesamt wirtschaftspolitisch nicht zu fördern. Stattdessen ist ein effektiver Zugang zum VDSL-Netz der Deutschen Telekom zu gewährleisten. Nur damit wird die Möglichkeit eröffnet, dass Potenzial breitbandiger Dienste in einem pluralistischen Umfeld auszuschöpfen.

Die Voraussetzungen hierfür zu schaffen, ist und bleibt allein Aufgabe des Regulierers.



Stefan Borscheid

CFA, Telecoms Research,
WestLB AG

Gastbeitrag

→ Die erwarteten Aktienkurstreiber auf dem deutschen Breitband-/Festnetzmarkt 2007

Nachdem 2006 das Breitbandkundenwachstum voraussichtlich nicht ganz an den Wert des Vorjahres herankommen dürfte, könnte es 2007 wieder zu einer Beschleunigung des Wachstums kommen mit entsprechenden Auswirkungen auf die Aktienkurse. Im Zusammenspiel mit der zunehmenden Verbreitung von Internettelefonie, Angeboten auf Basis von „nackten“ DSL-Anschlüssen, IPTV, der von uns erwarteten Marktkonsolidierung, neuen Komplettangeboten und starkem Preisdruck dürfte 2007 aus Aktienkurssicht wieder ein interessantes Jahr werden. Die anstehenden regulatorischen Entscheidungen dürften ihr Übriges dazu beitragen.

Preisrutsch im Breitband-/Festnetzmarkt erwartet

Für Bewegung dürfte nicht nur die Deutsche Telekom mit neuen Tarifen, Produkten und Marketingoffensiven sorgen, sondern in bedeutendem Umfang auch alternative DSL-Infrastrukturanbieter. Deren aggressive Netzausbaupläne sehen wir als die maßgeblichen Treiber hinter dem von uns erwarteten deutlichen Preisverfall in 2007 an. Zudem lassen die in den ersten neun Monaten 2006 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum teilweise deutlich rückläufigen Kundenzuwächse einiger Breitbandzugangsanbieter angesichts des noch bestehenden Marktwachstumspotenzials in Deutschland auf verstärkte Vertriebsaktivitäten in den kommenden Quartalen schließen – was generell nicht zur Stabilisierung der Preise beitragen dürfte.

Die erst vor wenigen Monaten lancierten Angebote auf Basis von „nack-

ten“ DSL-Anschlüssen könnten dabei für ganz neue Preispunkte sorgen und zusammen mit der weiter voranschreitenden Konsolidierung möglicherweise zu einer signifikanten Verschiebung der Kräfteverhältnisse auf dem deutschen Festnetz- und Breitbandmarkt führen. Darüber hinaus ist mit einem aggressiveren Marktauftritt von O2 und Vodafone im Breitbandbereich zu rechnen und auch bei E-Plus würde uns die Lancierung von DSL-Angeboten nicht überraschen. Dass auch die Kabelgesellschaften die Chancen auf dem Breitband-/Festnetzmarkt deutlich aggressiver als bisher angehen, dürfte ebenfalls zum Preisdruck beitragen. Zudem ist nicht davon auszugehen, dass die Deutsche Telekom diesem Trend tatenlos zusehen wird. Dementsprechend rechnen wir für das Jahr 2007 unter anderem mit der Einführung von „nackten“ DSL-Angeboten, und zwar sowohl als Vorleistungsprodukt als auch für eigene Endkundenprodukte, was ebenfalls Druck auf die Preise ausüben dürfte. So rechnen wir in diesem Zusammenhang mit der Einführung eines kombinierten Produktes aus „nackten“ DSL-Anschlüssen und Mobilfunk.

In der Tat sehen wir die Sorge, dass die Endkundenpreise zu schnell fallen und die Profitabilität hinter den Erwartungen zurückbleiben könnte, als wichtigen Grund für einige Kursrückschläge der vergangenen Monate an. Zumindest auf der Seite der Breitbandzugangsanbieter ohne eigenes Zugangsnetz dürften der neue Wholesalevertrag der Deutschen Telekom und die zunehmenden Kooperationen mit alternativen Festnetzbetreibern für

Entlastung an der Margenfront sorgen. Vor allem aufgrund des aggressiven Netzausbaus alternativer DSL-Infrastrukturanbieter sollten ISPs die DSL-Produkte zu deutlich günstigeren Konditionen als bisher einkaufen und somit die zu erwartenden Preisrückgänge besser abfangen können.

Aus regulatorischen Gründen sehen wir auf Seiten der Deutschen Telekom nach der letzten Tarifreform nur eingeschränkte preisliche Flexibilität nach unten. Damit dürften die Wettbewerber den preislichen Unterschied zu den Angeboten der Deutschen Telekom bald wieder deutlich erhöhen können und ihre Anteile am Marktwachstum steigern können. Aber auch alternative Infrastrukturanbieter dürften dank der in 2006 deutlich gestiegenen Kundenzahlen in der Lage sein, die Preise zu senken und somit die Chancen auf weiter steigende Marktanteile zu verbessern.

IPTV ist (noch) kein Selbstläufer in Deutschland

Nicht zuletzt aufgrund der Besonderheiten des deutschen Kabelfernsehmarktes dürften die Umsätze mit Triple Play-Produkten in 2007 noch in überschaubarem Rahmen bleiben. Erst das Weihnachtsgeschäft 2007 sehen wir als wichtigen Test für das Potenzial in Deutschland an und erwarten daher frühestens zu diesem Zeitpunkt die ersten klaren Impulse aus diesem Bereich auf die Aktienkurse. Obwohl IPTV auch über ADSL2+-Zugänge realisiert werden kann, messen wir dem VDSL-Netz der Deutschen Telekom und den in diesem Zusammenhang zu erwartenden Marketinganstren-

gungen im Hinblick auf die Entwicklung dieses Marktes in Deutschland eine besondere Bedeutung bei.

Mittelfristig könnte IPTV zusätzlichen Aufwind durch die mögliche Einführung von Satellitengebühren für den Empfang bestimmter bisher freiempfangbarer Fernsehsender bekommen. Diese Gebühren würden die Anzahl der „free-to-air“-Sender verringern und somit die Attraktivität von Satellitenempfang gegenüber Kabelempfang und IPTV verringern. Angesichts der im Gegensatz zu den Satellitengebühren deutlich höheren ARPU von Triple Play-Produkten, wie sie Kabel- und Telekommunikationsgesellschaften vermarkten, lohnt sich die Subventionierung der für IPTV notwendigen Settop-Boxen. Und wie wichtig die Eliminierung von Einmalkosten für den Nutzer ist, konnte man auf dem DSL-Markt eindrucksvoll beobachten.

Aktienkursimpulse durch die Bundesnetzagentur

Auch die Bundesnetzagentur dürfte für die Aktienkursentwicklung im Jahr 2007 eine nicht zu vernachlässigende Rolle spielen. Damit beziehen wir uns weniger auf die Diskussion um die Regulierung oder Nicht-Regulierung des VDSL-Netzes, da wir dort von einer Einigung zwischen den ISPs beziehungsweise Stadtnetzbetreibern und der Deutschen Telekom ausgehen. Von großem Interesse dürfte vielmehr die neue Festlegung der Preise für die Teilnehmeranschlussleitung werden, von der deutliche Signale für den Wettbewerb ausgehen dürften.

Konsolidierung als wichtiger Kurstreiber

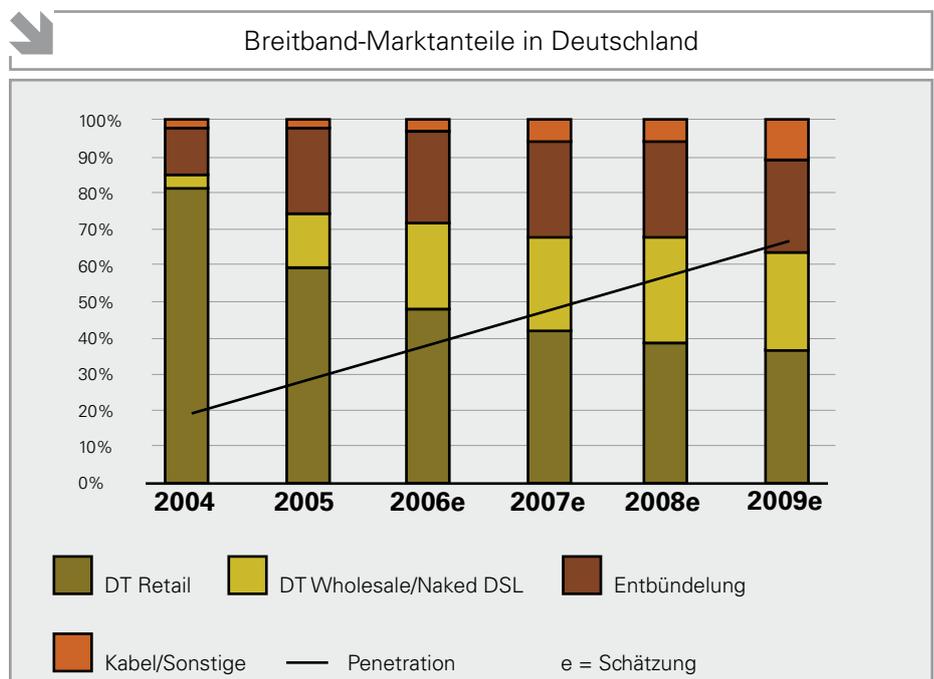
Wir sehen noch deutliches Potenzial für Konsolidierung. Diese dürfte unseres Erachtens in 2007 durch verschiedene Faktoren vorangetrieben werden, nicht zuletzt dadurch, dass der bisher noch relativ vorsichtige Markteintritt von Mobilfunknetzbetreibern wie Vodafone und O2 in 2007 deutlich an Aggressivität dazugewinnen sollte.

Angesichts der strategischen Bedeutung des Breitbandzugangsmarktes dürften die Schnäppchen aber eher selten sein. Zudem hat sich das Angebot an größeren ISPs in Deutschland bereits reduziert. Zwar gibt es noch eine Reihe von kleineren Stadtnetzbetreibern und ISPs, lediglich T-Online, United Internet, Arcor, HanseNet, freenet und Versatel haben allerdings mehr als 3 Prozent Marktanteil am deutschen Breitbandmarkt. Das dürfte für einige Unterstützung bei den Aktienkursen der möglichen Übernah-

meziele sorgen. Signifikante Übernahmeprämien lassen sich aufgrund des hohen Synergiepotenzials bei solchen Zusammenschlüssen unseres Erachtens durchaus rechtfertigen, vor allem, wenn Unternehmen involviert sind, die bereits über ein eigenes Breitbandzugangsnetz verfügen.

Zusammen mit der zunehmenden Beliebtheit von Double- und Triple Play-Angeboten dürfte sich auch die Abkehr vom reinen Internetzugangsanbietermodell fortsetzen. Angefangen bei Online-Werbung über Portaldienste bis hin zu Webhosting und nicht zuletzt der zu erwartenden Einbindung von Mobilfunkprodukten dürften andere Segmente, die bisher bei ISPs in der Bedeutung deutlich hinter den Aktivitäten im Internetzugangsbereich standen, immer wichtiger werden. Auch diese dürfte die Übernahmephantasie weiter steigern und für positive Effekte auf die entsprechenden Aktienkurse sorgen.

Quelle:
Unternehmen, Point Topic,
WestLB, Research, Schätzungen



→ Breitband darf kein Privileg der Ballungszentren bleiben!

Unter dem großen Megatrend „Mobility“ wird von Marktteilnehmern in der Telekommunikation allenthalben Mobilfunktechnologie verstanden. Dabei zeigt die gegenwärtige VoIP-Entwicklung sehr deutlich, dass mittels IP-Adressierung auch Laptops oder PDAs zu mobilen Telekommunikationsendgeräten werden und damit in direkte Konkurrenz und Ergänzung zum „klassischen“ Mobilfunk treten können. Eine wesentliche Schlüsseltechnologie für den Megatrend Mobility und die damit einhergehenden, innovativen Geschäftsmodelle wie zum Beispiel E-Business ist der Breitband-Internetanschluss. Die gegenwärtig fast 14 Mio. DSL-Kunden in Deutschland verteilen sich jedoch nahezu ausschließlich auf die großen Ballungszentren. Insbesondere in weniger dicht besiedelten Gemeinden haben die etablierten Anbieter die er-

forderlichen Investitionen im Hinblick auf eine geringe Bevölkerungsdichte und damit geringe Kundenzahl offenbar gescheut. Dabei stellen gerade diese Regionen Deutschlands in der Summe ein beträchtliches volkswirtschaftliches Marktpotenzial dar. Bezogen auf das Bundesland Bayern werden viele Geschäftsfelder – nicht nur die der Touristikbranche – ohne eine Bereitstellung breitbandiger Internetzugänge ins Hintertreffen geraten. Die Technologien Broadband Wireless Access (BWA), Wireless Local Loop (WLL) sowie WiMAX stellen hier interessante und betriebswirtschaftlich attraktive Varianten dar, auch in weniger dicht besiedelten oder geografisch anspruchsvollen Regionen Anbieter wie Kunden gleichermaßen an den Telekommunikationstrends teilhaben zu lassen.

Statement



Jürgen Pfitzner

Geschäftsführender Gesellschafter der Televersa GmbH und Televersa Online GmbH



Für viele „weiße Flecken“ auf der deutschen DSL-Karte der Hoffnungsträger: Breitband über Funk



Ralf Mikitta

Sales Director Central Europe
bei der Hughes Network
Systems GmbH



Entwicklung der Marktbereiche → Alternative Zugangstechnologien

Statement

→ **Verlässliche und kostengünstige DSL-Alternative**

Auf absehbare Zeit wird ein Großteil der bundesdeutschen Fläche nicht über die „herkömmlichen“ Technologien mit Breitband versorgt werden. Aber kein DSL bedeutet keineswegs keinen Anschluss: Die gesamte bundesdeutsche Landkarte wird schon seit Jahren durch Satellitendienste flächendeckend bedient.

Angesichts der terrestrischen Unterversorgung vieler Menschen in ländlichen Gebieten bietet sich der Breitband-Zugang via Satellit als derzeit einzige verlässliche Alternativ-Zugangstechnologie an, mit der sich auch das Problem aufgrund mangelnder Breitband-Versorgung brachliegender Gewerbegebiete lösen lässt. Damit werden viele Gemeinden in ländlichen Gebieten ihre derzeitigen Standort-Nachteile ausgleichen können.

Des Weiteren kann über die Anbindung via Satellit jeder Ort in Deutschland zu genau vorab kalkulierbaren Kosten ans Breitband angeschlossen werden. Mit den verfügbaren Bandbreiten lassen sich die individuellen

Bedürfnisse von Unternehmen und Haushalten für alle gängigen Applikationen und Anwendungen problemlos befriedigen. Da bei unseren Breitbandangeboten auch der Rückkanal über Satellit läuft, ist der oftmals teure Rückkanal über ISDN oder Ähnliches obsolet.

In diesem Zusammenhang stellt sich nicht mehr die Frage, wie lang man noch warten soll, um festzustellen, ob die aktuelle Aussage der Telekom, bis 2012 jedem Haushalt Internetanbindung anbieten zu wollen, als Wunsch oder als konkrete Zusage wahrzunehmen ist. Um es ganz klar zu sagen: In Gebieten mit niedriger Bevölkerungsdichte lohnt sich für Anbieter leitungsgebundener Zugangstechnologien der Ausbau nicht, weil die Investitionen in die dafür notwendige Infrastruktur schlicht und ergreifend zu hoch sind. Mit einer Entscheidung zugunsten Breitband via Satellit können diese Gebiete innerhalb von wenigen Wochen von einer relativ kostengünstigen, zuverlässigen Breitbandversorgung profitieren!

Mit Breitband via Satellit lassen sich Haushalte und Unternehmen kostengünstig und verlässlich versorgen



→ Es muss nicht immer DSL sein!

In über 11 Prozent aller Gemeinden gibt es immer noch überhaupt kein DSL, in weiteren knapp 17 Prozent der Gemeinden bezeichnet der Breitbandatlas die Versorgungssituation als schlecht. Mehr als die Hälfte der bundesdeutschen Fläche ist immer noch nicht an das breitbandige Internet angebunden. Das ist für diese Gebiete ein enormer Standortnachteil mit entsprechenden Auswirkungen auf wirtschaftliche Prosperität und Dynamik.

Der Breitbandatlas 2006 zeigt dabei wieder ganz deutlich, dass der Breitbandmarkt in Deutschland in Wirklichkeit ein DSL-Markt ist. 97 Prozent aller Kunden nutzen derzeit diese Zugangstechnologie. Alternative Zugangstechnologien existieren, bieten jedoch Stand heute bis auf wenige Ausnahmen keine bundesweite Versorgung. Das Angebot alternativer Zugangstechnologien ist dabei sehr unübersichtlich und nicht standardisiert. Zudem: In den meisten Fällen erlauben diese Angebote keine klare Vorabberechnung der entstehenden Investitions- und Betriebskosten.

Eine Alternative, die ohne Ausnahme bundesweite Abdeckung anbietet, standardisiert und fest kalkulierbar ist, ist die via Satellit. Dieser Technologie wurde aber in der Vergangenheit wenig Beachtung geschenkt. Dabei ist es auch wichtig, zwischen 1- und 2-Wege-Systemen zu unterscheiden, da Letztere auch den Rückkanal via Satellit realisieren. Die 2-Wege-Lösung hat daher den Vorteil, überall sofort einsetzbar zu sein und keine Einwahl in

das Internet über Modem oder ISDN zu benötigen (keine blockierte Telefonleitung). Die Übertragung der Daten ist zudem sehr sicher.

Andere bekannte alternative Zugangstechnologien sind beispielsweise

- DSL über Kabel
- WLAN, Wi-Fi, WiMax
- Powerline/DSL aus der Steckdose.

WiMAX wird vielfach als „Heilsbringer“ betrachtet, wenn es darum geht, nicht mit Breitband versorgte Gebiete „ans Netz“ zu bringen. Nachdem das Frequenz-Versteigerungsverfahren der Bundesnetzagentur mittlerweile abgeschlossen ist, wird sich beweisen müssen, wie sich diese Zugangstechnologie am Markt entwickeln wird. Aufgrund der nun nötigen Investitionen und der Versorgungsvorgaben der Bundesnetzagentur dürfte WiMax nicht die allein selig machende Lösung sein, um in absehbarer Zeit die weißen Flecken auf der bundesdeutschen Breitband-Landkarte zu kolorieren.

Gleichwohl stellen alternative Zugangstechnologien auf absehbare Zeit die einzige Möglichkeit dar, nicht Breitband-versorgte Gebiete ans Netz zu bringen und damit die dort bislang herrschenden Standortnachteile wettzumachen. Für das Segment der alternativen Zugangstechnologien darf man daher in den kommenden Monaten und Jahren mit Fug und Recht ein überdurchschnittliches Wachstum annehmen.



Matthias Kurth

Präsident der Bundesnetzagentur



➔ Neue Technologien, neue Chancen für den Wettbewerb

Die Telekommunikationsbranche bleibt einer der wichtigsten Wachstumstreiber der deutschen Wirtschaft. Dazu beigetragen hat insbesondere die weiter steigende Beliebtheit und Verfügbarkeit des Internet. Im Internetzugang liegt auch die Zukunft der TK-Branche. Dabei ist zu erwarten, dass die Trennung von Sprachtelefonie und Datenkommunikation sich mehr und mehr auflösen wird. War „Voice over IP“ vor zwei Jahren noch eine Nischenanwendung, ist sie heute für viele Unternehmen und Privatleute tägliche Praxis.

Diese Entwicklung wird einerseits von der zunehmenden Verbreitung von schnellen DSL-Anschlüssen getragen, andererseits aber auch in den Carrier-Netzen nachgebildet, in denen IP nach und nach zum Standard avanciert. Aufgabe der Bundesnetzagentur bei dieser Entwicklung ist es, dort, wo ein marktbeherrschendes Unternehmen die Leitungen beherrscht, den Wettbewerbern Zugang zu verschaffen, so dass den Verbrauchern ein möglichst breites Spektrum an Leistungen angeboten werden kann.

In diesem Zusammenhang wurde und wird viel über das VDSL-Netz der Deutschen Telekom AG diskutiert. Dabei wird die DSL-Technik vom Hauptverteiler in die Kabelverzweiger, also deutlich näher zum Kunden hin, verlegt. Die Strecke vom Hauptverteiler zum Kabelverzweiger wird als Glasfaser-Verbindung realisiert, das Endstück zum Kunden bleibt Kupfer. Über die kürzere Kupferader können gegenüber herkömmlichem DSL deutlich höhere Übertragungsgeschwindigkeiten erzielt werden.

Zwischen Telekom und Wettbewerbern ist ein Streit darüber entbrannt, ob dieses VDSL-Netz dem Wettbewerb zugänglich gemacht werden muss, oder ob es, zumindest für einen gewissen Zeitraum, von der Regulierung ausgenommen werden sollte oder dieser von vorneherein gar nicht unterfällt. Die Beantwortung dieser Frage hängt von der Bewertung ab, ob die über VDSL angebotenen Dienstleistungen aus der Sicht der Endkunden einen sogenannten „neuen Markt“ konstituieren, also aus Sicht des Verbrauchers ein Angebot darstellen, das sich in ADSL2+-Netzen nicht gleichwertig anbieten lässt.

Ob VDSL einen neuen Markt aufspannt, darüber lässt sich trefflich streiten. Seitens der Telekom werden Dienste wie hochauflösendes Fernsehen, Triple Play (TV, Telefonie und Internet über eine Leitung) und ein gegenüber dem herkömmlichen DSL deutlich erhöhter Upstream als Argumente gegen eine Substituierbarkeit von VDSL durch ADSL ins Feld geführt. Andererseits gibt es auch Triple Play-Angebote, die etwa ADSL2+ nutzen, DSL-Angebote, die bereits jetzt einen höheren Upstream als sogar VDSL erlauben, weil sie über SDSL realisiert sind. Auch hochauflösendes Fernsehen ist über ADSL möglich, es können lediglich nicht so viele Streams gleichzeitig übertragen werden wie bei VDSL.

Wie auch immer diese Frage zu entscheiden sein wird, erscheint es jedoch schon aus rein wirtschaftlichen Gründen für die Telekom Sinn zu machen, ihren Wettbewerbern freiwillig Zugang zum VDSL-Netz zu gewähren. Der

Aufbau dieses Netzes ist selbst dann, wenn die Telekom bereits vorhandene Leerrohre verwenden und sie mit Glasfaserkabeln beschießen kann, verhältnismäßig teuer. Gleichzeitig steht das VDSL-Netz mit herkömmlichem DSL, Satellitenfernsehen, DVB-T, analogem Kabel und den Triple Play-Angeboten der TV-Kabelnetzbetreiber im Wettbewerb. Die Höhe der Preise, welche die Telekom für VDSL von ihren Endkunden verlangen kann, ist deshalb begrenzt. Um so wichtiger ist es für die Telekom, möglichst schnell und möglichst kostengünstig eine hohe Penetrationsrate zu erreichen. Ein Mittel hierzu könnte der Weiterverkauf von VDSL durch Wettbewerber sein. Der Verbreitung des klassischen DSL hat Resale jedenfalls nicht geschadet.

Für viele Internetnutzer in Deutschland stellt die Diskussion um VDSL allerdings ein Luxusproblem dar, denn das Angebot ist auf wenige Großstädte beschränkt. In eher ländlich geprägten Räumen ist schon das ADSL-Angebot lückenhaft. Das Problem am weiteren DSL-Ausbau liegt in den hohen Kosten dafür, die Leitungen zu verlegen und die DSL-Technik näher zum Kunden in Gebieten mit geringer Absatzdichte zu bringen. Abhilfe schaffen könnten sogenannte „Broadband Wireless Access“-Dienste.

Broadband Wireless Access (BWA) fasst eine Gruppe von Technologien zusammen, die über Funkverbindungen mit DSL vergleichbare Datenübertragungsgeschwindigkeiten ermöglichen. Ein Aufbau von BWA-Funknetzen erfordert die Zuweisung eines Frequenzspektrums durch die Bundesnetzagen-

tur. Daher wurde bereits im Jahr 2005 ein Anlauf gestartet, um das dafür vorgesehene Spektrum im Frequenzbereich zwischen 3400 und 3600 MHz zuzuteilen. Der zunächst beschrittene Weg einer Zuteilung entsprechend individueller Bedarfe ließ sich jedoch wegen des unerwartet großen Interesses an BWA-Frequenzen nicht verwirklichen: Zwischen Dezember 2005 und Ende Februar 2006 suchten 102 Antragsteller um die Nutzung in 1221 Gebieten nach. Unter den Anträgen waren neun für eine bundesweit flächendeckende oder nahezu flächendeckende Frequenz. Das zur Verfügung stehende Spektrum reichte zur Befriedigung aller Antragsteller bei weitem nicht aus. Daher war eine Vermittlungslösung nicht mehr denkbar.

Die Bundesnetzagentur musste deshalb ein anderes Vergabeverfahren wählen: die vom Telekommunikationsgesetz (TKG) für Fälle von Frequenzknappheit vorgesehene Versteigerung der Frequenzen.

Nach einer für den Umfang des Projekts verhältnismäßig kurzen Planungsphase, bei der die interessierten Kreise gehört wurden und auch die Bundesländer über den Beirat bei der Bundesnetzagentur Einfluss nehmen konnten, sehen die aktuellen Versteigerungsbedingungen die Vergabe von Frequenzen in 28 Regionen vor. Gegenüber der ursprünglichen Planung mit nur 16 Lizenzgebieten soll die höhere Zahl von Gebieten auch kleineren Unternehmen die Teilnahme an der Versteigerung ermöglichen, da die zur Teilnahme erforderliche Kautions ebenso wie die Mindestgebote für die einzelnen Regionen verringert werden.

Die prinzipielle Festsetzung eines Mindestgebots wirkt sich nicht negativ auf die Chancen kleinerer Unternehmen bei der Versteigerung aus. Gemäß Paragraph 142 Abs. 5 TKG hat der erfolgreiche Bieter für den Fall, dass sein Gebot unterhalb der gemäß Frequenzgebührenverordnung festzulegenden Zuteilungsgebühr läge, mindestens die Zuteilungsgebühr zu entrichten. Das Mindestgebot markiert folglich lediglich das Entgelt, das ein erfolgreicher Bieter ohnehin mindestens zu zahlen hätte. Die Höhe der Mindestgebote für die Frequenzpakete in den einzelnen Regionen bewegt sich aufgrund unterschiedlicher Versorgungsflächen und Bevölkerungsdichten zwischen 100.000 und 1.800.000 Euro.

Dem Ziel einer flächendeckenden Versorgung Deutschlands mit breitbandigen Internetanschlüssen dient auch die Verpflichtung zum Netzausbau. Diese orientiert sich nicht wie bei UMTS an der Bevölkerungszahl, sondern an der Zahl der Gemeinden. Eine Orientierung an der Bevölkerungszahl hätte zur Folge haben können, dass BWA zunächst in Ballungsräumen ausgebaut wird, die ohnehin schon über eine leitungsgebundene Zugangsinfrastruktur verfügen. Dem Ziel der Flächendeckung würde damit nicht Rechnung getragen.

Die Verpflichtung zum Netzausbau sieht stattdessen vor, dass bis zum 31.12.2009 insgesamt 15 Prozent und bis 31.12.2011 sogar 25 Prozent der Gemeinden im Zuteilungsgebiet zu ver-

sorgen sind. Diese Verpflichtung stellt einen Kompromiss zwischen dem Wunsch, möglichst schnell eine möglichst flächendeckende Verfügbarkeit von BWA-Diensten zu erreichen, und den wirtschaftlichen Notwendigkeiten, insbesondere den Kosten des Netzaufbaus, dar. Es kann davon ausgegangen werden, dass bei einer Verpflichtung von vier Anbietern zum Anschluss von einem Viertel der Gemeinden in einem Versorgungsgebiet der Anteil der von mindestens einem Anbieter versorgten Gemeinden deutlich über 25 Prozent liegen wird. Im Ergebnis wurden die Vergabebedingungen so flexibel wie möglich gestaltet, um auch künftigen technologischen Entwicklungen gerecht zu werden.

Niemand kann mit Sicherheit vorhersagen, wie sich das Verhältnis der Festnetzzugänge zu den funkgestützten Breitbandzugängen in den nächsten Jahren entwickeln wird. Daher wollen wir in Deutschland die Kreativität der Unternehmen mobilisieren und die Auswahlmöglichkeiten der Kunden verbessern. Die Vergabe der Frequenzen trägt zu Innovationen und wirksamem Wettbewerb bei, die für die Verbraucher eine größtmögliche Auswahl an Dienstleistungen zu angemessenen Preisen gewährleisten. Alternative funkgestützte Zugangstechnologien, wie sie auch bei BWA zum Einsatz kommen, können vor diesem Hintergrund einen maßgeblichen Beitrag zur besseren Breitbandpenetration in Deutschland leisten.

Statement

→ Schwache Regulierung gefährdet

Wettbewerb im Breitband-Markt für Geschäftskunden

Auch im Jahr 2006 war die Regulierung durch die Bundesnetzagentur (BNetzA) viel zu schwach, wurde dem Ex-Monopolisten Deutsche Telekom vor allem im Breitband-Markt für Geschäftskunden das Spiel um Marktanteile viel zu leicht gemacht. Zwar kann man die seit September vorliegende Regulierungsverfügung der BNetzA zum Vorleistungsprodukt IP-Bitstrom als positives Signal für den Wettbewerb im Breitband-Massenmarkt werten. Gleichzeitig blieben die Forderungen der auf Geschäftskunden spezialisierten Wettbewerber wie COLT Telecom ungehört, eine entsprechende Verfügung bei dem für Unternehmen so wichtigen ATM-Bitstrom-Zugang durchzuführen (ATM = Asynchronous Transfer Mode). Nur auf der Basis einer solchen Verfügung können die DSL-Wettbewerber eigene, innovative Breitbandangebote wie qualitativ hochwertige IP-Telefonie oder Videokonferenzen für Geschäftskunden bundesweit zur Verfügung stellen.

Porsche mit Mopedmotor

Bei dem im Entwurf vorgesehenen ATM-Bitstromzugang fehlen die verbindlichen Qualitäts-Parameter, mit denen die Anbieter die im Geschäftskundenumfeld üblichen definierten Bandbreiten und Verfügbarkeits-Level sowie die mit ATM mögliche Priorisierung von Echtzeitanwendungen gewährleisten. Denn der ATM-Zugang ist gleichsam der Porsche unter den Breitband-Produkten, da er mit seiner Echtzeitfähigkeit und Verfügbarkeit auch die Anbindung von unternehmenskritischen Anwendungen ermöglicht, so zum Beispiel SAP-An-

wendungen, Börseninformationssystemen oder Videokonferenzlösungen. Ohne Echtzeitfähigkeit und sonstige Qualitätsparameter dagegen ist der ATM-Bitstrom ein Porsche mit Mopedmotor und insbesondere wegen der fehlenden Zuverlässigkeit für die gewünschten Anwendungsmöglichkeiten völlig unbrauchbar. Ein bundesweites Angebot professioneller Breitband-Dienste setzt einen qualitativ hochwertigen ATM-Netzzugang voraus.

Der Streit um die Öffnung des Breitbandnetzes der Telekom für Wettbewerber und die geradezu absurde Debatte über „Regulierungsferien“ beim neuen VDSL-Netz müssen aus diesem Grund nun ein Ende haben. Die Erfahrungen im Ausland zeigen, dass nur funktionierender Wettbewerb günstigere Preise für die Breitband-Nutzung schafft und gleichzeitig neue, innovative Dienste hervorbringt. Daher ist es wichtig, endlich Nägel mit Köpfen zu machen und Wettbewerbern sowohl für den Privatkunden- als auch für den Geschäftskundenmarkt freien Zugang zum Netz der DTAG zu geben.

Während solche Dienste in den anderen 12 europäischen Ländern, in denen COLT tätig ist, bereits angeboten werden und hier Geschäfte mit erheblichem Umsatz möglich sind, hat Deutschland im europäischen Vergleich eine traurige Ausnahmestellung. Einem international tätigen Anbieter wie COLT wird es unnötig schwer gemacht, einheitliche Angebote mit gleichen Service-Parametern für alle seine Geschäftskunden in Europa anzubieten.



Dr. Bernd Huber

Mitglied der Geschäftsführung
der COLT Telecom GmbH

Bilanz

→ DSL etabliert sich dank Wettbewerb

Wettbewerb macht's möglich – DSL zieht in die Haushalte ein und etabliert sich.

Wir erinnern uns noch alle, als eine neue Technologie die Kommunikation eroberte und sich rasend schnell, wie noch keine andere Innovation zuvor als Massenmedium etablierte: das Internet. Nutzte man es in den ersten Jahren ausschließlich zur Information und zum Austausch von Nachrichten per E-Mail, revolutioniert das Internet knapp zwanzig Jahre später erneut die Kommunikationslandschaft. In Form von DSL etabliert es sich zunehmend zum Kommunikationsmedium schlechthin. So deutete sich bereits im Jahr 2005 an, dass das Geschäft mit den schnellen DSL-Anschlüssen in Fahrt kommt und die IP-basierte Telefonie eine der treibenden und beliebtesten Anwendungen ist. Grundlage für die Konvergenz ist ein Anschluss beispielsweise auf Basis von ADSL2+, der mit hohen Bandbreiten alle aktuellen Anwendungen wie Sprache, TV oder auch Video-on-Demand ermöglicht. Mit zunehmender Verbreitung erleben wir 2006 einen wahren Boom im DSL-Geschäft. Dank der steigenden Verfügbarkeit der hochbreitbandigen Anschlüsse und den daraus resultierenden attraktiven Angeboten schalten immer mehr Haushalte nicht nur auf Breitband um, sondern auch ihre herkömmliche Festnetzverbindung ab und wechseln zu einem alternativen Anbieter. Dort nutzen sie attraktive, IP-basierte Komplettangebote für den Zugang zu Internet und Telefonie. Kunden profitieren von konvergenten Bündel-Angeboten bei einer Qualität und Funktionalität, die das

klassische Festnetz teilweise schon übertrifft. Mit wachsenden Bandbreiten der DSL-Anschlüsse lassen sich heute auch äußerst datenintensive Anwendungen wie Fernsehen und Video über das Breitbandnetz realisieren und müssen nicht mehr über separate Leitungen laufen. Seit Mitte des Jahres belebt sich entsprechend auch der Triple Play-Markt. Erste Angebote verschiedener Anbieter deuten an, dass das Geschäft mit Multimedia im nächsten Jahr stark anziehen wird.

Die Basis für die erfolgreiche Entwicklung schafft die konsistente Regulierungspolitik der Vorleistungsprodukte der letzten beiden Jahre. Insbesondere die Absenkung der Gebühren für die Vorleistungsprodukte TAL und Line Sharing zeigten ihre Wirkung. Alternative Anbieter tätigen hohe Investitionen in den Ausbau ihrer Infrastruktur und beleben mit differenzierten Angeboten den Markt.

Alle Ampeln stehen auf grün, dass sich der Markt im kommenden Jahr ähnlich rasant weiterentwickelt und insbesondere das Geschäft mit konvergenten Angeboten wie Triple Play richtig durchstartet. Allerdings wird diese Dynamik und Innovation nur durch faire Wettbewerbsbedingungen für alle Anbieter sichergestellt. Neben einer fairen Bepreisung ist die diskriminierungsfreie Bereitstellung aller Vorleistungen zu gewährleisten. Das aktuell diskutierte Standardangebot ist neben den Preisen für die Vorleistungen ein wesentlicher Bestandteil, den Marktmissbrauch der Telekom zu unterbinden und Deutschland im europäischen Vergleich vom Mittelfeld an die Spitze zu bringen.

Statements

→ Rasantes Wachstum bei DSL-Anschlüssen

DSL etabliert sich immer mehr und zieht in die Haushalte ein. Aktuell wächst der Markt der DSL-basierten Breitbandanschlüsse so rasant wie nie zuvor und wir rechnen mit einem Zuwachs von fünf Mio. Teilnehmern im Jahr 2006. Besonders erfreulich dabei ist, dass nunmehr der Marktanteil der alternativen Anbieter signifikant steigt. Möglich wird dies einmal durch verbesserte, wettbewerbsfördernde Bedingungen für alternative Infrastrukturen. So wirken sich die 2005 festgesetzten Gebühren für TAL und die Zugangsbedingungen, die nun auch Wettbewerb auf Basis von Line Sharing erlauben, positiv auf die Marktentwicklung aus. Verbunden mit der Möglichkeit, nun differenzierte Angebote für Kunden realisieren zu können, resultieren daraus hohe Investitionen in den Ausbau der eigenen Infrastruktur. Der Wettbewerb hat sich deutlich belebt. Endkunden profitieren heute von attraktiven Preisen

sowie unterschiedlichsten Angeboten und Anwendungen, die zum Beispiel die rasante Internet-Technologie ADSL2+ mit sich bringt.

Allerdings kann sich die derzeit am Markt vorherrschende Dynamik und Innovationskraft nur in ähnlichem Tempo entwickeln, wenn wir weiter von einer konsequenten und konsistenten Regulierung ausgehen können und alle Versuche der Telekom, ihre Marktmacht zu missbrauchen, verhindert werden. Die 2006 geforderten Regulierungsferien der Deutschen Telekom für den Ausbau ihres VDSL-Netzes wären ein glatter Rückschritt in alte monopolistische Zeiten. Der lange Zeit so nicht mögliche und gerade in Schwung gekommene Wettbewerb sowie die damit einhergehenden Investitionen der alternativen Anbieter würden wieder ausgebremst werden.

→ Der TK-Markt verlangt neue Services

Auch weiterhin bleibt die Entwicklung von Marktstrukturen und Marktgeschehen in der TK-Welt spannend, innovativ und herausfordernd. Zugangslösungen wie xDSL und VDSL werden sich weiter verbreiten. Doch die Dienstleistungen sind nach wie vor im Stadium der Optimierung oder befinden sich noch in den Kinderschuhen. Ungeachtet der möglichen, jeweils tragfähigen Ergebnisse aber lässt sich eine Strukturveränderung voraussagen, die vom Markt – genauer: von Endnutzern und deren Dienstleistern – selbst ausgehen wird. Zum Beispiel: Neue Verfahren erfordern neue Sicherheitsgarantien.

Und neue Nutzungsfülle schafft Bedarf an flexiblen, kostengerechten, individuellen Nutzungsarten – also auch Geschäftsbeziehungen. Darum wird es neue Verfahren zur Sicherung von Nutzern und Anschlüssen (wie etwa GeoVIPA) geben. Und darum werden neue Servicepartner auftreten. Etwa solche, die sich auf die Abrechnung von Mehrwertdiensten spezialisieren – maßgerecht für jeden Typus von Anbieter, jede Verfahrensart und Angebotsgestaltung. Diensteanbieter des VNB-/SP-Bereichs dürften sich zu ISP-/SP-Dienstleistern wandeln. Der Markt wird reicher.



Dr. Alwin Mahler

Vice President Strategy der
Telefonica Deutschland GmbH



Olaf Pauls

Geschäftsführer der
Comquent GmbH

Bilanz

→ ITK-Markt bleibt innovativ

Der ITK-Markt bleibt bestimmt von Innovationen – am intensivsten in dezentralen Servicebereichen.

Internetzugang

Vor allem die Zugangsdienste wandeln sich dynamisch weiter. Keyplayer und Reseller vermarkten jetzt verstärkt xDSL-Zugänge (auch VDSL), mit hoher Akzeptanz bei den Endkunden. Die Fußball-WM 2006, von der Telekom für intensive xDSL-Werbung genutzt, hat die Verbreitung dieser Dienste begünstigt. Dennoch stößt sie vorerst an Grenzen – begründet durch wachsende Bandbreiten-Anforderungen. Von flächendeckender Versorgung kann deshalb noch keine Rede sein.

Bitstream-Access

Alle Trendindikatoren weisen aus, dass sich der Zugang zur entbündelten Dienstleistung durchsetzen wird. Einzelne Endverbraucher nutzen DSL bereits als Exklusivanschluss, obwohl die Technologie in der Telefonie nur für NGN und VoIP verwendbar ist. Besonders lebhaft wird sich der Bitstream-Access in den klassischen ISIS-/OPAL-Bereichen entfalten. Um auch hier xDSL bereitstellen zu können, hat die T-Com begonnen, Glasfaser mit Kupfer zu überbauen. Ein aufwendiges Verfahren. Man darf gespannt sein, welches Modell die BA-Ausbreitung bestimmen wird.

VoIP

Die Durchsetzung dieses neuen Dienstes erscheint unaufhaltsam – trotz drängender Restprobleme. Dringlich bleibt eine marktweite Harmonisierung von Notrufkonzepten. Insellösungen müssen durch universelle Netz-Kompatibilitäten überwunden werden. Nicht zuletzt ist eine Sicherheitsgarantie für A-Rufnummern gefordert. Bisherige Defizite, die einige Festnetzbetreiber unlängst zu Interventionen in den Fachgremien trieben, haben den AKNN intensiv beschäftigt. Inzwischen erhebt sich am TK-Markt auch die Frage nach Mehrwertdienste-Gasen. Wegen der Probleme um A-Rufnummern sollen Mehrwertdienste für die NGN zunächst ausgeschlossen bleiben.

Bedürfnisse des Marktes und technische Möglichkeiten weisen auf weitere Veränderungen. Zum Beispiel auf neue Sicherungsverfahren für Endnutzer und Zugänge. Oder auf die Gründung von Clearinghäusern für zukunftsorientierte Abrechnungsverfahren. Damit werden sich auch die Schwerpunkte des Marktgeschehens verlagern – und die Profile von Dienstleistern verändern. So betrachtet, war 2006 ein Jahr des Aufbruchs von unten. Seine Wirkungen werden die kommenden Jahre prägen.

Der Switch vernetzt verschiedene Standorte auch mit xDSL



→ Fakten zur Wettbewerbs- und Regulierungsrealität im deutschen Telekommunikationsmarkt

Seit einigen Jahren verliert die Deutsche Telekom (DT) in ihrem Heimatland bei Schmalband-Festnetzanschlüssen und bei aus Festnetzen abgehenden Telefonverbindungen Marktanteile – und zwar sowohl bei mengen- als auch bei umsatzbezogener Betrachtung. Eine solche Entwicklung ist in einer Situation, in der Wettbewerb in ein ehemaliges Monopolgeschäft eingeführt wird und ein Ausgangsmarktanteil des Ex-Monopolisten (Incumbent) um die 100 % vorliegt, allerdings nicht überraschend, sondern normal. Gerade im ersten Halbjahr 2006 hat die DT verstärkt kommuniziert, dass sie vor allem im Festnetzgeschäft in Deutschland – infolge unverhältnismäßig harter Regulierungseingriffe – mit einer dramatischen Erosion ihrer Marktposition konfrontiert sei. So wurde gegenüber der Presse gern auf einen Verlust von einer Mio. DT-Festnetzkunden allein im ersten Halbjahr verwiesen, um zu verdeutlichen, wie prekär die eigene Geschäftssituation vor allem im Festnetzgeschäft in ihrer Heimat sei.

Wir haben diese Behauptungen der DT im September 2006 intensiv an den Fakten gespiegelt – und sind dabei zu anderen Ergebnissen gelangt.

1. Starke Festnetzposition der Deutschen Telekom im Inland

Dem Halbjahresbericht des DT-Konzerns zum 30.06.2006 ist zu entnehmen, dass sich die Zahl der schmalbandigen Telefonstandardanschlüsse bzw. ISDN-Telefonanschlüsse in Deutschland im ersten Halbjahr 2006 um 0,6 Mio. bzw.

0,4 Mio. verringert hat. Die DT-Verluste bei den Festnetzanschlusskunden im Heimatland fallen im ersten und zweiten Quartal 2006 mit jeweils insgesamt 0,5 Mio. etwa gleich hoch aus. Von einer Beschleunigung der Kundenabwanderung kann innerhalb dieses Zeitfensters insoweit also nicht die Rede sein.

Lukratives Resale-Geschäft

Im gleichen Zeitraum konnte die DT in ihrem Heimatmarkt die Zahl ihrer Breitbandanschluss-Endkunden um 0,2 Mio. sowie ihrer Breitbandanschluss-Resale-Kunden um 0,9 Mio. erhöhen. Damit wird die Entwicklung der Wettbewerbsposition der DT bei Festnetzanschlüssen im Inland auch in jüngster Zeit von zwei sich hinsichtlich ihrer Umsatz- und Profitabilitätsfekte weitgehend egalisierenden Veränderungen bestimmt: Die Größe der Kundenbasis bei Festnetzanschlüssen geht einerseits zurück, andererseits nimmt im gleichen Segment die Qualität der Kundenbasis infolge einer Migration der verbleibenden direkten und indirekten Kunden zu höherwertigen Breitbandanschlüssen zu. In diesem Zusammenhang ist zu beachten, dass DSL-Nutzer, die ihren Breitbandanschluss zwar direkt von einem Reseller, aber indirekt noch weiter von der DT beziehen, für den Incumbent betriebswirtschaftlich durchaus attraktiv bleiben. Die Reseller haben nämlich bis Ende Mai 2006 ca. 88,5 % und seither etwa 80 % der Netto-Endkundenumsätze mit DSL-Anschlüssen an die DT „durchgereicht“. Der Ex-Monopolist kann zudem bei seinen indirekten DSL-Kunden profitabilitätserhöhende Kostenersparnisse infolge



Professor Dr. Torsten J. Gerpott

Lehrstuhl Unternehmens- und Technologieplanung, Schwerpunkt Telekommunikationswirtschaft, Universität Duisburg-Essen

nicht mehr vorzuhaltender Kundenbetreuungskapazitäten und wegfallender Endkundenabrechnungen erzielen.

Hohe Umsatzremanenz auch bei Kundenverlust

Auch bei Anschlusskunden, die komplett zu alternativen Festnetzcarriern wechseln, hat eine Analyse der Wettbewerbspositionsveränderung der DT zu berücksichtigen, dass mehr als die Hälfte der Umsätze, die der Incumbent bislang mit solchen Kunden generiert hat, bei ihm verbleiben dürfte (s. Abb. 1). Grund hierfür ist, dass ein großer Teil der bisherigen Endkundenumsätze der DT ihr wieder über Umsätze mit Vorleistungen, die sie Wettbewerbern zur Verfügung stellt,

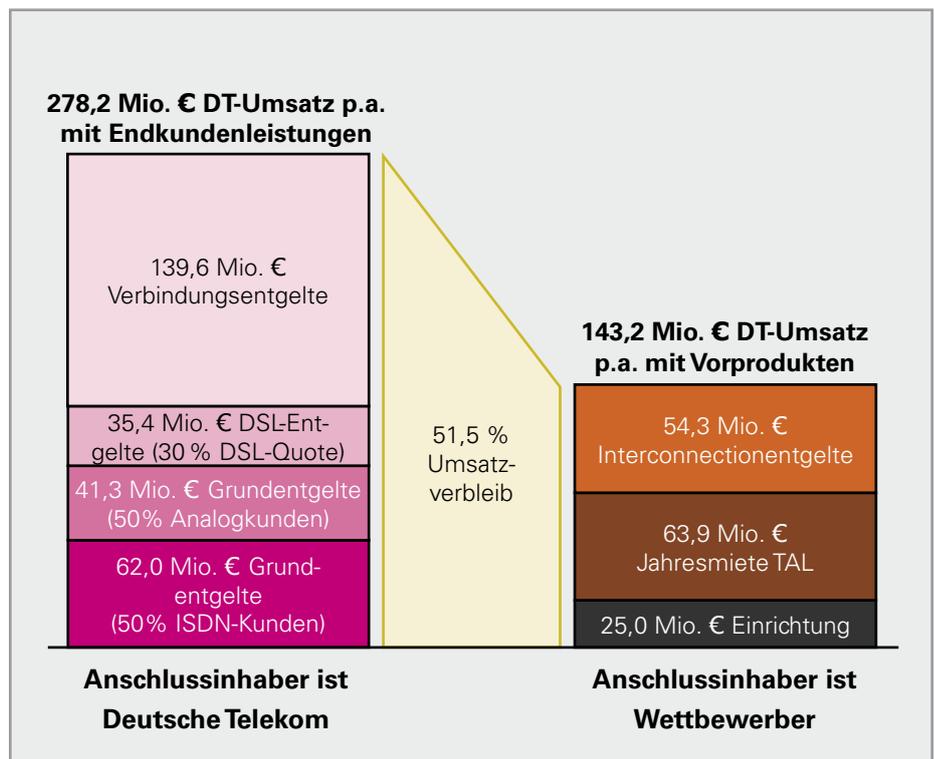
zufließt. Die Profitabilitätseinbuße durch die komplette Abwanderung von DT-Anschlusskunden zu alternativen Carriern dürfte noch deutlich unter der in Abbildung 1 ausgewiesenen Umsatzverlustquote liegen, da die DT ja durch den Kundenwechsel erhebliche Kundenbetreuungs-, Fakturierungs- und Inkassokosten sparen kann.

Angesichts dieser Relativierung der Umsatz- und Gewinneinbußen der DT durch das Wachstum der Zahl der indirekt abgesetzten DSL-Anschlüsse sowie den Verlust von Festnetzanschlusskunden im Heimatmarkt verwundert es auch nicht, dass die EBITDA-Marge¹ des Geschäftsfeldes Breitband/Festnetz der DT in Deutsch-

Abb. 1: Jährliche Umsatzremanenz bei der Deutschen Telekom bei komplettem Wechsel von beispielhaft 0,5 Mio. Festnetzanschlusskunden zu alternativen Anschlussnetzbetreibern^{a)}

Quelle:
DIALOG CONSULT/VATM-Analysen
und -Prognosen

a) Kalkulationsannahmen: Wechsel von 0,5 Mio. DT-Anschlüssen zu Wettbewerbsunternehmen; 400 Verbindungsminuten pro Monat und Kunde zu DT-Call-Plus-Preisen, davon 45 % City, 45 % Fern, 5 % Mobil, 3 % Ausland und 2 % IN, Tag-/Nacht-Verteilung von 50%:50%; DT-DSL-Option bei 30% der Anschlüsse (22,79 € p.M.); 50 %:50 % DT-Analog-/ISDN-Anschlüsse mit Monatsmieten von 13,75/20,65 € (netto); Interconnectionentgelte Stand August 2006 mit Verteilung wie oben; Monatsmiete der Teilnehmeranschlussleitung (TAL) beträgt 10,65 €; einmaliges TAL-Einrichtungsentgelt von durchschnittlich 200 €, verteilt auf 4 Jahre.



land sich im ersten Halbjahr 2006 mit 37,4% gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum gerade einmal um 0,2 Prozentpunkte verringert hat. Die Ergebnisse dieses Geschäftsfeldes in Deutschland tragen also auch in der jüngsten Vergangenheit erheblich zur Profitabilität des Gesamtkonzerns bei.

DT verdient in Deutschland höhere Margen als im Ausland

Vergleicht man die EBITDA-Margen des DT-Geschäftsfeldes Breitband/Festnetz im Inland mit denen, die das Geschäftsfeld im Ausland (Ungarn, Slowakei, Kroatien, Mazedonien, Montenegro) erzielt, so stellt man zweierlei fest:

1. Im ersten Halbjahr 2006 überstieg die EBITDA-Marge von 37,4% im Inland die im Ausland um 6,1 Prozentpunkte.
2. Die EBITDA-Marge im Ausland lag im ersten Halbjahr 2006 mit 31,3% um 4,6 Prozentpunkte unter der Marge im gleichen Vorjahreszeitraum.

Demnach wurde in der Tat der DT-Geschäftsverlauf im ersten Halbjahr 2006 „von unterschiedlichen Entwicklungen im In- und Ausland geprägt“², aber anders, als die DT es zu kommunizieren versuchte. Die Profitabilitätsentwicklung des ausländischen DT-Festnetzgeschäftes stellt sich nämlich schlechter dar als die entsprechende Entwicklung im Inland. Ähnliche Beobachtungen zur relativen Qualität des Inlands- versus Auslandsgeschäftes der DT lassen sich auch für den Mobilfunk als das umsatzstärkste Geschäftsfeld des DT-Konzerns machen.

So lag die EBITDA-Marge von T-Mobile Deutschland im ersten Halbjahr 2006 bei 39,4%, die entsprechende Marge von T-Mobile USA dagegen nur bei 28,4%. Bankanalysten geben die Rendite auf das eingesetzte Kapital für das DT-Mobilfunkgeschäft in Deutschland im ersten Quartal 2006 mit 10,7 % an, während sich die entsprechenden Kapitalrenditen für die ausländischen Mobilfunktochter der DT in Westeuropa nur zwischen 1,7% (T-Mobile Niederlande) und 5,8% (T-Mobile Österreich) bewegen.³

Gescheiterte Auslandsengagements als Hauptgrund für Gewinnwarnung

Alles in allem sind die Wettbewerbspositionsveränderungen der DT im Festnetzgeschäft in Deutschland in jüngster Zeit weniger dramatisch als es auf den ersten Blick erscheint. Die EBITDA-Margen im inländischen Festnetz- und Mobilfunkgeschäft überstiegen auch im ersten Halbjahr 2006 die Margen der jeweiligen DT-Geschäftsfelder außerhalb Deutschlands. Demnach wird die aktuelle betriebswirtschaftliche Position des DT-Gesamtkonzerns zu einem erheblichen Teil davon geprägt, dass es dem Unternehmen nicht gelungen ist, dem eigenen Anspruch gerecht zu werden „sich zu einem Weltcarrier mit Fokus auf die Wachstumsregionen Asien, Europa und Nordamerika zu entwickeln“⁴ Nicht die Wettbewerbsintensität im deutschen TK-Markt ist überraschend, sondern das Ausmaß, in dem es der DT nicht gelungen ist, „seit 1995... ihr Geschäft über die Grenzen Deutschlands hinweg auf internationaler Ebene [profitabel] zu betreiben“⁵

2. TK-Regulierungsintensität in Deutschland im europäischen Vergleich eher niedrig

Die DT wiederholt seit Langem die These, dass insbesondere die (vermeintliche) Erosion ihrer Festnetzmarktposition in Deutschland durch in hohem Ausmaß wettbewerberzuträgliche Eingriffe der Bundesnetzagentur in die unternehmerische Freiheit des regulierten Unternehmens verursacht werde. So wurde etwa der frühere DT-Vorstandsvorsitzende Kai-Uwe Rieke mit der Aussage zitiert, dass im deutschen DSL-Markt regulierungsbedingt „paradiesische Zustände für... Wettbewerber [herrschen]“⁶ würden. Konkrete empirische Belege dafür, dass (1) sich der TK-Markt in Deutschland insbesondere im Festnetz-, aber auch im Mobilfunkbereich durch eine im EU-Vergleich besonders wettbewerbsfreundliche Regulierung auszeichnet und (2) die eigene Festnetz-wettbewerbsposition in Deutschland im EU-Vergleich (regulierungsbedingt) herausragend schlecht ist, bleibt die DT aber ebenso regelmäßig schuldig wie sie diese These wiederholt.

EU-Kommission kritisiert deutsche Regulierungspolitik

Versucht man derartige Belege aus dem länderbezogenen Band I des Anhangs des 11. EU-Kommissionsberichtes „European Electronic Communications Regulation and Markets 2005“ vom 20.02.06 abzuleiten, so stellt man bei der Durchsicht der entsprechenden Ausführungen (s. S. 102-109) zu Deutschland fest, dass die Kommission keineswegs die Meinung vertritt, dass in Deutschland eine besonders

wettbewerbszuträgliche TK-Regulierungspolitik anzutreffen ist, sondern vielmehr „doubts“ dahingehend äußert, ob die gesetzlichen Vorschriften den sektorspezifischen EU-Rahmenvorgaben zur Wettbewerbsförderung entsprechen.

Deutschland mit mäßiger regulatorischer Effektivität

Eine von Jones Day und SPC Network veröffentlichte Bewertung der Wettbewerbszuträglichkeit der TK-Regulierung in 16 EU-Staaten am Stichtag 31.08.2005 kommt sogar zu dem Schluss, dass die regulatorische „effectiveness“ in Deutschland im Hinblick (1) auf die allgemeinen Machtgrundlagen des Regulierers, (2) die Bewältigung von Streitfragen, (3) die allgemeinen Marktzugangsbedingungen und (4) die Regulierungsanwendung beim Zugang zu (a) schmalbandigen Sprachtelefoniediensten, (b) Breitbanddiensten, (c) Mietleitungen jeweils in Festnetzen und (d) Mobilfunkdiensten als eher niedrig ausgeprägt zu klassifizieren ist.⁷ Der deutschen TK-Marktregulierung wird nur eine Effektivitätspunktschuldsumme von 220 Punkten bei maximal möglichen 518 Punkten zugeordnet. Lediglich Griechenland weist mit 218 Punkten einen niedrigeren „effectiveness score“ auf als Deutschland. Die drei Länder mit der höchsten Wettbewerbszuträglichkeit der TK-Regulierung erreichen Punktwerte von 349 (Frankreich) über 398 (Dänemark) bis hin zu 440 (Großbritannien), die um 59% bis 100% über den Werten für Deutschland liegen.⁸

Auch andere internationale TK-Regulierungsvergleichsstudien kommen übereinstimmend zu dem Ergebnis, dass der TK-(Festnetz-)Markt in Deutschland keineswegs durch überdurchschnittlich wettbewerberfreundliche rechtliche Regulierungsbedingungen und praktische Reguliererentscheidungen gekennzeichnet ist.⁹ Diese Einschätzung lässt sich leicht durch einige Beispiele zur Evolution des deutschen TK-Regulierungsrahmens illustrieren:

- In Deutschland wurde erst im Jahr 2003, also mehr als fünf Jahre nach der Festnetzmarktöffnung für Wettbewerb Anfang 1998, die fallweise Auswahl oder dauerhafte Voreinstellung von Festnetzbetreibern für ortsnetzinterne Verbindungen auf Drängen der EU-Kommission eingeführt.
- In Deutschland dauerte es bis Mitte 2004, bis es den DT-Wettbewerbern ermöglicht wurde, im Wege des Resale in das DSL-Anschlussgeschäft einzutreten.
- In Deutschland dauerte es bis zum 01.11.2002, bis die Portabilität der Rufnummern von Mobilfunkkunden eingeführt wurde.
- In Deutschland dauerte es bis zum 23.11.2006, bis erstmals eine Ex-ante-Preisregulierung für Terminierungsleistungen in Mobilfunknetzen vorgenommen wurde.

Deutsche Regulierungsvorgaben keineswegs besonders wettbewerbsfreundlich

In ähnlicher Weise gilt, dass auch die praktische Ausfüllung des TK-Regulierungsrahmens in Deutschland durch Entscheidungen der Bundesnetzagentur keineswegs durch ein im EU-Ver-

gleich herausragendes Maß an Wettbewerberfreundlichkeit zu Ungunsten der DT erfolgt. Beispielsweise geht aus EU-Analysen hervor, dass die Preisvorgaben der Bundesnetzagentur für die DT-Interconnection-Leistungen Festnetzverbindungsannahme und -abschluss in den Tarifzonen „Local“, „Single Transit“ und „Double Transit“ sich im Oktober 2005 durchweg um den Durchschnittswert der entsprechenden Regulierungsvorgaben in den 15 Kernstaaten der EU bewegten.¹⁰ Ebenso lagen die vom deutschen TK-Regulierer entschiedenen monatlichen Preise, die Wettbewerber seit April 2005 als Miete für eine Teilnehmeranschlussleitung (TAL) der DT an den Incumbent zu zahlen haben, im Oktober 2005 etwas über dem Durchschnitt der vergleichbaren Regulierungsvorgaben in den anderen EU-Staaten.¹¹

Insgesamt deuten somit sowohl international vergleichende Analysen des TK-Regulierungsrahmens verschiedener Autoren als auch Fallbeispiele von praktisch überdurchschnittlich bedeutsamen Regulierungsentscheidungen der Bundesnetzagentur relativ zu Vorgaben von TK-Regulierern in anderen europäischen Ländern eindeutig darauf hin, dass die DT vor allem in ihrem Festnetzgeschäft im Inland keineswegs durch eine besonders wettbewerberzuträgliche und hohe Regulierungsintensität gehandicapt wird.

3. Starke Wettbewerbsposition der Deutschen Telekom in Deutschland im Vergleich zu anderen europäischen Incumbents

Unabhängig von Ursachenanalysen

für die aktuelle Marktposition der DT im inländischen Festnetzgeschäft wird in der Presse häufig der Eindruck vermittelt, dass diese Position sich als äußerst „dramatisch“ darstellt.¹² Ein Ansatz zur Überprüfung der Berechtigung dieses Eindrucks besteht darin, die Ausprägungen von Marktpositionsindikatoren für das inländische Festnetzgeschäft bei der DT entsprechenden Indikatorwerten von Incumbents in anderen (EU-)Staaten gegenüberzustellen.

DT nach wie vor in vielen Bereichen marktbeherrschend

Nimmt man einen entsprechenden Vergleich für aus Festnetzen abgehende Sprachtelefon- und Internetzugangsverbindungen vor, so zeigen EU-Analysen, dass die DT hier Ende 2004 auf Umsatzbasis noch über einen Inlandsmarktanteil von 57% verfügte. Ähnlich hohe Marktanteile wiesen zu diesem Zeitpunkt auch die jeweiligen Incumbents in Dänemark, Großbritannien, Österreich und Schweden auf.¹³ Angesichts der historischen Marktanteilsveränderungstrends dürfte der entsprechende Marktanteil der Incumbents bis zum ersten Halbjahr 2006 gleichermaßen in Deutschland wie auch in den anderen vier oben genannten Ländern nach 8,5 Wettbewerbsjahren auf knapp unter 50% gesunken sein. Relativ zu Incumbents in anderen EU-Staaten ist damit die Marktposition der DT bei Umsätzen mit aus Festnetzen abgehenden Verbindungen zwar als unterdurchschnittlich, aber keinesfalls als herausragend schlecht einzustufen. Bei der Würdigung dieses Befundes ist zu beachten, dass (1) die Umsatz-

bedeutung minutenabhängiger Entgelte für aus Festnetzen abgehende Verbindungen zukünftig infolge des Vordringens von minutenunabhängig angelegten Pauschal-/Optionstarifen zugunsten anschlussbezogener Preiskomponenten/Umsätze zurückgehen wird¹⁴ und (2) der DT-Inlandsmarktanteil bei Verbindungsumsätzen infolge einer Klassifikation von „eigentlich“ verbindungsbezogenen Entgelten als Anschlussentgelte/-umsätze unterschätzt werden könnte.

Angeblich ruinöser Preiswettbewerb in Deutschland empirisch nicht belegbar

Das DT-Geschäft mit aus ihrem Festnetz abgehenden Sprach- und Interneteinwahlverbindungen wird in seiner Attraktivität nicht durch ein im EU-Vergleich herausragend niedriges Minutenpreinsniveau beeinträchtigt. So weisen die Festnetzverbindungspreisvergleiche der EU-Kommission sowohl bei kundengruppenbezogenen Betrachtungen (Privat- versus Geschäftskunden) als auch bei verbindungsstypbezogenen Analysen (Orts-, Fern-, Auslands-, Mobilfunknetzverbindungen) für Deutschland bzw. die DT Ende 2005 von ihrer Höhe her zumeist im Mittelfeld der EU-Staaten liegende Minutenentgelte aus.¹⁵ Diese Ergebnisse widersprechen der Vermutung, dass die DT im Inland bei aus Festnetzen abgehenden Verbindungen mit einem im internationalen Vergleich überdurchschnittlichen (ruinösen) Preiswettbewerb konfrontiert sein könnte.

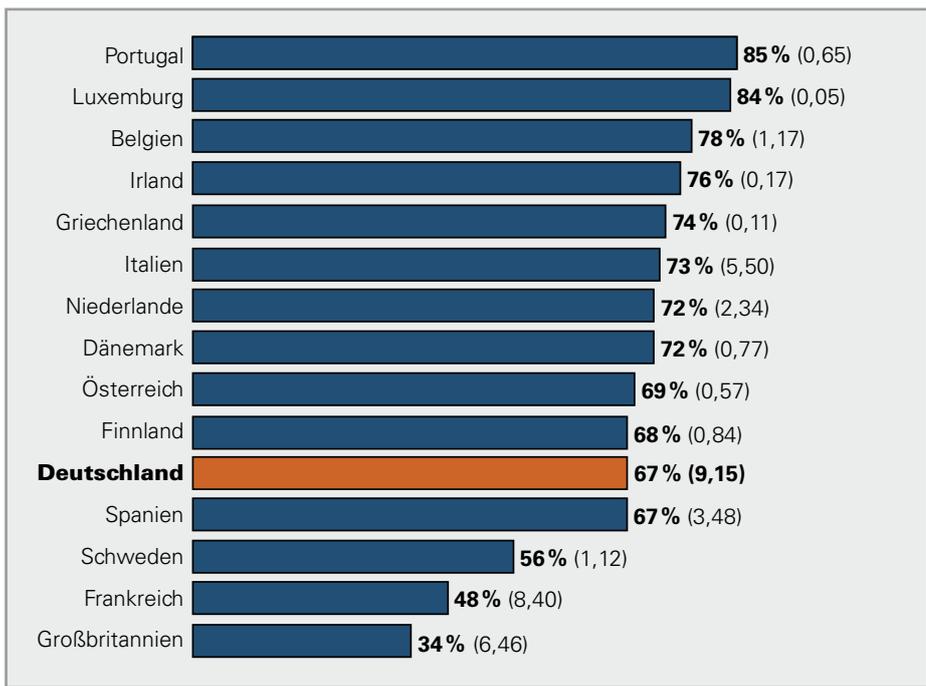
DT hat bei TAL weiter extrem starke Marktposition

Betrachtet man weiter die Marktposi-

tion der DT bei Teilnehmeranschlüssen/Festnetztelefonanschlüssen, so offenbaren EU-Analysen, dass die DT Ende September 2005 mit einem Kundenanteil von 94,0% relativ zu Incumbents in anderen EU-Staaten eine überdurchschnittlich gute Marktposition aufwies.¹⁶ In immerhin sechs EU-Staaten (Dänemark, Großbritannien, Spanien, Belgien, Portugal und

Anschlussmarktanteil im Inland im Oktober 2005 mit 67% etwa auf dem Niveau, das auch in Österreich, Finnland und Spanien für Incumbents zu verzeichnen war (s. Abb. 2).¹⁷ Seither dürfte sich die DSL-Anschlussmarktposition der DT relativ zu Incumbents in anderen EU15-Kernstaaten nicht signifikant verändert haben.

Abb. 2: Marktanteil des Incumbent bei DSL-Anschlüssen im Oktober 2005 in den EU15-Staaten



Quelle:
EU-Kommission, Prof. Gerpott Analysen

Zahl in Klammern = installierte DSL-Anschlüsse, Gesamtmarkt in Mio. – Resale-Anschlüsse werden bei der Anteilsberechnung nicht dem Incumbent zugeordnet. Ändert man diese Zuordnung, dann lag der DT-Marktanteil im Oktober 2005 bei 79%.

Österreich) hatten Incumbents bis zu diesem Zeitpunkt bereits z.T. deutlich höhere Marktanteilsverluste als die DT hinnehmen müssen.

Auch bei DSL-Anschlüssen ist die Marktposition der DT im Vergleich zu der von Incumbents in den anderen EU15-Kernstaaten keineswegs als exorbitant schlecht einzustufen. Selbst wenn man DSL-Resale-Anschlüsse bei der Marktanteilsberechnung nicht dem Incumbent zuordnet, lag der DT-

Alles in allem sprechen die empirischen Indizien also klar dafür, dass die Wettbewerbsposition der DT in ihrem Festnetzheimatmarkt im Vergleich zu Incumbents in anderen EU-Staaten keinesfalls als durchweg unterdurchschnittlich oder besonders schlecht einzustufen ist.

4. Fazit: Jammern auf hohem Niveau mit strategischem Hintergrund

Eine genauere Analyse von Zwischen-

berichts- sowie Jahresabschlusskennzahlen des DT-Konzerns und von empirischen Marktdaten offenbart, dass die finanziellen Ergebnisse und Marktpositionen der DT vor allem in Festnetzmarktsegmenten, aber auch im Mobilfunk in ihrem Heimatland in jüngster Zeit

- sich nicht unter Durchbrechung früherer Trends überraschend stark verschlechtert haben;
- besser sind als auf den wenigen Festnetz-Auslandsmärkten und den Mobilfunkauslandsmärkten, auf denen die DT heute (noch) präsent ist;
- schwerlich auf eine in Deutschland im EU-Ländervergleich besonders intensive und gegenüber dem Incumbent herausragend „unfreundliche“ TK-Sektorregulierung zurückgeführt werden können;
- keineswegs zur Stützung der These geeignet sind, dass die DT in ihrem Heimatmarkt relativ zu Incumbents in anderen EU-Staaten über eine sehr schlechte Festnetzmarktposition verfügt.

Insgesamt lassen sich damit Einlassungen der DT über eine aktuelle Verschlechterung ihrer Marktpositionen und eine besonders strenge, wettbewerberfreundliche Regulierung im Inland plakativ als in erheblichen Teilen nicht überzeugend begründetes „Jammern auf hohem Niveau“ charakterisieren. Ein Grund für diese Art der Selbstdarstellung und Regulierungsbeschreibung könnte darin liegen, dass die DT politische Entscheidungsträger, die Bundesnetzagentur und die (ver-)öffentlich(t)e Meinung gezielt im Zusammenhang mit der anstehenden Verabschiedung des Ge-

setzes zur Änderung telekommunikationsrechtlicher Vorschriften sowie der Überprüfung des EU-Regulierungsrahmens für elektronische Kommunikationsnetze und -dienste zu beeinflussen beabsichtigt: Wenn sich die nicht durch Fakten solide untermauerbare Ansicht durchsetzt, dass die DT sich in ihrem Heimatmarkt „unverschuldet“ einer drastischen Verschlechterung ihrer Wettbewerbsposition ausgesetzt sieht, dann könnte diese Veränderung zu einer Anpassung der TK-Regulierungspolitik und -praxis im Sinne der einzelwirtschaftlichen Interessen der DT unter Vernachlässigung volkswirtschaftlich problematischer Effekte beitragen. Für eine solche fundamentale Verbesserung der DT-Position dürfte es für den Incumbent sogar tragbar sein, kurzfristig negative Aktienmarktreaktionen infolge einer Kommunikationspolitik, die unterschwellig vermeintliche Unternehmensschwächen betont, hinzunehmen, da die Aussicht besteht, dass diese Reaktionen bei aus DT-Sicht „erfolgreicher“ Veränderung des TK-Regulierungsrahmens in Deutschland mittel- und langfristig mehr als kompensiert werden dürften. Darüber hinaus dürfte eine Darstellung, die den „Ernst der Lage“ für die DT hervorhebt, auch hilfreich sein, wenn die DT-Konzernführung sich um eine Beeinflussung der Meinung externer Anspruchsgruppen und der eigenen Mitarbeiter im Zusammenhang mit weiteren Personalabbauprogrammen, die über bereits angekündigte Personalbestandsverringerungen hinausgehen, zugunsten des eigenen Unternehmens bemüht.

¹ EBITDA-Marge = Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization/Umsatz. Die Kennzahl zeigt an, inwieweit die Umsätze die laufenden Betriebs- und Vermarktungskosten übersteigen und damit der Geschäftsbetrieb Mittel für Ersatz- und Erweiterungsinvestitionen sowie für die Kapitalgeber eines Unternehmens generiert.

² Zitat aus der Meldung vom 10.08.06 „Halbjahresbilanz – Deutsche Telekom verliert DSL- und Festnetzkunden“ unter <http://www.dsltarife.net/news/987.html> (Abruf: 28.08.06).

³ Credit Suisse (2006), Sector Review Europe Diversified Telecommunication Services Q3 2006 Update (05.07.06), London, hier S. 83.

⁴ So Nederkoorn, E.J. (1997), Internationalisierung aus Sicht der Deutschen Telekom, in: Krystek, U./Zur, E. (Hrsg.), Internationalisierung, Berlin: Springer, S. 35-42, hier S. 42. Eric Jan Nederkoorn war von 1996 bis 1998 Mitglied des DT-Vorstandes.

⁵ Nederkoorn (Fußnote 4), S. 37. Im Hinblick auf die erwartete Wettbewerbsentwicklung in Deutschland stellt Nederkoorn im Satz vor dem angeführten Zitat fest: „Jede Öffnung in den Wettbewerb ist für einen ehemaligen Monopolisten .. schmerzlich. Auch die Deutsche Telekom ... wird Marktanteile an Wettbewerber verlieren.“

⁶ Focus-Meldung vom 10.08.06 „Telekom – Kunden wandern in Scharen ab“ unter http://www.focus.msn.de/finanzen/aktien/telekom_nid_33411.html (Abruf: 28.08.06).

⁷ Jones Day/SPC Network (2006), Report on the relative effectiveness of the regulatory frameworks for electronic communications in Austria, Belgium, Czech Republic, Denmark, France, Germany, Greece, Hungary, Ireland, Italy, The Netherlands, Poland, Portugal, Spain, Sweden, and the United Kingdom, 1st December 2005 (updated

27th April 2006), URL: <http://www.ectaportal.com/en/basic276.htm> (Abruf: 28.08.06).

⁸ Jones Day/SPC Network (Fußnote 7), S. 2 u. 8.

⁹ S. die bei Gerpott, T.J. (2006), Radikaler Regulierungsabbau auf Telekommunikationsmärkten?, in: Netzwirtschaften & Recht, 3. Jg., S. 100-105 in Fußnote 20 auf S. 103 angeführten weiteren Regulierungsvergleichsanalysen.

¹⁰ EU-Kommission (2006), European Electronic Communications Regulation and Markets 2005 (11th Report), Vol. II, Brüssel: COM(2006)68 final, hier S. 27-29. Die relative internationale Position der deutschen Interconnection-Leistungspreise ändert sich auch durch die von der Bundesnetzagentur ab 01.06.06 verfügten Entgeltvorgaben für DT-Interconnection-Leistungen praktisch nicht merklich.

¹¹ EU-Kommission (Fußnote 10), S. 68. Die aktuellen Preise für den Zugang zur entbündelten DT-TAL gelten noch bis zum 31.03.2007.

¹² Siehe exemplarisch die in Fußnote 6 angeführte Focus-Meldung.

¹³ EU-Kommission (Fußnote 10), S. 1 u. 18.

¹⁴ So stieg bei der DT die Zahl der Telefonanschlusskunden in Deutschland mit umsatzstabilisierenden Optionstarifen von 12,0 Mio. Ende 2004 über 13,8 Mio. Ende 2005 auf 14,6 Mio. Ende Juni 2006 mit der Konsequenz, dass „Call-by-Call und Preselection nachhaltig zurückgedrängt werden konnten“ (Deutsche Telekom, Konzern-Zwischenbericht 1. Januar bis 30. Juni 2006, Bonn: Deutsche Telekom, hier S. 29).

¹⁵ Vgl. EU-Kommission (Fußnote 10), S. 73-90.

¹⁶ EU-Kommission (Fußnote 10), S. 23.

¹⁷ Vgl. EU-Kommission (Fußnote 10), S. 62.



Michael Kramer

CEO der E-Plus
Mobilfunk GmbH & Co. KG

Statements

→ Mehr an Kundenwünschen orientieren!

Seit Mitte 2005 hat der deutsche Mobilfunkmarkt deutlich an Dynamik gewonnen. Die zunehmende Sättigung des Marktes führte zu einem intensivierte Verdrängungswettbewerb. Durch eine neue Mehrmarkenstrategie hat E-Plus dieser Entwicklung seinen Stempel aufgedrückt und ein neues Marktumfeld geschaffen, das sich stärker denn je an den wirklichen Kundenbedürfnissen orientiert. Die Erkenntnis: Nur günstige, zielgruppenspezifische Angebote können auf Dauer Kundenwachstum erzeugen. Technologien und Anwendungen abseits der Sprachtelefonie tragen nur dann zum wirtschaftlichen Erfolg bei, wenn dafür Nachfrage besteht.

Kurzfristig führt das gesunkene Preisniveau zusammen mit der absehbaren Senkung der Terminierungsentgelte zwar zu Umsatzeinbußen, insbesondere bei den Anbietern, die zögerlich auf die Entwicklungen reagieren. Doch auf lange Sicht eröffnen

niedrige Preise die Chance, den Markt insgesamt zu vergrößern und auf ein gesundes Niveau im europäischen Vergleich zu bringen. Daher darf auch eine Mehrwertsteuererhöhung nicht zulasten der Kunden gehen und diesen positiven Trend stoppen. Vielmehr müssen die Unternehmen mit dem Umbau ihres Geschäftsmodells Effizienzsteigerungen erzielen, von denen Unternehmen wie Kunden profitieren. Kundenorientierte Prozesse müssen gestärkt werden, zum Beispiel durch Investitionen ins Filialnetz, während sich der technologische Fortschritt mehr an den tatsächlichen Bedürfnissen der Kunden und nicht am technisch Machbaren orientieren sollte.

So lassen sich niedrige Preise und intensivierte Kundengewinnung gut mit wirtschaftlichem Erfolg vereinbaren. Die neue Situation birgt für die Mobilfunkanbieter Potenzial. Doch zuallererst müssen sie sich konsequenter als bisher am Kundenwunsch orientieren.

→ Marktsättigung nicht absehbar



Christian Winther

CEO der
Talkline GmbH & Co. KG

2006 wurde im Mobilfunkmarkt eine Schallgrenze durchbrochen: Erstmals gab es mehr Handys als Menschen in Deutschland, erreichte die Marktpenetration in unserem Land die magische Grenze von 100 Prozent. Dabei ist eine Marktsättigung noch nicht einmal absehbar - und so wird das Wachstum weitergehen. Treibendes Element wird hier neben der Einführung und Nutzung zusätzlicher Dienste – insbesondere im Datensektor – auch die Verlagerung von Festnetzumsätzen in den Mobilfunkbereich sein. Um aber dieses Wachstumspotenzial mit all seinen positiven Folgewirkungen auf die Ge-

samtwirtschaft und den Arbeitsmarkt voll auszuschöpfen, ist ein funktionierender Wettbewerb im Mobilfunkmarkt erforderlich. Wirklicher Wettbewerb entsteht jedoch nur dann, wenn neben den wenigen Netzbetreibern mit ihren gleichgerichteten Interessen zusätzlich noch eine Vielzahl von Service-Providern frei am Markt agieren kann. Deshalb ist die Regulierungspolitik nach wie vor gefordert, nicht nur effiziente Rahmenbedingungen für einen funktionierenden Wettbewerb im Mobilfunkmarkt zu formulieren, sondern diese im konkreten Wettbewerbsgeschehen auch durchzusetzen.

→ Gefragt sind attraktive Fernsehformate für Mobile TV

Eine der innovativsten Produkteinführungen im Bereich der mobilen Dienste fand im Sommer 2006 mit der Markteinführung von mobilem Fernsehen statt.

Hierzu vergaben die 15 Landesmedienanstalten in einem beispiellos schnellen Verfahren Lizenzen für Mobile TV im DMB-Standard bundesweit einheitlich an den Diensteanbieter Mobiles Fernsehen Deutschland (MFD). Mit dieser Lizenzvergabe ist es erstmalig möglich, deutschlandweit ein einheitliches Programm-Bouquet von fünf Kanälen im DMB-Standard auszustrahlen.

Durch weitere Lizenzvergaben wird es zukünftig möglich sein, bis zu 40 Programme im DMB-Standard zu senden. Bereits 2007 wird es voraussichtlich zu einer Verdopplung der TV-Kanäle kommen, was ganz dem Wunsch der Kunden nach einer breiteren Programmauswahl entspricht.

Eine rasche Markterschließung wird unterstützt durch den Verzicht auf vorgeschobene Standarddiskussionen. So wird derzeit von Netzbetreibern und einigen Geräteherstellern der Alternativstandard DVB-H als die bessere Technologie proklamiert. Dabei ist bei dieser Technik bisher weder die Frequenzsituation noch der Lizenzvergabeprozess geklärt, wodurch eine flächendeckende Markteinführung vor 2008 kaum mehr realisierbar ist. Aus Kundensicht ist DVB-H folglich auf absehbare Zeit keine Alternative. Außerdem könnte es zu einem späteren Zeitpunkt durchaus zu einer technischen Zusammenführung beider Standards kommen.

Damit die Innovation mobiles Fernsehen aber in Deutschland schon jetzt ein Erfolg wird, müssen Netzbetreiber, Service-Provider und Gerätehersteller bereits heute über den verfügbaren Standard attraktive Fernsehformate auf dem Handy forcieren.

Statement



Axel Rückert

Vorstandsvorsitzender der debitel AG



Mit einem Klick wird aus dem Handy ein mobiles Fernsehgerät

Bilanz

→ Mobiles Fernsehen auf dem Vormarsch

Kaum eine Produktneuheit hat 2006 mehr Aufsehen erregt als die europaweite Einführung von mobilem Fernsehen. Ob bei CeBIT, IFA oder den Medientagen NRW – stets war Fernsehen auf dem Mobiltelefon ein zentrales Thema. Die Einführung des Rundfunkstandards DMB (Digital Multimedia Broadcasting) verschaffte dem Thema neuen Aufschwung, weil damit Live-Fernsehen ohne Teilnehmerbeschränkung möglich wird. Also echtes Fernsehen und nicht mobile Video- und Daten-Angebote per UMTS.

Die föderal vergebenen Lizenzrechte für die Übertragung von mobilem Fernsehen sicherte sich komplett der Plattformbetreiber Mobiles Fernsehen Deutschland (MFD), der in Kooperation mit mehreren Partnern Ende Mai in fünf deutschen Städten das Angebot „watcha“ einführt – mit vier TV-Programmen und bigFM2see als Visual-Radio-Sender. Damit wurde ein wesentlicher Vorteil des konvergenten Dienstes deutlich: Er schafft neue Umsatzpotenziale – für Mobilfunkher, Gerätehersteller, Inhalts- und Infrastrukturanbieter sowie Werbetreibende. Experten erwarten bereits für 2009 weltweit 69 Mio. Kunden mobiler TV-Services und Einnahmen in Höhe von 5,5 Mrd. US-Dollar. Als wesentliche Erfolgsfaktoren beim Kunden gelten laut Fokusgruppenbefragungen die extrem gute Bild- und Tonqualität sowie die einfache Bedienung. Mobile TV scheint sich als Freizeitmedium beim Warten an der Bushaltestelle oder am Bahnhof, auf dem Weg zur Arbeit und selbst zu Hause in Räumen, in denen kein stati-

onärer Fernseher steht, zu etablieren. Als erfolgreiche Formate haben sich neben Live-Übertragungen von Fußballspielen auch Comedy-Clips und sogenannte Handy-Soaps bewährt. Für 2007 ist zudem mit interaktiven Formaten zu rechnen.

Interessanterweise treiben die Service-Provider die Entwicklung von mobilem Fernsehen in Deutschland voran. Als „watcha“-Vermarktpartner können debitel und Mobilcom im Dezember 2006 Handy-TV schon in 18 deutschen Städten anbieten. Durch den stetigen Netzausbau werden im Jahr 2008 voraussichtlich bereits 80 Prozent der Bevölkerung in Regionen mit DMB-Versorgung leben. Unterstützt wird die Markterschließung durch die europäische DMB-Initiative „Mi-Friends“, die in Modellversuchen in ausgewählten Städten in Deutschland, Österreich und Italien die Reaktion von Handybesitzern auf regionale TV- und Radioangebote testet. An der Initiative beteiligen sich 75 Partner aus neun Ländern.

Kontraproduktiv für den Start der Marktinnovation Handy-TV ist, dass starke Interessengruppen in der Öffentlichkeit suggerieren, bei mobilem Fernsehen würde es einen Wettkampf zwischen den Standards DMB und DVB-H geben. Dabei ist für DVB-H weder die Frequenzsituation noch der Lizenzvergabeprozess geklärt. Zudem könnte unter dem Standard DXB bald eine Vereinheitlichung von DVB-H und DMB stattfinden – ein Betriebsversuch der Landesanstalt für Medien NRW startete im Mai 2006.

→ Auf der Suche nach der Konsistenz

Eigentlich ist doch alles in Ordnung auf dem deutschen Telekommunikationsmarkt. Die Telekom verliert Marktanteile. Das ist das Ziel einer Regulierung. Der Wettbewerb kommt richtig in Gang, und die Konkurrenten des ehemaligen Monopolisten erfreuen sich deutlicher Zuwächse. Auch dies ist von der Regulierung gewollt. Der Breitbandmarkt boomt, die Preise fallen und der Verbraucher kann sich freuen. Wer aus dieser Entwicklung aber den Schluss zieht, der Wettbewerb auf dem deutschen Markt sei schon gefestigt, irrt. Das Eis, auf dem die Wettbewerber des ehemaligen Monopolisten laufen, ist dünn – trotz ihrer Erfolge. Die Deutsche Telekom hingegen steht besser da, als es angesichts ihrer Zahlen den Anschein hat. Sie arbeitet sehr professionell an ihrer künftigen Position im Markt. Die Branche steht in Deutschland nach dem Jahr 2006 vor dem Endspiel um die künftige Machtverteilung, und die Regulierung tritt jetzt in die entscheidende Phase der Feinjustierung.

Es geht um nicht weniger als den Aufbau eines dauerhaft konsistenten Regulierungsrahmens, der in der Lage ist, den gerade entstandenen Wettbewerb langfristig zu sichern. Davon sind aber sowohl der Gesetzgeber als Gestalter dieses Rahmens als auch die Bundesnetzagentur in der praktischen Regulierungsarbeit weit entfernt. Leider versuchen auch viele Wettbewerber der Telekom noch allzu gerne, sich unter den schützenden Schirm der Regulierung zu ducken, anstatt ihre Geschäftsmodelle den künftigen Gegebenheiten anzupassen. Zwei Dinge stehen heute schon

fest: Die Regulierung des Marktes bleibt auf absehbare Zeit erforderlich, aber sie wird der Telekom mehr Freiheit einräumen, um sich gegen die Konkurrenz zu wehren.

Schon heute ist erkennbar, dass die Konsistenz des bisherigen Regulierungsregimes im Spannungsfeld aus den Preisen für die Teilnehmeranschlussleitung, den Telekom-Tarifen für das Resale und zum Beispiel den noch festzusetzenden Kosten für einen Bitstream-Zugang zum Kunden aus dem Gleichgewicht gerät. Ein Beispiel dafür ist die Debatte um die Preisnachlässe, die die Telekom anderen Unternehmen für den Wiederverkauf von DSL-Anschlüssen gewährt. Wenn diese Preise das Resale so attraktiv machen, dass der Wettbewerb auf der Teilnehmeranschlussleitung behindert wird, gerät die Konsistenz des gesamten Systems in Gefahr. Der Telekom ist dies nur recht. Sie verteidigt lieber ihren ansehnlichen Umsatz aus dem Wiederverkauf der Leitungen, als den Kunden ganz zu verlieren. Dabei geht es nicht in erster Linie um die Untersagung solcher Rabatte – wie im Fall des Net-Rental-Vertrages geschehen. Es geht um die Konsistenz. Wer an der einen Seite des eng gewobenen Spinnennetzes der Regulierung zieht, darf sich nicht wundern, wenn auf der anderen Seite die Spannung steigt und dort entsprechend nachjustiert werden muss.

Bestandteil dieser Entwicklung ist auch der Streit um den Netzausbau der Deutschen Telekom – besser bekannt als die Debatte um VDSL. Mit Druck versucht der Konzern, dieses Netzsegment für einen bestimmten



Johannes Winkelhage

Wirtschaftsredakteur der
Frankfurter Allgemeinen Zeitung

Zeitraum von der Politik aus der Regulierung freistellen zu lassen, da es sich hier um einen „Neuen Markt“ handelt. Die Telekom hat damit durchaus Erfolg. Im neuen Telekommunikationsgesetz soll ein entsprechender Passus diese Regulierungsferien sichern.

Bisher aber ist die Frage, ob es sich hier um einen „Neuen Markt“ handelt, nicht beantwortet. Vielleicht ist dies auch zweitrangig. Der VDSL-Netzausbau ist notwendig, um die deutsche Telekommunikations-Infrastruktur auf die Anforderungen der nächsten Jahre vorzubereiten. Die Nachfrage nach hohen Bandbreiten, wie VDSL sie ermöglicht, wird kommen. Ob es IP-Fernsehen oder andere Breitbanddienste sein werden, ist nur noch nicht geklärt. Der Ausbau ist ein erforderlicher Schritt, um das deutsche Netz in nicht allzu ferner Zukunft vollständig auf das effizientere und damit preiswertere Internet-Protokoll umzustellen. Diesen Schritt müssen die Wettbewerber und die Deutsche Telekom gleichermaßen gehen, um den künftigen Infrastruktur-Anforderungen gerecht zu werden.

Die Kernfrage ist vielmehr: Müssen alle heutigen und auch die künftigen Wettbewerber der Telekom mit ihren eigenen Leitungen und eigener Ausrüstung in die insgesamt rund 300.000 grauen Kästen – die sogenannten Kabelverzweiger – an den deutschen Straßenrändern vordringen, um ihre Kunden zu versorgen? Die Antwort darauf lautet: nein. Ein solcher Ausbau wäre sowohl volkswirtschaftlicher Unsinn als auch eine städtebauliche Katastrophe. Hier

stößt die Forderung nach einem Infrastruktur-Wettbewerb an ihre Grenze.

Das heißt aber noch lange nicht, dass es zu Regulierungsferien für die Telekom kommen sollte. Die künftige Regulierung dieses Marktsegmentes muss der Deutschen Telekom zwar die Möglichkeit geben, ihre Investitionen mit einer entsprechenden Rendite wieder zu verdienen. Sie muss den Wettbewerbern aber auch von Anfang an einen diskriminierungsfreien Zugang zum Netz ermöglichen, um ihren Kunden einen in allen Parametern selbstdefinierten VDSL-Zugang zu ermöglichen. Wenn dies nicht geschieht, droht eine Remonopolisierung der deutschen Telekommunikationslandschaft durch die Hintertür. Auch die Konkurrenten mit eigenem Netz würden mittelfristig zu Wiederverkäufern der Telekom degradiert und wären im schlimmsten Fall in ihrer Produktstruktur von den Angeboten des Konzerns abhängig. Mit einer solchen Lösung wäre ein Wettbewerb auf der Diensteebene kaum zu realisieren. Dessen muss sich der Gesetzgeber bewusst sein.

Entsprechend protestieren die Wettbewerber gegen das Vorhaben. Zusätzlich hat sich die Bundesregierung handfesten Ärger mit der EU-Kommission eingehandelt, die mit einem Vertragsverletzungsverfahren droht, sollten die Pläne in die Tat umgesetzt werden. Dazu sollte es der deutsche Gesetzgeber nicht kommen lassen und die Möglichkeit für eine Regulierung dieses Marktes schaffen. Nicht zum Schaden der Telekom, sondern zum Nutzen des Marktes.

Statement

→ Keine Angst vor der Killerapplikation!

Keine Atempause, Innovation wird gemacht, so lautet in Abwandlung eines NDW-Schlagertextes die Tendenz in der Servicetelefonie. Im Bereich Mehrwertdienste wird der Kundendialog zusehends mit automatisierten Elementen ausgestattet. Sprachdialogsysteme sind nicht zuletzt aufgrund ihres nunmehr hohen Entwicklungsstandes im Kundenzugang unverzichtbar geworden. An Mehrwertdienste-Carrier werden aber darüber hinaus neue Anforderungen gestellt. Denn der Kundenzugang, die Service-Rufnummer, speist sich in vielen Anwendungen heute zur Hälfte aus Festnetz- und zur anderen Hälfte aus Mobiltelefonie. Im Mobilfunk haben sich durch die Kamera- und Displayqualitäten unidirektionale Dienste wie MMS und Videostreaming etabliert. Doch durch die rasch fortschreitende Verbreitung dieser mobilen Terminals mit dem Funkstandard UMTS wird das Telefon wieder zu dem, was es einmal war: zu einem bidirektionalen Kommunikationsgerät, dem Video-Telefon als Videodialogsystem mit integrierter Sprache. So meldet BIKOM: „Zur Jahresmitte 2006 waren erstmals mehr als 4 Mio. UMTS-Anschlüsse registriert. UMTS trägt bereits heute mit rund 70 Prozent zum Wachstum bei den Mobilfunkanschlüssen bei“.

Als Konsequenz wurde im Jahr 2006 bei den Mehrwertdienste-Carriern in Videodialogplattformen investiert. Hier kann per UMTS-Handy eine Service-Rufnummer als Videotelefonat angerufen werden. Beispielsweise lässt sich so die Kostenübernahme für die Reparatur einer PKW-Scheibe

schneller und einfacher klären, indem der Schaden nicht nur beschrieben, sondern auch gezeigt werden kann. Im europäischen Ausland ist man sogar schon weiter. So erreicht der Anrufer in Italien über den UMTS-Carrier 3 Italia die Gelben Seiten inklusive Videobild. Die Ansicht des zu buchenden Hotelzimmers oder des zu reservierenden Restauranttisches erfreut sich zunehmender Beliebtheit, was die wachsende Anruferzahl gut belegt.

Was noch Anfang des Jahres als neue Servicedimension mit offensichtlich sinnvollen Anwendungen eines UMTS-Mobiltelefons in den Markt gebracht werden konnte, ist nun von den deutschen Mobilfunkern als vermeintliche Bedrohung identifiziert worden. Da das deutsche Mobilfunk-Oligopol das Handy lieber als Telefon mit angeflanschem Modem vermarkten will, wurde dem ungeliebten Kind UMTS-Videotelefonie der Garaus gemacht. Alle Mobilfunke haben mittlerweile die Verbindung zu 0180-, 0900- und 118xy-Rufnummern blockiert.

Trotzdem: Anwendungsbeispiele für Service-Telefonie im Videodialog gibt es genügend. Die Servicerufnummern-Carrier stehen bereit. Die Marktanalyse Markt 15 (Mobilfunkzuführung) wird zu regulatorischen Konsequenzen führen. Bleibt zu hoffen, dass sich die vier deutschen Mobilfunk-Carrier zu ihrem Glück zwingen lassen, sich auf die Potenziale dieses aufkommenden Mehrwertdienstemarktes besinnen und die neuen Servicedimensionen für alle am Telefonmarkt Beteiligten öffnen.



Stefan Rabe

Vorstand Vertrieb und Marketing
der mcn tele.com AG

Bilanz

→ Zehn Jahre Wettbewerb im Auskunftsmarkt

Es erinnert ein wenig an die Ziehung der Lottozahlen, als im Sommer 1997 die neuen Auskunftsnummern verlost werden. Die heutige Bundesnetzagentur gab damit den Startschuss für Wettbewerb. Basis für die Liberalisierung des Auskunftsmarkts war das am 1. August 1996 in Kraft getretene Telekommunikationsgesetz. Zehn Jahre sind seither vergangen. Eine Dekade, geprägt von gelungener Wettbewerbsarbeit, Produktinnovation und unternehmerischen Erfolgsgeschichten.

Anbieter, die Ende der neunziger Jahre an den Start gingen, mussten ihr Geschäft unter schwierigen regulatorischen Rahmenbedingungen aufbauen. Als erstes Land in der Europäischen Union öffnete Deutschland den Auskunftsmarkt. Auf Erfahrungen aus anderen Ländern konnten damals weder politische Entscheider noch Marktteilnehmer zurückgreifen. Dem Ex-Monopolisten gelang es deshalb immer wieder, wettbewerbsbehindernd zu agieren. Elementarste Hürde waren für die jungen Unternehmen jedoch die deutlich überhöhten Gebühren für die Bereitstellung der Teilnehmerdaten. Die Deutsche Telekom ist verpflichtet, diese Daten allen Marktteilnehmern zur Verfügung zu stellen. Über die Höhe der erlaubten Gebühren entschied der Regulierer jedoch bei Marktöffnung nicht. Stellvertretend für die gesamte Auskunftsbbranche kämpft telegate seit Jahren im Kampf „David gegen Goliath“ für faire und im europäischen Vergleich angemessene Kosten.

Erst neun Jahre nach der Marktöffnung – im Sommer 2005 – reguliert die Bundesnetzagentur schließlich die Datenkosten und senkt die maximale Gebührengrenze dramatisch nach unten. Eine Entscheidung mit Signalwirkung für den Wettbewerb, denn mit niedrigeren Gebühren fällt eine wichtige Markteintrittsbarriere. Neue Anbieter wagen in Folge den Schritt in den Telefonauskunftsmarkt. Und auch im Internet und mobilen Bereich entstehen neue Angebote. Bei der Sprachauskunft haben im Jahr 2006 mit Arvato und D+S Europe zwei klassische Call Center-Betreiber den Einstieg ins Auskunftsgeschäft gewagt. Auch aus den neuen und alternativen Medien kommt Konkurrenz. Hier sind es vor allem die großen Suchmaschinenbetreiber sowie die klassischen Gelbe Seiten-Verleger, die unter dem Stichwort „lokale Suche“ neues Geschäft wittern.

Es wird deutlich, welchem Paradigmenwechsel der Auskunftsmarkt zehn Jahre nach Marktöffnung unterliegt. Die Zukunft liegt in der stimmigen Vernetzung von verschiedensten Medienkanälen und Informationsdienstleistungen mit Mehrwert. Der Kunde ist König, denn er entscheidet situationsbezogen, ob er den Komfort der Telefonauskunft in Anspruch nimmt, selbstständig bei der Internetauskunft recherchiert oder Informationen mit seinem Handy oder Blackberry von unterwegs aus abrufen. Zehn Jahre nach der Liberalisierung birgt der Auskunftsmarkt also neue Herausforderungen und damit aber auch viele Chancen.

Statements

→ Viel mehr als „nur“ Auskunft

telegate gilt vielen Beobachtern als eines der besten Beispiele für die Einführung von Wettbewerb. Einzig diesem Unternehmen ist es gelungen, der Deutschen Telekom im Auskunftsgeschäft echte Konkurrenz zu machen. Heute verbucht der Auskunftsexperte rund 37 Prozent des Marktes für sich. Hintergrund dieser Erfolgsgeschichte war die kontinuierliche Weiterentwicklung des Produktes „Auskunft“. Für den Innovationsführer gelten seit jeher zwei Prämissen: Kundenorientierung und Premiumqualität.

Auch den aktuellen Paradigmenwechsel im Auskunftsmarkt hat telegate frühzeitig vorausgesehen. Längst verbirgt sich hinter der Marke 11880 mehr als ein klassischer Auskunftsdienstleister. Kunden rufen die 11880

heute nicht nur an, wenn sie eine Telefonnummer brauchen, sie erhalten über die Servicemitarbeiter Antworten auf viele Fragen des täglichen Lebens. Die moderne Auskunft kennt zum Beispiel nicht nur Nummer und Adresse einer Behörde, sondern kann diese auch sinnvoll mit Zusatzinformationen wie Öffnungszeiten ergänzen. Entscheidend ist, dass dieser Content über alle Medien hinweg abrufbar ist. Mit der vielfach ausgezeichneten Internetplattform www.11880.com, einer schnellen, unkomplizierten Applikation für den mobilen Anwender (<http://mobile.11880.com>) sowie der Auskunft per SMS setzt telegate als einziger Anbieter auf eine stimmige Multichannel-Strategie in den neuen Medien und ist damit erneut der Zeit voraus.

→ Wetten und Gewinnspiele deregulieren

Die Konvergenz von TK und Medien schreitet schneller voran, als sich die rechtlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen darauf einstellen können. Mehrwertdienste brauchen schnell einen zukunftsfähigen Rechtsrahmen, der Innovationen zulässt, fördert und einen fairen Ausgleich zwischen Verbraucher- und Unternehmerinteressen schafft. Dabei geht es nicht nur um Wachstumsimpulse durch neue Angebote, sondern auch um die Sicherung bestehender und die Schaffung neuer Arbeitsplätze.

So wie die Branchen zusammenwachsen, müssen auch wir unsere Initiativen und Vorstellungen stärker als bisher mit denen unserer Kunden und ihrer Verbände koordinieren, um

den Druck auf die politische Entscheidungsebene zu erhöhen. Zentrale Forderungen für einen zukunftsfähigen Markt sind:

- Eine zentrale Genehmigungsstelle und ein bundesweit einheitlicher Rechtsrahmen für neue digitale Dienste, um den Entwicklungen in diesem Feld gerechter zu werden;
- Die Deregulierung von Wetten und Gewinnspielen sowie eine duale Lösung mit Konzessionsmodell für den Wettmarkt;
- Die Auflösung von Widersprüchen im Datenschutzrecht.

Wir müssen schnell die richtigen Weichen stellen, um schon 2007 von mehr Rechts- und Planungssicherheit, mehr Innovation sowie letztlich mehr Wachstum und Beschäftigung zu profitieren.



Dr. Andreas Albath
Vorstandsvorsitzender der
telegate AG



Renatus Zilles
Vorsitzender der Geschäftsführung der NEXT ID GmbH

Bilanz

→ Wichtigste Gefahrenpotenziale ausgeräumt

Den Jahresauftakt 2006 für die Sparte Mehrwertdienste bestimmte die Ablösung der 0190- durch die 0900-Rufnummerngasse. Der Appell des VATM an die Bundesnetzagentur, den Übergang mit einer angemessenen Vor- und Nachlaufzeit zur Vermeidung von Verlusten in Millionenhöhe erträglicher zu gestalten, blieb leider unberücksichtigt. Somit musste die Branche einen harten Umstieg bewältigen. Bedingt durch die geringeren Margen im Mobilfunk mussten die Dienste-Anbieter einen Rückgang ihres Umsatzes von 20 bis 25 Prozent durch die eingeschränkte Erreichbarkeit aus den mobilen Netzen verkraften. Dies ist umso gravierender, als der Mobilfunkanteil bei den großvolumigen Premium-Nummern bei über 50 Prozent liegt. Eine positive Bilanz konnten wir bei den Verbrauchern ziehen, die die neue Rufnummerngasse gut aufgenommen und akzeptiert haben. Ausweichtendenzen in nennenswertem Umfang auf die 118xy waren nicht festzustellen.

Die im März 2006 vorgestellte, vom VATM in Auftrag gegebene WIK-Studie zu Auskunfts- und Mehrwertdiensten im Mobilfunk zeigte deutlich mögliche Diskriminierungspotenziale durch die Preispolitik der Mobilfunkunternehmen auf Ebene der Vorleistungen und Endkundertarife auf – mit allen negativen Konsequenzen für weiteres Marktwachstum. Der VATM hat die Bundesnetzagentur daher aufgefordert, die Preise oder zumindest die Vorleistungen für Mehrwertdienste zu regulieren. Die Option, eine Einigung ohne staatliche Eingriffe zu erzielen, wurde dabei unter der Vo-

raussetzung offen gehalten, zeitnah und auf Augenhöhe mit den Mobilfunk-Netzbetreibern zu verhandeln.

Auch im TKGÄndG beschäftigte die Mehrwertdienste-Sparte das Thema Mobilfunk. So sorgte insbesondere die fehlende einheitliche Preishöchstgrenze für Anrufe aus dem Fest- und Mobilfunknetz zu Premiumdiensten für Unverständnis und mangelnde Transparenz bei Verbrauchern und Mehrwertdienste-Anbietern. Der VATM hat entsprechende Änderungsvorschläge unterbreitet, die eine konsequent technologieunabhängige Betrachtung vorsehen und der Konvergenz der Märkte besser gerecht werden. Insgesamt lässt sich festhalten, dass mit Unterstützung des VATM die wichtigsten Hindernisse und Gefahrenpotenziale im neuen TKGÄndG erkannt und im Sinne eines gerechten Ausgleichs zwischen Verbraucher- und Unternehmensinteressen gelöst werden konnten.

Nicht zuletzt stand 2006 das neue Fakturierungs- und Inkassoregime ganz im Zeichen der Beseitigung typischer „Kinderkrankheiten“, die sich insbesondere aus dem Datenaustausch in einem komplexen Multicarrier-Umfeld ergeben hatten. Viele Teilnehmernetzbetreiber hatten die Vorgaben aus dem F&I-Transitvertrag nicht schnell genug umgesetzt und so die Erreichbarkeit einiger Dienste eingeschränkt. Insgesamt kann das Verfahren aber als großer Schritt hin zu einem wettbewerbsorientierten Markt gesehen werden. Der VATM hat hier mit seiner Arbeit den Weg für eine solche Lösung maßgeblich geebnet.

→ Migration von 0190 auf 0900:

von kleinen Türchen und großen Portalen

Angststarre – so war die Befindlichkeit der Mehrwertdienste-Branche Ende 2005, denn ein absoluter technischer und ökonomischer Paradigmenwechsel stand bevor: die Ablösung der 0190-Premium-Rate-Rufnummern durch die neue, Offline-gebillte 0900. Kurzes Fazit vorweg: Es kam alles ganz anders – und es ging gut!

Premium-Rate – also Inhalte, die über die telefonische Schnittstelle angeboten und abgerechnet werden – ist inzwischen der kleinere Aspekt der neuen 0900-Welt. Denn 0900 löste die gewohnte Relation „eine Nummer – ein Inhalt – ein Preis“ auf, indem sie jetzt alle, bisher über unterschiedliche Service-Nummern abgewickelten Dienste in einem zentralen Zugang integriert. Der Anrufer trifft bei Betreten des 0900-Sprachportals auf ein beliebig gegliedertes Auswahlménü, wählt seinen Dienst und wird entsprechend zügig bedient. 0900 bedeutet auch das Ende der Sonder-rufnummern: Aktionsgeschäfte, seien es Gewinnspiele zum Firmenjubiläum oder Informationsofferten zu saisonalen Sonderaktionen, können jederzeit im 0900-Portal integriert werden. Das eigentliche Potenzial der 0900 liegt damit im professionellen, umfassenden Dialog mit Kunden, im Ausbau der telefonischen Schnittstelle zum modernen Unternehmens-Sprachportal – und nicht in der bloßen Übernahme der „Stöhn“-Dienste aus der 0190-Zeit.

Eine logische Entwicklung, da das schlagkräftigste Argument pro 0900 für die Anwender die Ablösung

des bisherigen Service-Rufnummern-Durcheinanders ist. Das Unternehmen kann seinen Bestellservice unter 0900 weiterhin ebenso kostenfrei anbieten, aber gleichzeitig für die Beratungsleistung des technischen Supports einen beliebigen Deckungsbeitrag vorsehen. Innerhalb der gesetzlich festgelegten Preisobergrenzen sind der Preisbildung bei 0900 keine Grenzen gesetzt – der Verbraucher wird per kostenfreier Ansage über den jeweiligen Tarif verbindlich informiert.

Aber 0900 kann noch mehr. Durch das neue Leistungsmerkmal der Call-Segmentierung werden im Verlauf der 0900-Verbindung unterschiedlichen Leistungsabschnitten unterschiedliche Preise zugeordnet: Das Service-Portfolio, das der Kunde nutzen kann, wird dynamisiert – der Anrufer surft im Telefon-Portal und erledigt alle seine Anliegen während eines Anrufs.

Ihr volles Potenzial wird 0900 aber erst dann ausbilden können, wenn der gesetzliche Rahmen zwei wesentliche Punkte regelt. Erstens die unabdingbare Zulässigkeit der Kombination von zeitabhängigen und Blocktarifen während einer einzigen Verbindung. Erst dann werden Dialog-Portale über 0900 auch wirklich dynamische, transaktionsfähige Vertriebskanäle. Und nicht zuletzt braucht die junge 0900 Eindeutigkeit: Eindeutigkeit im Sinne von einheitlichen Verbrauchertarifen und ebenso einheitlichen Preisobergrenzen, egal ob der Anruf aus dem Festnetz oder den Mobilfunknetzen stammt. Alles andere wäre politischer und ökonomischer Unfug.



Wendelin Meyer-Möck

Geschäftsführer der dtms GmbH



Statements

→ Mehrwert-Nummern sind mehr wert!

Eine der Kernfragen, die die Öffentlichkeit rund um den Einsatz von Service-Rufnummern in Unternehmen immer wieder stellt, ist: Warum kostet der Anruf bei einer Service-Hotline mehr als die normale Telefonverbindung? Warum gibt es überhaupt „teure“ Service-Rufnummern? Die Antwort ist überraschend einfach und überraschend plausibel, folgt sie doch nicht nur ökonomischen Überlegungen rund um die Theorie der Marktpreisbildung, sondern ist auch einfach eine psychologische Erkenntnis: Was nichts kostet, ist auch nichts wert. Was wir umsonst bekommen, schätzen wir nicht. Aus dem Blickwinkel eines Unternehmens, das auf allen möglichen Wegen Kontakt mit seinen Kunden halten soll, kann man diese Aussagen unter zweierlei Gesichtspunkten sehen. Erstens: Guter Service kostet Geld, denn seine Produktion kostet das Unternehmen Geld. Jeder Anruf, den ein Unternehmen

beantwortet, verursacht auf der Bearbeitungsseite Kosten – unter Garantie. Aber derselbe Anruf generiert nicht notwendigerweise Umsatz, der den Aufwand rechtfertigen würde. Zweitens: das Ende der Mischkalkulation in einer Geiz-ist-geil-Welt. Die Zeiten, da Content und Service kostenlos angeboten wurden, nur um Verbraucher auf Plattformen zu locken, um andere Produkte mit Mehrwerten aufzuladen oder um einfach Aufmerksamkeit zu generieren, sind vorbei. Die Konsequenz für uns Mehrwertdienste-Anbieter ist erfreulich: Die Abrechenbarkeit von Diensten und Inhalten an der telefonischen Schnittstelle ist und bleibt eines der Kernthemen moderner Telekommunikation. Und unter diesen positiven Aussichten bleibt der Mehrwertdienstemarkt auch 2007 mit zweistelligen Zuwachsraten der lukrativste, da margenstärkste Markt in der gesamten Telekommunikationswelt.

→ Trend mobile Musik- und Video-Downloads



Markus Berger-de-León

Geschäftsführer der Jamba! GmbH



UMTS gewinnt durch anspruchsvolle digitale Inhalte- und Unterhaltungslösungen mehr Prestige und wird in seiner aufstrebenden Entwicklung bestätigt. Jamba! wird seinen Teil zum Erfolg von UMTS beitragen und auch zukünftig innovative Produkte entwickeln, die der enormen Leistungsfähigkeit dieser Technologie Rechnung tragen. Zukunftsträchtig in diesem Zusammenhang sind zum Beispiel mobile Musik- und Videodownloads. Hier ist neben dem großen Interesse an den entsprechenden Diens-

ten auch die Zahlungsbereitschaft der Mobilfunkkunden erkennbar. Die Handygeräte mit dafür erforderlicher Technik finden auf dem Markt bereits starken Absatz. Transparente und marktgerechte Preismodelle für die Datenübertragung würden die volle Entfaltung und den Erfolg dieser und anderer mobiler Angebote gewährleisten. Mehr Mut der Netzbetreiber zu massenmarktfähigen Preisen würde die gesamte Telekommunikationsbranche international enorm nach vorne katapultieren.

→ Steigendes Interesse an Mobile Entertainment

UMTS ist nach wie vor eines der wichtigsten Themen in der Mobilfunkbranche. Die steigenden Nutzerzahlen belegen das große Interesse der Kunden an den Möglichkeiten der Mobilfunktechnologie der dritten Generation. Eine Verzehnfachung der UMTS-Kunden im Jahr 2005 im Vergleich zum Vorjahr geht vor allem auf Nutzer zurück, die mit ihrem Handy nicht nur telefonieren oder SMS verschicken wollen. Dies zeigt die BITKOM-Studie „Daten zur Informationsgesellschaft“ vom März 2006. Zur Jahresmitte 2006 waren erstmals mehr als vier Mio. UMTS-Kunden registriert und damit fast doppelt so viele wie Ende 2005. Es sind vor allem die vielfältigen mobilen Entertainment-Dienste wie bewegte Bilder, Spiele und Musik, die UMTS für Mobilfunknutzer attraktiv machen. Das zunehmende Interesse an dem Angebot für Unterhaltung auf dem Handy treibt damit die Verbreitung von UMTS voran. Im Zusammenspiel mit der Entwicklung des Mobilfunknetzes und der Endgeräte unterstützen die mobil verfügbaren Dienste entscheidend diesen Fortschritt im UMTS-Markt.

Das weitere Wachstum hängt jedoch wesentlich von Faktoren wie der Preisentwicklung für die Datenübertragung ab. Die prognostizierte Zahl von einer Mrd. Teilnehmern weltweit bis Ende 2010 lässt sich nur erreichen, wenn die Verbindungskosten deutlich sinken. Die aktuelle GTI-Studie von TNS Infratest unter Handynutzern in 29 Ländern belegt: Fast ein Viertel

der Befragten scheut die hohen Kosten des Datentransfers und benennt diese als Hinderungsgrund für die Nutzung mobiler Dienste – seien es Unterhaltungsangebote, Musik oder mobiles Internet.

Die UMTS-Verbreitung ist eine Kennzahl für die Innovationskraft des Standortes. Deutschland liegt mit 4 Mio. derzeit hinter Japan, Italien und Großbritannien weltweit auf Platz vier und hat das Potenzial, weiter an die Spitze vorzurücken. Für alle Beteiligten am Mobilfunkmarkt gilt es, diese Innovationskraft als Motor für wirtschaftliches Wachstum zu begreifen. Vor allem ein kundenfreundliches und attraktives Preiskonzept ist von höchster Wichtigkeit. Es sind hier insbesondere die Netzbetreiber gefordert, da sie mit einer adäquaten Tarifgestaltung für den Datentransfer und durch die Wahrung der Netzneutralität die Voraussetzungen für das weitere Ausschöpfen des Wachstumspotenzials schaffen müssen. Regulierung seitens der zuständigen nationalen Instanzen oder der europäischen Institutionen, die sich oft als markthemmend erweisen, können häufig durch einvernehmliches Handeln der Akteure selbst vermieden werden. Nur auf diesem Weg werden sich Kunden langfristig von den vielfältigen Möglichkeiten der Telekommunikation überzeugen und den Fortschritt durch Nachfrage und Nutzung des breiten Spektrums mobiler Anwendungen vor allem im Bereich des digitalen Entertainments mittragen.



Andreas Neumann

Institut für das Recht der
Netzwerkwirtschaften, Informations-
und Kommunikationstechnologie
(IRNIK), Bonn



Dr. Peter Dahlke

Justiziar des VATM

→ Regulatorischer Jugendwahn? ...

Die Diskussion um den Ausbau des Glasfasernetzes der DTAG hat eine regulierungspolitische Kontroverse über die Regulierung sogenannter „neuer Märkte“ ausgelöst (vgl. hierzu u.a. Monopolkommission, Sondergutachten 43, 2005, Tz. 183 ff.; Dietlein, K&R-Beilage 2/2006, 2; Henseler-Unger, K&R-Beilage 2/2006, 3, 4 f.). In dem am 17.05.2006 vorgelegten Regierungsentwurf für ein Gesetz zur Änderung TK-rechtlicher Vorschriften ist mit § 9a eine Regelung enthalten, die eine regulatorische Sonderbehandlung für solche Märkte zur Folge hätte. Darüber hinaus hat die BNetzA eine Anhörung zur Entwicklung eines Regulierungskonzepts für „neue Märkte“ durchgeführt (ABl. BNetzA 2006, 703).

1. Begriff des „neuen Marktes“

Analysiert man den Begriff des „neuen Marktes“, so zeigt sich, dass er eine wettbewerbspolitische Selbstverständlichkeit beschreibt: einen Markt, also einen Ort, an dem sich Angebot und Nachfrage treffen, der neu ist, den es also zuvor nicht gab. Damit wird einerseits ausdrücklich auf den wettbewerbsrechtlichen Marktbegriff verwiesen und andererseits ein zeitlicher Vergleichsmaßstab eingeführt. Ein neuer Markt ist daher ein solcher Markt, auf dem neu angebotene oder nachgefragte Güter gehandelt werden, die nach den allgemeinen wettbewerbsrechtlichen Kriterien keinem zuvor bestehenden Markt zuzuordnen sind. Dies bedeutet unter Anwendung des Bedarfsmarktkonzepts (Substituierbarkeit aus Nachfragersicht) zum einen, dass sich die einem „neuen Markt“ zuzuord-

nenden Güter qualitativ von den bisher auf den „alten Märkten“ angebotenen Gütern unterscheiden müssen. Sollte eine Nachbildbarkeit mit bereits bisher angebotenen Gütern möglich sein, so handelt es sich allenfalls um eine Produktevolution, die einem „alten Markt“ zuzuordnen wäre. Hinter dem Begriff des „neuen Marktes“ steht deshalb zum anderen nur eine phänomenologische Erscheinung, die als solche nicht geeignet ist, pauschal bestimmte regulierungsökonomische Schlussfolgerungen – etwa i.S.e. generellen regulatorischen Vorzugsbehandlung – zu rechtfertigen.

2. Rechtsrahmen zur elektromobilen Kommunikation

Vielmehr fordern auch die EG-rechtlichen Vorgaben, einen „neuen Markt“ i.R.d. sektorspezifischen Regulierung zumindest grundsätzlich wie jeden anderen Markt zu behandeln und lediglich unter bestimmten Voraussetzungen, die die Art der auf ihm gehandelten Güter betreffen, regulatorische Konsequenzen aus der Neuheit des Marktes zu ziehen. Diese Sonderbehandlung findet ihren Grund dann aber stets in den Besonderheiten der gehandelten Güter, nicht jedoch in der Einstufung des Marktes als „neuer Markt“.

Dieser Ansatz zeigt sich besonders deutlich in den richtlinienrechtlichen Vorgaben. So heißt es in Erwägungsgrund 27 der Rahmenrichtlinie (RRL), dass ein Marktführer auf einem neu entstehenden Markt über beträchtliche Marktmacht verfügen dürfte, „ohne dass ihm jedoch unangemessene Verpflichtungen auferlegt wer-

... die Behandlung „neuer Märkte“ im TK-Recht

den sollten.“ Daraus folgt, dass auch bei berechtigter Marktführerschaft auf neuen Märkten nur die Auferlegung unangemessener Verpflichtungen zu unterbleiben hat, nicht aber jegliche sektorspezifische Regulierung.

Demzufolge sieht Art. 15 Abs. 1 Satz 2 RRL für die Einbeziehung von Märkten in das Regulierungsregime als einziges Kriterium vor, ob die Merkmale des betreffenden Marktes die Auferlegung sektorspezifischer Vorabverpflichtungen rechtfertigen können. Damit fordert die RRL eine ökonomische Marktuntersuchung im Einzelfall, mit der eine grundsätzliche regulatorische Sonderbehandlung für „neue Märkte“ nicht in Einklang zu bringen wäre.

Dementsprechend ergibt sich auch aus den Leitlinien der Kommission zur Marktanalyse (ABl. EG 2002 Nr. C 165, 6), dass das Gemeinschaftsrecht grundsätzlich von der Einbeziehung „neuer Märkte“ in den Anwendungsbereich der Marktregulierung ausgeht. Zwar wird in Tz. 32 darauf hingewiesen, dass eine verfrühte Ex-ante-Regulierung die Wettbewerbsbedingungen auf einem neu entstehenden Markt unverhältnismäßig stark beeinflussen könnte. Es wird aber auch hervorgehoben, dass auf solchen neu entstehenden Märkten ein Wettbewerbsausschluss durch das führende Unternehmen zu verhindern ist.

Des Weiteren müssten die nationalen Regulierungsbehörden „jede Form einer frühen Ex-ante-Intervention auf einem neu entstehenden Markt begründen können.“ Daraus folgt, dass die Leitlinien ohne Weiteres von der

Möglichkeit regulatorischer Interventionen selbst in einer „frühen“ Marktphase ausgehen und nur die Notwendigkeit einer sorgfältigen Begründung für derartige Maßnahmen betonen.

Vor diesem Hintergrund kann eine grundsätzliche Sonderbehandlung auch nicht unter Hinweis auf Erwägungsgrund 15 der Märkteempfehlung (ABl. EG 2003 Nr. L 114, 45) gerechtfertigt werden, demzufolge „neue und sich abzeichnende Märkte, auf denen Marktmacht aufgrund von ‚Vorreitervorteilen‘ besteht, grundsätzlich nicht für eine Vorabregulierung in Betracht kommen sollen. Dies gilt insbesondere hinsichtlich der Vorgaben aus der RRL, die insoweit als Sekundärrecht einen normhierarchischen Vorrang vor den auf ihrer Grundlage ergangenen tertiären Ausführungsrechtsakten genießen. Vielmehr ist dieser Erwägungsgrund sekundärrechtskonform so zu lesen, dass eine Vorabregulierung auf Märkten dann ausscheidet, wenn dort bestehende Marktmacht ihren Grund ausschließlich in Vorreitervorteilen hat und mit ihrem Abbau durch die Wettbewerbskräfte auch ohne Maßnahmen der sektorspezifischen Regulierung zu rechnen ist. Der Erwägungsgrund kann demgegenüber nicht als Plädoyer für eine grundsätzliche Regulierungsfreistellung „neuer Märkte“ verstanden werden, die auch dann gelten würde, wenn strukturelle Wettbewerbshindernisse, wie die Abhängigkeit von Vorleistungen des Ex-Monopolisten, bestehen.

3. EG-Wettbewerbsrecht

Eine generelle Vorzugsbehandlung „neuer Märkte“ widerspräche über-

dies dem EG-Wettbewerbsrecht. Dieses überformt auch die sekundärrechtliche Marktregulierung, was insbesondere in der mehrfachen Bezugnahme auf das allgemeine Wettbewerbsrecht in Art. 14 und 15 RRL zum Ausdruck kommt. Insoweit hat die Kommission im „Wanadoo“-Fall (E. v. 16.07.2003 - Az. COMP/38.233) ausdrücklich entschieden, dass nichts in Art. 82 EG oder in der Rechtsprechung des EuGH auf eine Ausnahme von der Anwendung der Wettbewerbsregeln in „neuen Märkten“ hindeutet. Die Konsequenzen einer generellen Nichteinmischung in solche Märkte widersprechen auch dem vom EG-Vertrag verfolgten Ziel des unverfälschten Wettbewerbs.

Auch in ihrer Mitteilung über die Anwendung der Wettbewerbsregeln auf Zugangsvereinbarungen im TK-Bereich (98/C 265/02, ABl. EG 1998 Nr. C 265, 2, Tz. 91) hat die Kommission deutlich gemacht, dass eine Zugangsverweigerung auf einem „neuen Markt“ selbst unter dem Gesichtspunkt der Refinanzierung von Investitionen nur unter engen Voraussetzungen in Betracht kommt. Erforderlich sei jedenfalls eine Einzelfallprüfung. Darüber hinaus sei es gerade im TK-Bereich besonders wichtig, den Wettbewerb auch auf neuen Produkt- und Dienstmärkten sicherzustellen.

4. Konsequenzen für die Regulierungspraxis

Eine auch nur grundsätzliche Regulierungsfreistellung für „neue Märkte“ wird somit weder vom EG-Rechtsrahmen gefordert, noch stünde sie im Einklang mit Grundprinzipien des

EG-Wettbewerbsrechts. Sie ist weder *de lege lata* geboten, noch *de lege ferenda* vorzusehen. Vielmehr sind auch „neue Märkte“ der Telekommunikation im Verfahren nach §§ 9 ff. TKG auf ihre Regulierungsbedürftigkeit hin zu untersuchen und ggf. angemessen zu regulieren. Hierbei genießen solche Märkte bereits nach geltendem Recht ohnehin einen gewissen zeitlichen Schutz vor Regulierung. Dieser ergibt sich daraus, dass Maßnahmen der sektorspezifischen Regulierung grundsätzlich erst nach Abschluss eines Marktdefinitions- und Marktanalyseverfahrens zulässig sind und dieses erfahrungsgemäß (Koenig/Neumann, CR 2005, 487) zeitaufwendig ist. Eine Rechtfertigung für eine Regulierungsschutzfrist, die über diesen Aufschub hinausgeht, der einzig der normativen Kraft des Faktischen geschuldet ist, ist nicht ersichtlich. Vielmehr können zur Vermeidung solcher faktisch induzierten Verzögerungen vorläufige Regulierungseingriffe in „neue Märkte“ nach § 12 Abs. 2 Nr. 4 TKG geboten sein.

Im Rahmen der Marktdefinition nach § 10 TKG sind „neue Märkte“ wie alle Märkte nach den allgemeinen wettbewerbsrechtlichen Kriterien abzugrenzen (BT-Drs. 16/1209, S. 23). Diese fußen vor allem auf der Substituierbarkeit der gehandelten Güter. Entscheidend ist hierfür die funktionelle Austauschbarkeit aus Sicht der Abnehmer, nicht aber der Einsatz einer bestimmten Technologie. Die Marktabgrenzung ist somit per se ein technologieneutraler Vorgang. Aus der bloßen Tatsache, dass bei einem Gut eine neuartige Technologie zum

Einsatz gelangt, kann daher nicht folgen, dass dieses Gut auf einem „neuen Markt“ gehandelt wird, auch wenn natürlich die Austauschbarkeit von der Art und Weise der verwendeten Technologie beeinflusst sein kann.

Die wettbewerbsrechtliche Marktabgrenzung ist aber nicht auf die Substituierbarkeit der Güter beschränkt, sondern bezieht andere Abgrenzungskriterien mit ein. Insoweit ist vor allem daran zu erinnern, dass die Marktabgrenzung kein Erkenntnisprozess von naturwissenschaftlicher Genauigkeit ist, sondern als Mittel zur Ausfüllung rechtlicher Tatbestandsmerkmale stark wertende Elemente enthält. Dabei kommt dem Sinn und Zweck der jeweiligen Norm eine besonders ergebnisleitende Funktion zu (Wendland, in: Beck'scher TKG-Komm., 2. Aufl., 2000, Vor § 33 Rdnr. 7), im Rahmen der Marktregulierung also dem gesetzlichen Ziel, „durch technologieneutrale Regulierung den Wettbewerb im Bereich der Telekommunikation und leistungsfähige TK-Infrastrukturen zu fördern“ (§ 1 TKG).

Ein besonderer Schutz „neuer Märkte“ ist dem TKG somit fremd. Vielmehr stellt das Gesetz den Wettbewerbsgedanken in den Vordergrund und geht dabei davon aus, dass selbst die Förderung leistungsfähiger Infrastrukturen (und die Unterstützung von Innovationen, § 2 Abs. 2 Nr. 3 TKG) durch Regulierung und nicht etwa durch einen Verzicht auf Regulierung zu erreichen ist (hierzu ausf. Dahlke/Neumann, CR 2006, 377).

Dies spricht für eine Marktabgrenzung, die im Zweifel so zu erfolgen hat, dass regulatorische Maßnahmen möglich bleiben. Deshalb dürfen etwa keine allzu hohen Ansprüche an die Austauschbarkeit zweier Güter gestellt werden. Darüber hinaus darf es einem Anbieter nicht möglich sein, sich durch die Bündelung und gemeinsame Tarifierung von TK-Diensten und anderen Dienstleistungen der Marktregulierung zu entziehen (Koenig/Neumann, K&R-Beilage 3/2004, 1, 19). Jedenfalls solange das (Bündel-)Produkt so weit durch die typischen Merkmale von TK-Diensten geprägt ist, dass es dem entsprechenden Markt zugeordnet werden kann, handelt es sich mithin ohne Weiteres um einen TK-Markt im Sinne der Vorschriften des TKG zur Marktregulierung (vgl. auch Koenig/Neumann, a.a.O., S. 20).

Bei den im Rahmen der Marktdefinition auch zu beantwortenden Fragen, ob eine Tendenz zu wirksamem Wettbewerb besteht und ob das allgemeine Wettbewerbsrecht ausreicht, um einem etwaigen Marktversagen entgegenzuwirken (§ 10 Abs. 2 Satz 1 TKG), sowie – mit Blick auf die Stabilität der Marktmacht – bei der Marktanalyse ist insbesondere auch den Interdependenzen zwischen „alten“ und „neuen Märkten“ Rechnung zu tragen. Sie können vor allem zur Folge haben, dass die Marktmacht auf einem „neuen Markt“ nicht allein aufgrund von Vorreitervorteilen besteht, sondern auf Grund von strukturellen Wettbewerbsvorteilen (Kundenbindung, Zugriff auf bestehende Einrichtungen etc.).

Es wäre dann nicht damit zu rechnen, dass chancengleicher und nachhaltiger Wettbewerb auf diesem „neuen Markt“ allein durch die Wettbewerbskräfte ohne Maßnahmen der sektorspezifischen Regulierung entstehen kann. Auch auf einem solchen „neuen Markt“ sind daher regulatorische Eingriffe geboten, ohne dass angesichts der ohnehin bestehenden Marktführerschaft hierfür die Marktmachtvermutung des § 11 Abs. 1 Satz 5 TKG bemüht werden müsste (vgl. auch Endnote 92 der Marktanalyseleitlinien).

Auf den Entwicklungsgrad eines Marktes und Erwägungen der Investitionsanreizsetzung kann schließlich auf der dritten Stufe der Marktregulierung hinreichend Rücksicht genommen werden. Dies betrifft die Auswahl der Regulierungsinstrumente und insbesondere die Festlegung der Zugangsentgelte. Dieser Ansatz entspricht im Übrigen auch den gemeinschaftsrechtlichen Vorgaben: So sieht Art. 12 Abs. 2 lit. c der Zugangsrichtlinie (ZRL) ausdrücklich vor, dass die Regulierungsbehörde bei der Instrumentenauswahl den Anfangsinvestitionen des Netzbetreibers unter Berücksichtigung der Investitionsrisiken Rechnung tragen muss. Und insbesondere Erwägungsgrund 27 RRL geht ebenfalls von der Relevanz einer Einstufung als „neuer Markt“ erst bei der Auswahl der (angemessenen) Vorabverpflichtung aus.

Diese Vorgaben sind ausdrücklich im deutschen Recht abgebildet worden (§ 21 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3, § 31 Abs. 2 Satz 1 u. Abs. 4 Nr. 3 TKG). Insoweit ist freilich daran zu erinnern, dass die

Festlegung einer höheren Verzinsung für ein riskantes Vorleistungsprodukt nicht zu einer nach § 28 Abs. 2 Nr. 2 TKG unzulässigen Preis-Kosten-Schere führen darf, da dieser Maßstab nach § 35 Abs. 2 Satz 1 TKG auch im Rahmen einer Entgeltgenehmigung gilt.

Die Detailanalyse ergibt somit, dass auf Ebene der Marktdefinition und -analyse vorrangig dem Bedürfnis der Sicherstellung eines unverfälschten Wettbewerbs Rechnung zu tragen ist, wohingegen Anreize für Innovationen bei der Ausgestaltung der Zugangsregulierung erhalten werden können, wenn dies im Einzelfall wettbewerbspolitisch angezeigt ist. Wenn Marktmacht wirklich ausschließlich auf Vorreitervorteilen beruht und mit ihrem Abbau durch die Wettbewerbskräfte auch ohne Maßnahmen der sektorspezifischen Regulierung zu rechnen ist, dann wird der betreffende „neue Markt“ bereits nicht die Kriterien von § 10 Abs. 2 TKG erfüllen und somit – jedenfalls zunächst – unreguliert bleiben.

Ein derartiger Anreiz zu Innovationen und Investitionen ist aber nur dort gerechtfertigt, wo diese nicht lediglich als neues Mittel zur Perpetuierung bereits bestehender Marktmacht und zur Ausweitung bereits bestehender wettbewerblicher Probleme genutzt werden. Gerade bei „neuen Märkten“, auf denen solche Unternehmen über beträchtliche Marktmacht verfügen, die auf benachbarten Märkten reguliert werden, wird diese Voraussetzung im Regelfall nicht erfüllt sein.

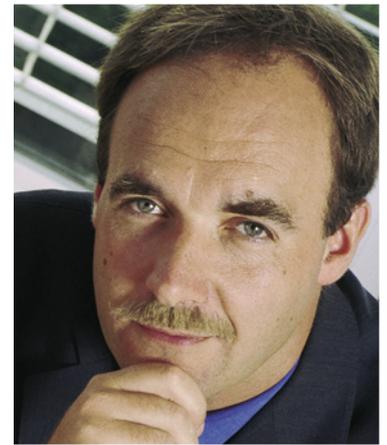
Veröffentlicht in:
MMR 6/2006, S. XXII

Statements

→ Billing- und Inkassoprozesse werden komplexer

Voice over IP, IPTV und 0900-Dienste und alles über schnelle, moderne Netze: Das sind die derzeitigen Herausforderungen der Telekommunikationsbranche in einem heiß umkämpften Markt. Damit man dem Wettbewerb stets einen Schritt voraus ist, kommt es immer häufiger zu Partnerschaften zwischen Festnetz- und Mobilfunkanbietern, Internet-Service-Providern und Hörfunk- und Fernsehsendern. Kooperierende Partner vertreiben ein gemeinsames Endprodukt. Die Herausforderung der Anbieter liegt dabei nicht allein in der technischen Umsetzung und den enormen Investitionen in neue Netze, die gesamten Abrechnungsvorgänge werden dadurch komplizierter. Bisher bekam der Nutzer jeweils eine Rechnung vom Festnetz-

und eine vom Mobilfunkanbieter und natürlich eine vom Kabelnetzbetreiber. Künftig wird er oft nur noch einen Vertragspartner haben und folglich auch eine konvergente, unterschiedliche Medien zusammenfassende, Rechnung erwarten. Dies führt zu sehr viel komplexeren Billing- und Inkassoprozessen. Denn jede Produkteinführung rechnet sich nur, wenn die zuverlässige und transparente Abrechnung sowohl unter den kooperierenden Partnern als auch für alle Endkunden garantiert werden kann. Wir als Clearinghouse- und Abrechnungspartner vieler Mitgliedsunternehmen binden jeden Partner in das gemeinsame Team ein und übernehmen bereits heute die Abrechnungsverantwortung für zukunftsorientierte Produktideen.



Rüdiger Weckwerth

Geschäftsführer Marketing/
Sales & Customer Service der
NEXNET GmbH

→ Wichtige Erweiterung von Offline-Billing

Mit der Erweiterung des „Offline-Billing-Regimes“ im vergangenen Jahr wurde ein enorm wichtiger Schritt hinsichtlich der Liberalisierung des Telekommunikationsmarktes in Deutschland getan. Inzwischen können eine Vielzahl von Verbindungnetzbetreibern alternative Abrechnungslösungen in Anspruch nehmen. Das deutsche Offline-Billing-Regime hat aber auch Strahlkraft ins Ausland entwickelt: So haben wir dem französischen Handelsministerium unsere Lösung vorgestellt und sind gebeten worden, weitere Informationen zu den einzelnen Abrechnungsschritten darzulegen.



Omar Khorsched

Vorstandsvorsitzender der
acoreus AG

Bilanz

→ Trend: Alternative Abrechnungsmodelle

Das im letzten Jahr von den Branchenverbänden VATM und Breko verabschiedete „Offline-Billing-Regime“ hat für alle Marktbeteiligten einen enormen Freiheitsgrad in der Abwicklung der Abrechnungsprozesse hervorgebracht. Das Jahr war von den Versuchen der Marktteilnehmer geprägt, unabhängig von der immer noch dominierenden Deutschen Telekom zu agieren. Dies ist sowohl immer mehr Teilnehmernetzbetreibern als auch Verbindungsnetzbetreibern gelungen. Sie haben alternative Abrechnungsangebote verstärkt genutzt. Durch die frühzeitige Entwicklung geeigneter Abrechnungsprozesse wurde insbesondere für die alternativen Teilnehmernetzbetreiber (TNB) die Möglichkeit geschaffen, Internet-by-Call und Mehrwertdienste anbieten und gegenüber ihren Endkunden abrechnen zu können.

Auf Basis des „Offline-Billing-Regimes“ müssen die alternativen Netzbetreiber Fakturierungs- und Inkasso-verträge abschließen, und zwar mit allen Service-Providern, die zum Beispiel Premium-Rate-Service-Rufnummern in ihren Netzen realisieren. Erst im Anschluss können die entsprechenden Rufnummerngassen wie 0900 in den Netzen freigeschaltet werden. Zudem musste das Abrechnungsproblem technisch gelöst werden, um die erreichten Service-Rufnummern durch die Teilnehmernetzbetreiber gegenüber den Endkunden in Rechnung stellen zu können. Hierfür wurden spezielle, hochautomatisierte Ver-

fahren entwickelt, die einerseits die Ermittlung des Teilnehmernetzbetreibers ermöglichen und andererseits die Fakturierung der Gespräche (Sprachverbindungen) für diesen übernehmen.

Die umfassende Steuerung und Abwicklung von Abrechnungsprozessen steht im Fokus der Verbindungsnetzbetreiber, die ihre Dienste den Kunden aller Teilnehmernetzbetreiber anbieten möchten. Hierfür ist eine Lösung notwendig, die drei wesentliche Aspekte für dieses Abrechnungsszenario abdeckt:

1. unterschiedlichste Namenskonventionen alternativer TNB verwalten zu können und im Kundendienst zu berücksichtigen;
2. die Leistungsdaten dem richtigen TNB für den jeweiligen Endkunden zuzuordnen;
3. die abzurechnenden Leistungs- und Kundendaten mit dem TNB auch über Übertragungswege ohne die Deutsche Telekom auszutauschen.

Ein Blick nach Frankreich zeigt, dass derartige Abrechnungsszenarien dort Neuland sind. Für das französische Handelsministerium ist die Abrechnung von Mehrwertdiensten eine außergewöhnliche Branchenlösung. So wurde die acoreus AG gebeten, für das französische Handelsministerium das „Offline-Billing-Regime“ innerhalb einer Studie darzustellen. Diese Darstellung stieß auf hohes Interesse, denn in Frankreich fehlt es bislang an einer solchen marktreifen Lösung.

→ Zentrales Thema TKG-Änderungsgesetz

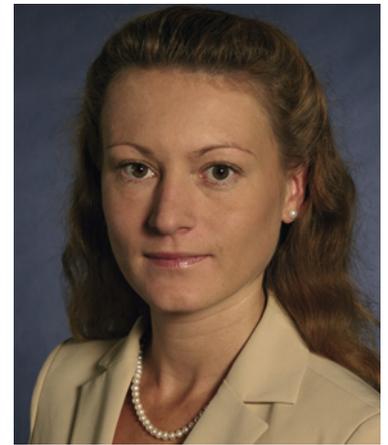
Das Thema, über das 2006 im politischen Berlin in der Telekommunikationsbranche am meisten diskutiert wurde, war zweifelsohne das TKG-Änderungsgesetz. Zwar wurden auf den verschiedensten parlamentarischen Veranstaltungen von Verbänden und Unternehmen, wie etwa dem „Treff im Atrium“ der Deutschen Telekom AG (DTAG) oder dem VATM-Telekompass Berlin Mitte, auch über die im neuen TKG enthaltenen verbraucherrechtlichen Themen debattiert. Auch unsere Verbandsforderungen nach effizienteren Regulierungsverfahren standen im Fokus der öffentlichen Diskussion. Am meisten gerungen wurde jedoch um die Frage eines Regulierungsverzichtes für bestimmte Infrastrukturinvestitionen.

Begonnen hatte die Debatte bereits nach den Neuwahlen zum Deutschen Bundestag im Herbst 2005. Offiziell ging es um das politisch unumstrittene Ziel, Investitionen in Breitbandinfrastrukturen und Innovationen stärker als bisher zu fördern. Auseinander gehen die Meinungen bei der Beantwortung der Frage, wie sich dieses Ziel erreichen lässt. Laut Koalitionsvertrag „sind die durch entsprechende Investitionen entstehenden neuen Märkte für einen gewissen Zeitraum von Regulierungseingriffen freizustellen, um für den Investor die notwendige Planungssicherheit herzustellen. Eine gesetzliche Absicherung ist in die zu verabschiedende Novelle des Telekommunikationsgesetzes aufzunehmen.“ Dem folgend wurde das TKG-ÄndG formuliert und zum Jahresende von Bundestag und Bundesrat verabschiedet.

Der Kern des Problems liegt darin, dass es in Deutschland nur ein Unternehmen gibt, das von einem Regulierungsverzicht profitiert: die Deutsche Telekom AG, die bislang als einziges Unternehmen im Bereich der Teilnehmeranschlussleitung der staatlichen Regulierung unterliegt.

Konkret geht es nun um die Frage, ob Wettbewerber Zugang zu dem neuen Glasfasernetzabschnitt der DTAG erhalten oder ob hier im Bereich der Teilnehmeranschlussleitung ein neues Monopol geschaffen wird. Diese Frage wird massive Auswirkungen auf die weitere Entwicklung des im Standortwettbewerb so wichtigen Breitbandmarktes haben. Die Erfahrungen aus der Einführung von DSL belegen, dass eine positive Entwicklung des Breitbandmarktes erst mit verbesserten Wettbewerbsbedingungen zu verzeichnen war. In etlichen Schreiben an politische Entscheidungsträger, im Rahmen von Gesprächen und auf zahlreichen Diskussionsveranstaltungen sowie durch intensive Pressearbeit haben wir davor gewarnt, diese Erfolge durch die Schaffung neuer Monopole wieder zunichte zu machen.

Unsere an die Politik gerichtete Forderung ist es nach wie vor, für Rahmenbedingungen zu sorgen, die Rechts- und Planungssicherheit für alle Unternehmen im Markt gewährleisten. Denn diese ist die beste Grundlage, um Innovations- und Investitionsimpulse im gesamten Telekommunikationsmarkt freizusetzen.



Solveig Orłowski
Leiterin VATM-Büro Berlin



Michael Hattermann
Leiter VATM-Büro Brüssel



Bericht aus Brüssel

→ EU-Review und deutsche Ratspräsidentschaft

Das beherrschende Telekommunikationsthema in Brüssel war im abgelaufenen Jahr der sogenannte EU-Review, mit dem der EG-Rechtsrahmen für elektronische Kommunikationsnetze und -dienste in Gänze überarbeitet werden soll. Die Kommission will mit dem Review die Weichen für Wettbewerb und Innovation neu stellen und das Wiedererstarken von ehemaligen Monopolen verhindern. Mit Investitionsanreizen und Innovationsförderung soll die EU nach der Lissabon-Strategie bis zum Jahr 2010 „zum wettbewerbsfähigsten und dynamischsten wissensbasierten Wirtschaftstraum der Welt“ werden.

Seit der dauerhaften Besetzung des Brüsseler Büros im April 2006 vertritt der VATM die Interessen seiner Mitgliedsunternehmen direkt vor Ort. Die unmittelbare Nähe zu den EU-Institutionen ermöglicht dem Verband dabei einen intensiven Dialog und Meinungsaustausch mit Entscheidungsträgern aus Kommission und Ministerrat sowie den Abgeordneten des Europäischen Parlaments.

Dass die deutschen Wettbewerbsunternehmen nun auch in Brüssel wahrgenommen werden und ihre Interessen ein offenes Ohr finden, wurde unter anderem durch den Parlamentarischen Abend des VATM am 8. November deutlich. Hier trat nicht nur EU-Kommissarin Viviane Reding mit einem klaren Bekenntnis zum Wettbewerb als Key-Note-Speaker auf. Mehr als 150 Gäste, darunter viele Entscheidungsträger aus Kommission und Parlament, nutzten den Abend zu ausführlichen Gesprächen.

Auch im Jahr 2007 wird uns der EU-Review weiter beschäftigen. Von besonderer Relevanz dürfte die Veröffentlichung des Legislativvorschlags der Kommission sein, die im ersten Quartal an das Europäische Parlament und den EU-Ministerrat übermittelt werden.

Von gleicher Bedeutung gerade für die deutschen TK-Unternehmen wird die Frage sein, ob sich Bundeskanzlerin Merkel als Ratspräsidentin ohne Rücksicht auf die Interessen einzelner Unternehmen zum Wettbewerb im Telekommunikationsmarkt bekennt.

EU-Kommissarin Viviane Reding mit klarem Bekenntnis pro Wettbewerb beim Parlamentarischen Abend des VATM am 8.11.2006 in Brüssel



→ Deutscher TK-Markt in USA unter Beobachtung

Für US-Behörden und -Organisationen gehört Deutschland zu den wichtigsten TK-Märkten. Vor allem die TKG-Novelle und das Thema „Regulierungsferien“ fanden 2006 großes Interesse in Washington und mündeten in zahlreiche Anfragen seitens der US-Regierung. Der US-Handelsbeauftragte USTR hat aufgrund von Beschwerden des größten US-amerikanischen Wettbewerbersverbandes CompTel Deutschland im Frühjahr 2006 auf die schwarze Liste gesetzt und potenzielle WTO-Verletzungen durch die Einführung von „Regulierungsferien“, mangelnde Bereitstellung von Mietleitungen, zu hohe Terminierungsentgelte usw. festgestellt. Diese Problemfelder haben US-Vertreter in den vergangenen Monaten mehrfach und nachdrücklich gegenüber der deutschen Regierung und der Bundesnetzagentur auf verschiedenen Ebenen angesprochen. Die US-Presse hat insbesondere die Themen „Vorratsdatenspeicherung“ und „Regulierungsferien“ aufgegriffen und ausführlich über die Wettbewerbssituation in Deutschland berichtet.

Schwerpunkt der Tätigkeit des „Washington Office“ ist es, die Positionen der in Deutschland tätigen Wettbewerber in den USA zu verdeutlichen und aktuelle Anfragen zu beantworten. Dazu werden enge Kontakte mit den Institutionen in Washington DC, insbesondere mit der Federal Communications Commission (FCC), dem State Department, dem Department of Commerce, dem US Trade Representative und der Deutschen Botschaft unterhalten. Außerdem besteht ein regelmäßiger Austausch mit der CompTel, die ebenfalls in Washington

ansässig ist. Das Washington Office pflegt darüber hinaus gute Beziehungen zur ITAA, der einflussreichen Information Technology Association of America, die zum Beispiel in Fragen der Vorratsdatenspeicherung in Europa mit dem VATM gemeinsame Interessen hat.

Als „Frühwarnsystem“ unterrichtet das Büro regelmäßig über neueste rechtliche Entwicklungen in den USA, zum Beispiel über neue FCC-Verfahren, die potenziell Auswirkungen auf Deutschland haben (im Jahr 2006 vor allem Voice over IP/Internettelefonie, Zusammenschlüsse der US-Incumbents oder Fragen der Sicherung der „Netzneutralität“), und unterstützt den VATM bei der Abfassung von Positionspapieren. Und schließlich werden auch Treffen mit ausländischen Regierungsvertretern in den USA, zum Beispiel im Rahmen von Besuchen von Vertretern der Regulierungsbehörde, organisiert und auf Wunsch US-Kontakte für VATM-Mitglieder vermittelt.

Höhepunkt der Arbeit im Jahr 2006 war ein mehrtägiger Besuch von VATM-Präsident Eickers im Frühjahr in Washington DC. Auf dem Besuchsprogramm standen zahlreiche Treffen mit Vertretern der FCC, von US-Regierungsbehörden, des US-Kongresses und der Deutschen Botschaft sowie Informationsbesuche bei den Organisationen CompTel und ITAA. Bei den Treffen ging es insbesondere darum, die Position der Wettbewerber in Deutschland zu erläutern, Entwicklungen zu erörtern und Erfahrungen zur Regulierung auszutauschen.



Axel Spies

Bingham McCutchen LLP
VATM-„Washington Office“



Dr. Eva-Maria Ritter

Leiterin Kommunikation & PR
des VATM

Rückblick auf die Pressearbeit

→ Kommunikation 2006 ...

Das Jahr 2006 war auch aus Sicht der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ein sehr erfolgreiches Jahr. Wie schon im Vorjahr konnten die Verbandspositionen wieder in rund 1.500 Veröffentlichungen in Print- und Online-Medien, Hörfunk und Fernsehen platziert werden. Dazu haben wir knapp 50 Pressemitteilungen herausgegeben, Pressekonferenzen und Hintergrundgespräche geführt, unzählige Statements abgegeben und etliche Anfragen seitens der Medien beantwortet.

Der inhaltliche Schwerpunkt lag dabei wie bei der Verbandsarbeit insgesamt natürlich auf der TKG-Novelle, die die Medien das gesamte Jahr hindurch beschäftigt hat. Hier ist es uns insbesondere gelungen, etliche Behauptungen der Deutschen Telekom zu widerlegen, so zum Beispiel die, dass die schlechte wirtschaftliche Lage des Incumbents durch eine außerordentlich harte Regulierung in Deutschland bedingt sei. Wir konnten aber im Zuge der Berichterstattung zur TKG-Novelle das Augenmerk vieler Journalisten auch auf Themen lenken, bei denen angesichts der medialen Betonung der „Regulierungsferien“ für die Telekom die Gefahr des Wegfallens bestand. So etwa bei der Ermächtigungsgrundlage für die Entschädigungsverordnung, bei Verbraucherschutzregelungen oder bei der Verschärfung der Haftung für TK-Anbieter. Insgesamt ist es im Zuge der parlamentarischen Beratungen des TKG-Änderungsgesetzes aufgrund der guten Pressekontakte des VATM zu den verschiedensten

Anlässen gelungen, Presseveröffentlichungen im unmittelbaren Vorfeld wichtiger Sitzungen oder Anhörungen zu platzieren.

Weitere wichtige Themen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des VATM 2006 waren die Mobilfunkentgelte (Roaming und Terminierung), unsere Marktzahlen, die regelmäßig nicht nur von den Journalisten, sondern auch von Analysten und der Politik mit besonderem Interesse aufgegriffen werden, verschiedene Standardangebote der Telekom wie Bitstream-Access oder DSL Resale, die Umstellung der 0190er- auf die 0900er-Nummern sowie der EU-Review, der uns auch in den kommenden Monaten intensiv beschäftigen wird.

Mit der Ausweitung der Aktivitäten in Brüssel einher ging im vergangenen Jahr auch der Aufbau von Kontakten zu Journalisten am Standort der EU-Kommission. Dieser stellt sich zwar nicht ganz einfach dar, weil viele Redakteure der in Brüssel ansässigen Medien für die verschiedensten Themen zuständig sind und daher viele Berichte um den knappen Platz in den Zeitungen und Zeitschriften konkurrieren. Gleichwohl ist es gelungen, hier erste vielversprechende Bande zu knüpfen. Für die weitere Kommunikation in Richtung EU steht ein breiter Presseverteiler bereit.

Wir freuen uns auf die Kommunikation der auch im neuen Jahr sicher spannenden Themen im TK-Markt.

➔ ... der VATM macht Schlagzeilen

Bild-Zeitung, 27.09.2006

Jeder Fünfte hat schon DSL-Anschluss

Eine Studie des Branchenverbandes VATM schätzt die Zahl der superschnellen DSL-Anschlüsse auf 15,6 Mio.

FTD, 23.11.2006

Große Koalition der Monopolbeschützer

Kommentar: VATM-Präsident Gerd Eickers kritisiert den wirtschafts-politischen Kurs der Bundesregierung bei der TKG-Novelle.

FAZ, 28.11.2006

Die Lex Telekom

Kommentar: Die Politik bremst die Regulierung – zum Schaden des Wettbewerbs

dpa, 23.11.2006

VATM erwartet Preiseinbruch ...

Nach Einschätzung des VATM dürfen sich Urlauber und Geschäftsreisende bald auf günstigere Handygespräche in der EU freuen, sollten die Pläne der Kommission zum internationalen Roaming umgesetzt werden.

FTD, 10.07.2006

Industrie kritisiert geringe Regulierung ...

Dadurch, dass der Bundesrat der Ausnahmeregelung für ein schnelles Netz zugestimmt hat, hat die Telekom es wieder einmal geschafft, politisch ihre Interessen durchzusetzen und eine durch den Wettbewerb notwendig gewordene Aufrüstung ihres Glasfasernetzes als Innovation zu verkaufen, kritisiert VATM-Geschäftsführer Jürgen Grützner.

Wirtschaftswoche, 11.09.2006

Zu viele Tabus

Drei Mrd. Euro will die Telekom in das neue Glasfasernetz investieren, allerdings müsse die Telekom die Preise für DSL selbst festlegen dürfen und nicht die Bundesnetzagentur. Jürgen Grützner, Geschäftsführer des VATM, wittert hier ein neues Monopol der Telekom: „Wir wollen das Netz zu fair regulierten Preisen mitbenutzen.“



Harald Stöber

Vizepräsident des VATM und
Vorstandsvorsitzender
der Arcor AG & Co. KG

→ Die TK-Märkte im Jahr 2007

Die Telekommunikationsbranche wird auch 2007 in der Erfolgsspur bleiben. Europaweit sollen die TK-Märkte im kommenden Jahr ein Volumen von 345 Mrd. Euro erreichen. Der deutsche Anteil daran dürfte bei mindestens 20 Prozent liegen. Wie in den vergangenen Jahren wird die Telekommunikation in Deutschland auch 2007 ein Treiber der Wirtschaft sein. Insbesondere die Nachfrage nach Breitbandanschlüssen und die dazu erforderlichen Investitionen der Infrastrukturanbieter lassen den Markt schneller wachsen als andere Branchen.

Das Gesamtinvestitionsvolumen der TK-Branche für Deutschland dürfte 2007 im Vergleich zum Vorjahr weiter steigen. Ein Großteil der Ausgaben wird dabei in die Umstellung der Übertragungsnetze auf IP-Technik (NGN Next Generation Networks) sowie in den Ausbau und die Aufrüstung der DSL-Netze für möglichst flächendeckende und hochbitratige Angebote fließen. Denn innerhalb des vergangenen Jahres sind die Erwartungen an die Übertragungsgeschwindigkeit eines Standard-DSL-Anschlusses deutlich gestiegen.

Breitband auch künftig ein Wachstumsmarkt

Auch für 2007 gehen wir davon aus, dass die Zahl der Breitbandanschlüsse weiter kräftig wächst, mit einer deutlichen Dominanz der DSL-Anschlüsse gegenüber anderen Anschlussarten. Bis zum Jahresende sollte ihre Zahl zwischen 17 und 20 Mio. liegen. Das jährlich um fast 30 Prozent steigende Volumen des Internet-Verkehrs unter-

streicht die steigende Nachfrage nach breitbandigen Diensten.

Als Alternativen zu DSL werden nach wie vor mobile Technologien wie UMTS, WLAN und WiMAX diskutiert. Wie stark sich diese im Markt durchsetzen werden, ist derzeit aber noch offen. Einzig die WLAN-Evolution wird in den kommenden Jahren für weiter steigende Übertragungsraten sorgen, verbunden mit einer weiteren Zunahme der Hotspot-Dichte. Für die Ballungsräume gehen wir sogar von einer vollständigen WLAN-Abdeckung aus. Bei der Verfügbarkeit und Nutzung von WLAN liegt Deutschland im internationalen Vergleich schon jetzt an zweiter Stelle hinter den USA und wird diese Stellung bis 2010 weiter ausbauen. Nach drei Jahren der Stagnation zeichnet sich hier in jüngster Zeit durch das Auftreten neuer Wettbewerber erstmals wieder Bewegung im Markt ab.

Breitband als Basis für innovative Dienste

Die zunehmende Verbreitung der Breitbandanschlüsse in den Privathaushalten, insbesondere durch den rasanten DSL-Ausbau und die rasche Verbreitung von Hotspots, WLAN-Routern und VoIP-fähigen TK-Anlagen in Deutschland, ermöglicht zahlreiche neue Anwendungen und preiswerte Bündelprodukte aus Festnetz, Mobilfunk und Internet. Vor allem Voice-over-IP (VoIP), das Telefonieren über das Internet, gewinnt weiter an Bedeutung. Bei standortübergreifenden Lösungen beispielsweise stellen immer mehr Unternehmen auf IP-basierte Firmennetze, sogenannte „IP-

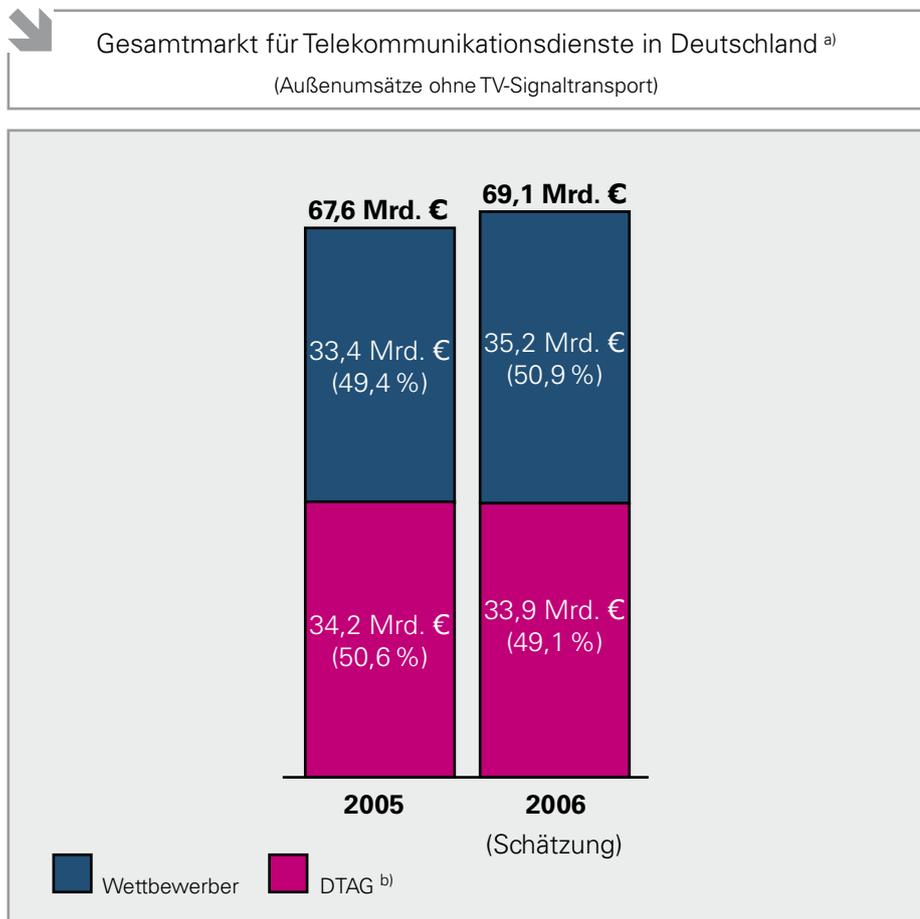
VPNs“; um. Mehr als 60 Telefonfirmen bieten in Deutschland bereits VoIP-Telefondienste für Endkunden an. Dieser Trend wird sich auch im kommenden Jahr weiter verstärken.

Allerdings geht die Entwicklung qualitativ in verschiedene Richtungen. Langfristig werden die Kunden voraussichtlich zwischen zwei unter-

ches dieser Angebote vorwiegend genutzt wird.

Trend-Thema: Triple Play

Nach wie vor ist „Triple Play“, das kombinierte Angebot aus Telefon, Internet und TV, ein absolutes Trendthema. Dabei liegt das Augenmerk hauptsächlich auf der Übertragung von TV-Inhalten über das Internet als „IPTV“



Quelle:
DIALOG CONSULT/VATM-Analysen
und -Prognosen

a) Inkl. Datendienste, Interconnection, Mietleitungen und Endgeräte; ohne Dienste zur Verteilung von TV-Inhalten.
b) Nur Deutschland, inkl. Mobilfunk, inkl. Endkundenumsätze neuer Carrier, die über DTAG abgerechnet werden.

schiedlichen Sprachprodukten bei VoIP wählen können: einem qualitativ hochwertigen Produkt ihres bevorzugten Telefondienstleisters, das in puncto Sprachqualität dem der heutigen digitalen Telefonnetze gleichkommt, und einem preiswerten oder sogar kostenfreien Sprachangebot, das über das öffentliche Internet realisiert wird. Am Ende entscheidet der Kunde, wel-

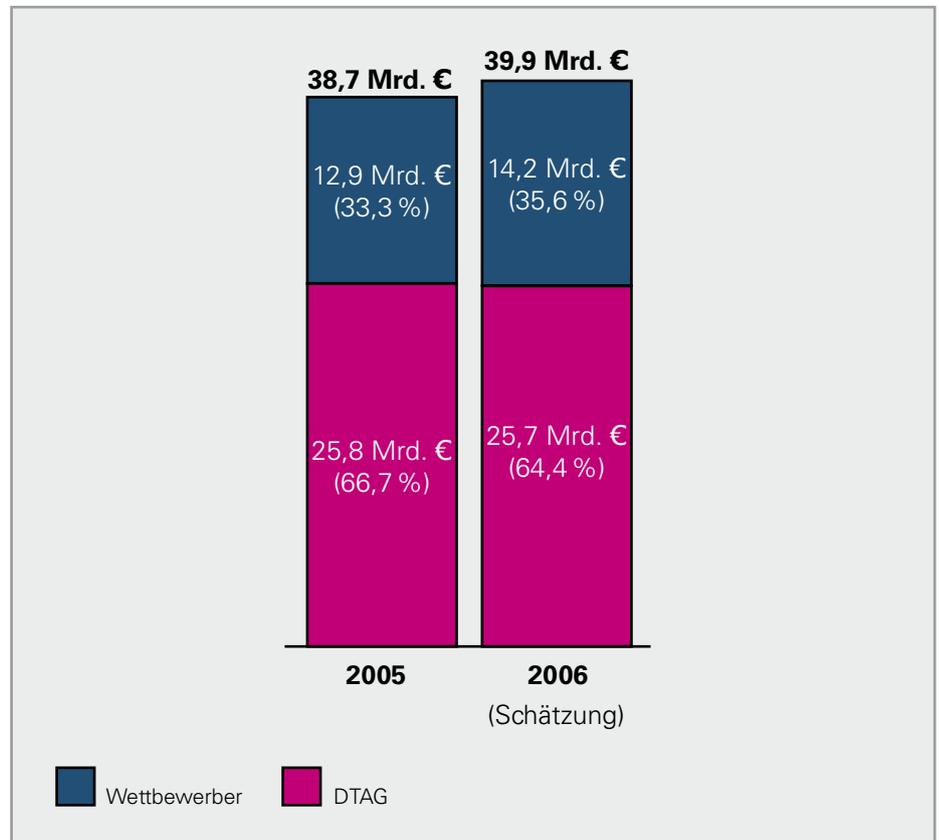
IPTV dürfte sowohl die Fernsehlandschaft als auch das Internet in den kommenden Jahren nachhaltig verändern. Nach ersten Angeboten in diesem Jahr, vor allem von den großen Festnetz- und Mobilfunkanbietern, werden im kommenden Jahr weitere Unternehmen Fernsehangebote mit in ihr Portfolio nehmen. Die TK-Firmen stehen hier auch im Wettbewerb

mit den Sendeanstalten und müssen nun entscheiden, ob sie schon jetzt in Content-Angebote einsteigen und eigene Medienkompetenz aufbauen oder den Markt zunächst weiter be-

damit weiter daran, das Marktpotenzial auch kleiner Zielgruppen stärker auszuschöpfen. Zudem werden neue Anwendungen erschlossen, die zur Steigerung des Umsatzes pro Kunde

Entwicklung des Marktes für Festnetzdienste in Deutschland nach Umsatz einschließlich Internet, IN-Dienste, Mietleitungen, Datendienste, Inter-carrierumsatz ^{a)}

Quelle:
DIALOG CONSULT/VATM-Analysen
und -Prognosen



a) Nahezu alle alternativen Festnetzcarrier müssen Inter-carrier-Leistungen (z.B. Interconnection, Festverbindungen, Teilnehmeranschlussleitungen, Technikräume) bei der Deutschen Telekom einkaufen und tragen so zusätzlich zu deren Umsatz bei.

obachten und zu gegebener Zeit mit Medienunternehmen kooperieren.

Mobilfunk-Doppelstrategie: SIM-Only und DSL

Auf dem deutschen Markt agiert inzwischen ein knappes Dutzend Mobilfunk-Discounter und verschärft insbesondere den Preiswettbewerb. Durch immer neue Discounter und Billigstrategien setzt sich der Trend zur zweiten oder dritten SIM-Karte weiter fort. Die Mobilfunkanbieter arbeiten

beitragen. Die Mobilfunkpenetration wird dadurch in Deutschland weiter ansteigen. Bis Ende 2007 könnte die Zahl der Mobiltelefonanschlüsse (aktive SIM-Karten) bei rund 90 Millionen liegen. Bis Ende 2010 könnten es sogar 100 Millionen werden, was einer Penetration von 120 Prozent entspräche. Die schon im vergangenen Jahr zu beobachtende Zunahme der abgehenden Verbindungsminuten aus den Mobilfunknetzen wird in der Folge auch 2007 wieder deutlich zulegen.

Seit Anfang August 2006 gibt es in Deutschland mehr Mobilfunkanschlüsse als Einwohner. Potenzial für weiteres Wachstum sehen die Mobilfunk-Netzbetreiber in der Vermarktung von DSL-Festnetzanschlüssen und in der Substitution von Festnetztelefonaten.

Konvergenz: erste Dual-Mode-Lösungen

Zusätzlichen Komfort beim Telefonieren bieten Festnetzanbieter mit innovativen „Dual-Mode“-Endgeräten. Die neuen, kombinierten Angebote verbinden die Vorteile von Mobilfunk und Festnetz. Zu „Dual-Mode“, den praktischen Telefonen, die sowohl über die Mobilfunknetze als auch via DSL und WLAN eine Gesprächsverbindung aufnehmen können, erwarten wir im kommenden Jahr eine zusätzliche Auswahl an Endgeräten.

Internet reloaded – DSL und Web 2.0 verändern die Mediennutzung

Angetrieben durch schnellere Zugangswege in Verbindung mit multimedialen Anwendungen und Web 2.0 erlebt das Internet zurzeit eine zweite Gründerzeit. Zum einen hat sich mit dem Internet neben den „klassischen“ Verbreitungswegen via Antenne, Kabel oder Satellit ein weiterer Distributionskanal für den Empfang von TV und Radio oder Video-on-Demand herausgebildet. Zum anderen werden die Nutzer selbst aktiv, indem sie das Web um eigene Inhalte bereichern. Das Internet wird nicht mehr nur als Plattform für eine Vielzahl von Dienstleistungen aus dem Kommunikations-, Informations- und Unterhaltungsbereich erlebt. Der aktive Konsument und Produzent steht im

Fokus, der über Blogs, Podcasts, Foren, Tauschbörsen, Bildergalerien etc. aktiv am Geschehen teilnimmt. Denn über DSL lassen sich schon heute Nachrichten, Bilder und Videos schnell einstellen oder downloaden. Damit nimmt die Internetnutzung weiter zu.

Regulierung in Deutschland beibehalten

Die Ergebnisse der diesjährigen Marktstudie des VATM zeichnen ein grundsätzlich positives Bild der Wettbewerbsentwicklung in Deutschland. Für einen generellen Abbau von Regulierung ist es jedoch noch deutlich zu früh. Denn auch acht Jahre nach der Liberalisierung ist die Deutsche Telekom bis auf den Mobilfunk-Bereich überall deutlich marktbeherrschend, insbesondere auf den für den Wettbewerb so wichtigen Vorleistungsmärkten.

Mit allem Nachdruck werden wir uns als alternative Netzbetreiber in Deutschland auch 2007 gegen die Forderung der Deutschen Telekom nach „Regulierungsferien“ beim VDSL-Glasfaserausbau einsetzen. Im Bereich der Teilnehmeranschlussleitung hat die Telekom nach wie vor einen Marktanteil von deutlich über 90 Prozent aller Anschlüsse. Eine Ausnahme von der Regulierung würde daher zwangsläufig zu einem neuen Monopol führen – und das mit politischer Rückendeckung.

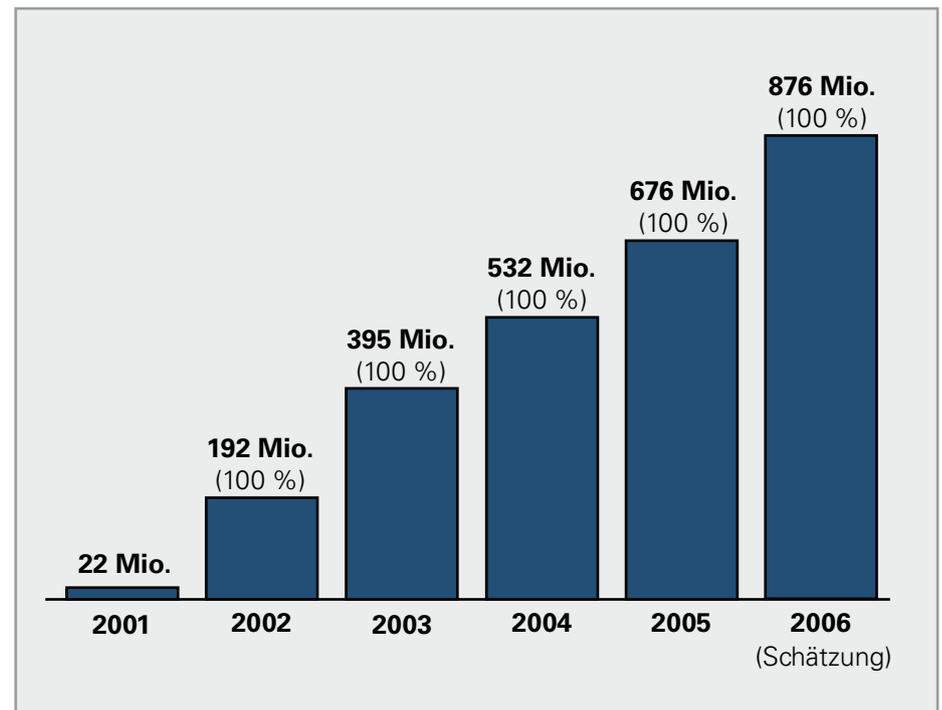
Hinzu kommt, dass Deutschland trotz der sehr hohen Zuwachsraten in diesem Jahr in der Breitbandversorgung im europäischen Vergleich nach wie vor hinterherhinkt. Hier sind Politik und Regulierer gefordert, mit wettbe-

werbsfreundlichen Rahmenbedingungen und Entscheidungen die nötige Planungssicherheit für alle Anbieter zu gewährleisten.

Getrieben durch das DSL-Anschlusswachstum steigt auch das Breitband-Verkehrsvolumen in Deutschland im Jahr 2006 gegenüber dem Vorjahr um knapp 30 Prozent

↙ Volumenentwicklung Breitband-Internet-Verkehr in Deutschland (GB pro Jahr)

Quelle:
DIALOG CONSULT/VATM-Analysen
und -Prognosen



→ Der Verband stellt sich vor

Mit der Liberalisierung des bundesdeutschen Telekommunikationsmarktes im Jahr 1998 entstanden nicht über Nacht oder gar automatisch chancengleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Marktteilnehmer. Da sich die politischen und wirtschaftlich verlässlichen Rahmenbedingungen für fairen Wettbewerb auf einem bis dahin monopolisierten Markt nicht durch

lichen wie auch im privaten Bereich deutlich günstiger als vor Beginn der Marktliberalisierung. Die privaten Telekommunikationsunternehmen zeichnen seit der Marktöffnung 1998 für Investitionen in Telekommunikations-Sachanlagen in Höhe von rund 33 Mrd. Euro verantwortlich und haben Stand Ende 2006 über 50.000 wettbewerbsfähige und zukunftssi-



Zur Verbandsarbeit gehört der regelmäßige Meinungsaustausch mit Politik und Regulierern ...

einzelne Unternehmen isoliert durchsetzen lassen, haben mehr als fünfzig der im deutschen Markt aktiven Telekommunikations- und Multimediaunternehmen ihre Kräfte gebündelt und sich 1997 im VATM zusammengeschlossen. Trotz heterogener Unternehmensinteressen ist das Motto „Wettbewerb verbindet“ die Basis ihres gemeinsamen Engagements. Seit einiger Zeit sind die Erfolge des Wettbewerbs spürbar. Preise, Service und Angebotsvielfalt gestalten sich für Endkunden sowohl im gewerb-

chere Arbeitsplätze in Deutschland geschaffen. Von den Wettbewerbsunternehmen gehen zudem stetig deutliche Wachstumsimpulse für die deutsche Volkswirtschaft aus.

Unsere Mitglieder

Die Mitgliedsunternehmen des VATM sind zum großen Teil Töchter oder Beteiligungen von Firmen aus Europa und Übersee. Sie bieten komplette Telekommunikationsdienstleistungen an oder bedienen Teilbereiche: Festnetzanbieter, Mobilfunkunternehmen,

Service-Provider (Internet und Sprachtelefonie) sowie Mehrwertdiensteanbieter mit Mail- und Fax-Diensten, Service-Rufnummern, Auskunftsservices oder Call Centern. Von einer Mitgliedschaft im VATM ausgenommen sind Hersteller- und Handelsunternehmen sowie die Deutsche Telekom AG.

Unsere Aufgaben und Ziele

Derzeit erwirtschaften unsere Mitglieder rund 80 Prozent des von privaten Anbietern erzielten Gesamtumsatzes auf dem deutschen Markt. Der VATM ist damit die Interessenvertretung der privaten Telekommunikationswirtschaft schlechthin. Um optimale Marktbedingungen zu schaffen setzt sich der Verband unter anderem für verlässliche Investitions- und Planungsbedingungen ein. Indem er die wirtschaftliche Effizienz des Wirkens seiner Mitgliedsunternehmen unterstützt, fördert er die Liberalisierungs- und Deregulierungsprozesse der gesamten Branche.

Sparten

Jedes ordentliche Mitglied entscheidet sich gemäß seinem Hauptgeschäftsfeld für den Eintritt in eine der folgenden Sparten:

- deutschlandweit operierende Festnetzanbieter mit den Segmenten Backbone-/Access-Provider und Verbindungsnetzbetreiber sowie internationale Carrier
- regional operierende Festnetzanbieter
- Mobilfunkanbieter mit den Segmenten Mobilfunknetzbetreiber und Servicebetreiber
- Dienste- und Contentanbieter mit den Segmenten Internet-Service-

Provider und Mehrwert-/Auskunftsdiensteanbieter.

Die Sparten organisieren sich selbst. Mitglieder der einzelnen Sparten können an den Sitzungen der übrigen Sparten teilnehmen, jedoch ohne Stimmrecht. Ziel des intensiven Informations- und Erfahrungsaustausches ist die Meinungsbildung und das Formulieren gemeinsamer Interessen. Jede Sparte (beziehungsweise deren Segmente) ist mit je einem Vertreter im Präsidium vertreten. Die Präsidiumsmitglieder sind für die Koordination der spartenspezifischen Themen zuständig und geben die in den Sparten gebildete Meinung zur Behandlung ins Präsidium. Auf dieser Grundlage trifft das Präsidium Entscheidungen für Aktionen des Verbandes und zur adäquaten Kommunikation in der Öffentlichkeit.

Verbandsarbeit – kompetent und effektiv

Inhaltliches Herzstück der Verbandsarbeit sind die Aktivitäten der VATM-Mitglieder in den Sparten und Arbeitskreisen.

Arbeitskreise

Die Meinungsbildung und Beratung spartenübergreifender Themen erfolgt in Arbeitskreisen, die allen Mitgliedern offen stehen:

- Arbeitskreis (AK) Recht und Regulierung
- AK Presse und Öffentlichkeitsarbeit
- AK Sicherheit und Datenschutz
- AK Lobby (Lobby-Gruppe)
- AK Europäische Union
- AK Fakturierung und Inkasso

VATM-Geschäftsstelle

Sitz des Verbandes ist Berlin. Der VATM unterhält außerdem Büros in Köln und Brüssel. Die Geschäftsstelle des VATM zeichnet gegenüber dem Präsidium und der Mitgliederversammlung verantwortlich.

Wettbewerbsbedingungen unterhält der VATM enge Kontakte zu anderen nationalen und internationalen Branchenvertretungen. Neben dem BDI und dem DIHK pflegen wir Verbindungen zu europäischen und amerikanischen Branchenverbänden.



... ebenso wie die regelmäßige Information der Presse ...

Enge Kontakte zu Entscheidungsträgern und Märkten weltweit

Unsere Büros in Berlin, Köln und Brüssel pflegen intensive Kontakte zu allen branchenrelevanten Institutionen und politischen Entscheidungsträgern auf Bundes- wie auf EU-Ebene. Zu unseren festen Ansprechpartnern zählen Vertreter aus dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, dem Bundesfinanzministerium, dem Bundeskanzleramt, dem Bundeskartellamt, der Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen, den Fraktionen im Deutschen Bundestag, der Europäischen Kommission und des Europäischen Parlaments. Im Zuge der immer stärker zusammenwachsenden europäischen Telekommunikationsmärkte und harmonisierter

Das „Washington Office“ des VATM

Seit über sechs Jahren betreut Dr. Axel Spies das „Washington Office des VATM“. Dr. Spies ist Anwalt der US-Kanzlei Bingham McCutchen mit zahlreichen Büros in den USA sowie London und Tokio und gehört zur Telecommunications Media and Technology Group (TMT) von Bingham McCutchen. Ein Schwerpunkt der Tätigkeit des Washington Office ist das Lobbying, um die Positionen der in Deutschland tätigen Wettbewerber in den USA zu verdeutlichen und zu erläutern. Mit den politischen Institutionen, insbesondere mit der Federal Communications Commission (FCC), dem State Department, dem Department of Commerce, dem US Trade Representative und der Deutschen Botschaft, hält unser Verbindungs-

mann in Washington engen Kontakt und unterrichtet über Entwicklungen und Positionen der Wettbewerber. Dr. Spies ist auch verantwortlich für den Kontakt des VATM zur US-amerikanischen Schwesterorganisation CompTel, dem größten Verband der Wettbewerber, der ebenfalls in Washington ansässig ist.

Meilen voraus durch schnelle Information

In einer dynamischen Branche wie der Telekommunikation hängt der unternehmerische Erfolg wesentlich von rechtzeitigen und umfassenden Informationen über aktuelle Markttendenzen und die sich ändernden politischen Rahmenbedingungen ab. Der Verband informiert deshalb seine Mitglieder regelmäßig über alle relevanten Entwicklungen. Neben den bundesdeutschen werden auch die von der EU ausgehenden Initiativen in die Analyse einbezogen. Selbst US-Foren werden genutzt, um die Interessen

ausländischer Investoren unter den VATM-Mitgliedern wahrzunehmen.

Interessenvertretung durch starke Medienpräsenz

Der VATM ist das Sprachrohr für Anliegen und Forderungen bereits etablierter Wettbewerbsunternehmen ebenso wie für Neueinsteiger. Eine regelmäßige und wirksame Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gehört deshalb zu unseren wichtigsten Aufgaben. Den VATM-Presseinformationen und -gesprächen mit Journalisten liegen die gemeinsamen Forderungen an Politik und Regulierung ebenso wie Interpretation und Kommentierung marktrelevanter Entscheidungen zugrunde. Jährliche Analysen zum Telekommunikationsmarkt sowie Studien zu speziellen Problemkreisen, die mit renommierten Marktforschungsunternehmen durchgeführt werden, sensibilisieren eine breite Öffentlichkeit für die Wettbewerbssituation in Deutschland.

... auf nationaler und europäischer Ebene



→ Gerd Eickers

Gerd Eickers wurde am 2. November 1952 in Telgte geboren. Nach seinem Studium der Volkswirtschaft begann er seine berufliche Karriere 1979 bei General Electric Information Services. Dort war er in verschiedenen Positionen tätig, unter anderem als Geschäftsführer der Tochtergesellschaften in Deutschland, der Schweiz, Österreich und Skandinavien. 1995 übernahm er leitende Funktionen beim Aufbau der Telekommunikations-Aktivitäten der Thyssen Gruppe; hier war er insbesondere für die Bereiche „Business Development“ und „Regulatory Affairs“ verantwortlich.

Gerd Eickers ist Mitgründer der QSC AG, Köln, in deren Aufsichtsrat er im

Jahr 1999 berufen wurde. Von 2001 bis Ende 2003 verantwortete er als Chief Operating Officer im Vorstand der QSC AG schwerpunktmäßig die Bereiche Kundenservice, Auftragsmanagement und Regulierung und kehrte im Mai 2004 in deren Aufsichtsrat zurück.

Gerd Eickers hat in den Jahren 1997 und 1998 nach der Gründung des Verbandes der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM) als dessen erster Geschäftsführer die Positionen der Wettbewerber bei der Vorbereitung und Umsetzung der Liberalisierung des deutschen Telekommunikationsmarkts vertreten.



Gerd Eickers

Präsident des VATM und
Mitglied des Aufsichtsrates
der QSC AG

→ Harald Stöber

Harald Stöber, Jahrgang 1952, entschied sich nach seinem Studium der Elektrotechnik in Aachen für ein Aufbaustudium der Wirtschaftswissenschaften. Von 1980 bis 1982 arbeitete er als wissenschaftlicher Mitarbeiter des Lehrstuhls für Industriebetriebslehre der RWTH Aachen.

1982 trat er als Führungsnachwuchskraft in die Mannesmann AG, Düsseldorf, ein. Nach verschiedenen Auf-

gaben im Konzern wurde er zum 1. Januar 1990 als Geschäftsführer Marketing (später Marketing und Vertrieb) in die Mannesmann Mobilfunk GmbH berufen.

Im Mai 1997 erfolgte die Berufung in den Vorstand der Mannesmann Arcor AG & Co. (heute Arcor AG & Co.KG), deren Vorsitz er zum 1. Juli 1997 übernommen hat.



Harald Stöber

Vizepräsident des VATM und
Vorsitzender des Vorstands der
Arcor AG & Co.KG

→ Peer Knauer



Peer Knauer

Geschäftsführer
der Versatel Holding GmbH

Peer Knauer ist seit Januar 2006 Chief Executive Officer der Versatel-Gruppe Deutschland. Seit August 2000 zeichnet er bereits als Chief Executive Officer der TROPOLYS GmbH verantwortlich. In seiner Funktion ist er unter anderem für die Steuerung der Fachbereiche Marketing und Vertrieb sowie Recht und Regulierung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Personal zuständig.

Peer Knauer wurde am 21. März 1966 in München geboren. Er absolvierte zunächst eine Ausbildung zum Bank-

kaufmann bei der Deutschen Bank AG in Duisburg und New York. Sein Studium der Betriebswirtschaftslehre schloss er 1993 an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster als Diplom-Kaufmann ab.

Nach einer langjährigen Tätigkeit als Geschäftsführer und Gesellschafter der CAPE Vertriebs-GmbH war Peer Knauer seit 1996 zunächst als freier Berater für Stadtnetzbetreiber tätig, bevor er 1997 als Vorsitzender der Geschäftsführung zur telebel in Wuppertal ging.

→ Dr. Bernd Huber



Dr. Bernd Huber

Geschäftsführer
der COLT Telecom GmbH

Dr. Bernd Huber, 46, ist bereits seit acht Jahren Geschäftsführer bei der COLT Telecom GmbH und hat maßgeblich zur erfolgreichen Marktposition des Telekommunikationsunternehmens in Deutschland beigetragen. Unter anderem war Huber für den Aufbau des Standorts Berlin und für den Großkundenvertrieb in ganz Deutschland verantwortlich. Derzeit leitet Huber innerhalb der deutschen Geschäftsführung den Geschäftsbereich Mittelstand sowie die Themen Lobbying und Regulierung.

Die Telekommunikationsbranche hat Dr. Bernd Huber bei der Krone AG in Berlin kennen und schätzen gelernt.

Beim Produzenten für Glasfaserverteil- und Kupferverbindungstechnik war er nach seiner Promotion im Fach Betriebswirtschaft insgesamt sieben Jahre beschäftigt. Wichtigste Stationen bei Krone: Leiter Produktmarketing und Produktmanagement, Geschäftsführer für die Tochtergesellschaften in Athen und Moskau, Leiter Forschung und Entwicklung sowie Geschäftsbereichsleiter für öffentliche Netze.

Privat beschäftigt sich Dr. Bernd Huber am liebsten mit Musik. Er spielt Gitarre und Klavier. Huber ist verheiratet und hat zwei Söhne.

→ Dr. Horst Lennertz

22.11.1942 in Berlin geboren, verheiratet, 4 Kinder

1963 – 1973 Studium Elektrotechnik, wissenschaftlicher Assistent und Promotion an der Technischen Hochschule Aachen

1973 – 1984 BBC (heute ABB) Mannheim, zuletzt Leitung der Business Unit Hochspannungsschaltanlagen

1984 – 1986 Vorstandsmitglied der Überlandwerke Nord Hannover AG, Bremen (Energieverteilung und Energiewirtschaft)

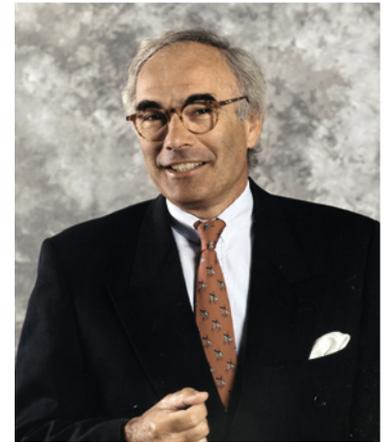
1987 – 1993 Vorstandsmitglied der PreussenElektra AG (heute E.ON

Energie AG), Hannover (Netz, IT und Telekommunikation)

1993 – 5/2001 (seit Gründung) Mitglied der Geschäftsführung der E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG, Düsseldorf (Technik/Betrieb/IT/Regulatorische Fragen)

6/2001 – 2/2005 Mitglied des Vorstands (CTO) KPN Mobile N.V., Den Haag (Technik/IT/Procurement)

seit März 2005 Mitglied im Aufsichtsrat der E-Plus Mobilfunk Geschäftsführungs GmbH sowie persönlicher Berater des Vorstandes der KPN N.V. (Muttergesellschaft von KPN Mobile)



Dr. Horst Lennertz

Mitglied im Aufsichtsrat der E-Plus Mobilfunk Geschäftsführungs GmbH

→ Axel Rückert

Axel Rückert ist seit Juli 2006 Vorsitzender des Vorstands der debitel AG (Chief Executive Officer). In dieser Funktion verantwortet er die Stabsbereiche Unternehmensstrategie, Regulierung, Human Resources sowie die Unternehmenskommunikation. Auch die internationalen Unternehmensaktivitäten, das Netzbetreibermanagement sowie Einkauf und Logistik gehören zu seinem Verantwortungsbereich.

Rückert war der debitel AG schon vor seinem Eintritt in Stuttgart verbunden. Er leitete die Auslandsgesellschaften des Unternehmens in Frankreich und in den Niederlanden. Zuvor war er unter anderem CEO des internationalen IT-Dienstleisters Getronics, der Sparte Consumer Communications von

Philips und des Europageschäfts, außerhalb Frankreichs, des Computerherstellers BULL. Von 1983 bis 2005 war er außerdem Gründer, Präsident und CEO der Firma Management Partenaires, eines auf Turnaround-Management spezialisierten Unternehmens. Davor war er zehn Jahre bei McKinsey in Paris tätig, die letzten drei Jahre davon als Partner.

Seinen Berufsweg begann Rückert bei den Klöckner Werken in Duisburg und als Produktmanager bei Henkel in Düsseldorf. Zuvor studierte er Politikwissenschaften an der Freien Universität Berlin sowie an der Universität zu Köln. Axel Rückert wurde 1946 in Berlin geboren, ist verheiratet und hat vier Kinder.



Axel Rückert

Vorsitzender des Vorstands der debitel AG

→ Charles Fränkl



Charles Fränkl
Geschäftsführer der
AOL Deutschland
GmbH & Co. KG

Charles Fränkl ist seit Mitte Dezember 2005 Geschäftsführer von AOL Deutschland. Zuvor verantwortete er als Global Director Technology Development die technologische Entwicklung der Vodafone-Gruppe sowohl in strategischer als auch ökonomischer Hinsicht. Bevor er diese Aufgaben übernahm, war Charles Fränkl CEO von Vodafone Information Systems, einem IT-Lösungsanbieter mit circa 1.000 Mitarbeitern. Charles Fränkl stieß im Jahr 2000 zu Vodafone. Davor war er von 1999 bis 2000 Mitglied der Geschäftsführung von

E-Plus Mobilfunk und o-tel-o. Von 1997 bis 1999 war Fränkl Director of Data and Multimedia Products der Schweizer Swisscom. In der Zeit vor Swisscom hatte er verschiedenste IT- und Marketing-Positionen inne. Fränkl hat fundierte Erfahrungen in den Bereichen IT, Internet, Multimedia, der datenverarbeitenden sowie der Telekommunikations-Industrie, all dies sowohl im Geschäfts- als auch im Endkunden-Bereich. Er ist besonders versiert in den Bereichen Produktentwicklung und Marketing, Organisations-Design und Performance-Management.

→ Renatus Zilles



Renatus Zilles
Vorsitzender der Geschäfts-
führung der NEXT ID GmbH

Nach Abschluss eines Betriebswirtschaftsstudiums an der Universität zu Köln begann Renatus Zilles seinen beruflichen Werdegang im Jahr 1983 im Geschäftsbereich Neue Medien bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Dort fungierte er zwischen 1983 und 1988 unter anderem als Leiter Marketing und Leiter Technik sowie als Leiter Consulting. In der Folgezeit war Renatus Zilles als Herstellungsleiter – Leiter Produktion und Technik – beim privaten Fernsehsender SAT 1 in Mainz tätig und hier unter anderem maßgeblich für eines der erfolgreichsten deutschen Spieleformate, das „Glücksrad“, verantwortlich. Als Mitglied der Geschäftsführung im Bereich Marketing beim ITT Medienverlag in Düsseldorf führte er erstmalig die Bereiche Telefonmehrwertdienste und Neue Medien zusammen. Den Aufbau und die Markteinführung des Mehrwertdienste-Anbieters Legion Telekommunikation GmbH, Düsseldorf, begleitete

er ebenfalls in leitender Position. Von 1992 bis 2005 war Renatus Zilles als Geschäftsführer und Vorsitzender der Geschäftsführung der Talkline ID, der Mehrwertdienste-Tochter der Talkline-Gruppe, tätig. Mit dem Verkauf an den freenet-Konzern wurde aus Talkline ID Mitte 2005 NEXT ID. Renatus Zilles ist heute Vorsitzender der Geschäftsführung der NEXT ID GmbH. Das Unternehmen zählt zu den Top-3-Anbietern von Mehrwertdiensten in Deutschland. Sein berufliches Engagement ergänzt Renatus Zilles seit Jahren durch politische Arbeit in Branchenverbänden und Vereinen. Er ist Präsidiumsmitglied im Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM) e. V. und engagiert sich als Vorstandsmitglied bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste FST e. V. 2005 wurde Renatus Zilles mit dem National Leadership Award des Economic Forum Deutschland ausgezeichnet.

→ Geschäftsstelle Köln

Das Kölner Büro ist unmittelbar am Rheinufer gelegen,
mit schneller Anbindung zur Autobahn in Richtung Bonn.

Ihre Ansprechpartner in unserer Kölner Geschäftsstelle:

Geschäftsführer:

Jürgen Grützner

Leiterin Kommunikation & PR:

Dr. Eva-Maria Ritter

Justiziar:

Dr. Peter Dahlke

VATM e. V.
Oberländer Ufer 180-182
50968 Köln

Tel.: 02 21 / 3 76 77 25
Fax: 02 21 / 3 76 77 26

Mail: vatm@vatm.de



Jürgen Grützner
Geschäftsführer



Dr. Eva-Maria Ritter
Leiterin Kommunikation & PR



Dr. Peter Dahlke
Justiziar

→ Büro Berlin



Solveig Orłowski
Leiterin Büro Berlin

Vom Hauptstadtbüro aus sind der Deutsche Bundestag, die Bundesministerien und wichtige Botschaften zu Fuß erreichbar. Besucher finden uns in Berlin-Mitte am Spreeufer, Ecke Schiffbauerdamm.

Leiterin Büro Berlin:

Solveig Orłowski

VATM e. V.
Albrechtstraße 12
10117 Berlin

Tel.: 0 30 / 50 56 15 38
Fax: 0 30 / 50 56 15 39

Mail: berlin@vatm.de
URL: www.vatm.de

→ Büro Brüssel



Michael Hattermann
Leiter Büro Brüssel

Das Brüsseler Büro liegt im EU-Viertel in der Nähe der europäischen Entscheidungszentren wie EU-Parlament und EU-Kommission.

Leiter Büro Brüssel:

Michael Hattermann

VATM e. V.
Square Ambiorix 13
B-1000 Brüssel

Tel.: +32/ 2 / 2 35 09 80
Fax: +32/ 2 / 2 86 51 79

Mail: brussels@vatm.de
URL: www.vatm.de



WWW.01051.COM

01051 Telecom GmbH

Postfach 1277
52516 Heinsberg
0 10 51 - 03 10
www.01051.com



Arcor AG & Co. KG

Alfred-Herrhausen-Allee 1
65760 Eschborn
0 69 - 21 69 - 0
www.arcor.de



01063 Telecom GmbH & Co. KG

Mottmannstr. 2
53842 Troisdorf
0 22 41 - 94 34 - 0
www.01063telecom.com



Sei schlau, telefonier blau.

Blau Mobilfunk GmbH

Stormsweg 3
22085 Hamburg
09 00 - 1 25 28 33
www.blau.de



AIRDATA AG

Hauptstätter Strasse 58
70178 Stuttgart
07 11 - 96 43 81 00
www.airdata.de



BT (Germany) GmbH & Co. OHG

Barthstr. 22
80339 München
0 89 - 26 00 - 0
www.bt.com/globalservices



AOL Deutschland GmbH & Co. KG

Beim Strohhaus 25
20097 Hamburg
0 40 - 3 61 59 - 0
www.aol.de



CABLE & WIRELESS

**Cable & Wireless
Telecommunications Services GmbH**

Landsbergerstr. 155
80687 München
0 89 - 9 26 99 - 0
www.cw.com/de



Callax Telecom Holding GmbH

Leopoldstr. 16
40211 Düsseldorf
02 11 - 17 93 42 - 0
www.callax.de



Business powered by Telefonie

dtms Deutsche Telefon- und Marketing Services GmbH

Isaac-Fulda-Allee 5
55124 Mainz
01 80 - 30 70 3 - 00
www.dtms.de



COLT Telecom GmbH

Herriotstr. 4
60528 Frankfurt/Main
0 69 - 5 66 06 - 0
www.colt.net/de



envia TEL GmbH

Friedrich-Ebert-Str. 26
04416 Markkleeberg
08 00 - 0 10 16 00
www.enviatel.de



**Communication Services
TELE2 GmbH**

In der Steele 39
40599 Düsseldorf
0 18 05 - 01 01 3 - 1
www.tele2.de



E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG

E-Plus-Platz 1
40468 Düsseldorf
02 11 - 4 48 - 0
www.eplus.de



debitel AG

Gropiusplatz 10
70545 Stuttgart
07 11 - 72 17 - 0 00
www.debitel.de



EU Networks AG

Eschborner Landstr. 112
60489 Frankfurt / Main
0 69 - 90 55 40
www.eunetworks.com



**European
Telco
Exchange**

**Eutex –
European Telco Exchange AG**

Falkenberg 1
40699 Erkrath/Düsseldorf
0 21 04 - 1 48 - 0
www.eutex.com



GasLINE

**GasLINE Telekommunikationsnetz-
gesellschaft deutscher Gasversor-
gungsunternehmen mbH & Co. KG**

Paesmühlenweg 10 + 12
47638 Straelen
02 8 34 - 70 32 - 0
www.gasline.de



EWETEL GmbH

Cloppenburger Str. 310
26133 Oldenburg
04 41 - 80 00 - 0
www.ewetel.de



GoYellow GmbH

Landsberger Straße 110
80339 München
0 18 0 - 2 21 18 10
www.goyellow.de



First Telecom GmbH

Lyoner Str. 15
60528 Frankfurt/Main
0 69 - 6 50 06 - 0
www.first-telecom.de



HanseNet Telekommunikation GmbH

Überseering 33 a
22297 Hamburg
0 40 - 2 37 26 - 0
www.hansenet.de



freenet.de AG

Deelbögenkamp 4c
22297 Hamburg
0 40 - 51 30 60
www.freenet-ag.de

HUGHES

Hughes Network Systems GmbH

Ottostr. 9
64347 Griesheim
0 61 55 - 8 44 - 0
www.hughes.com



IN-telegence GmbH & Co. KG

Oskar-Jäger-Str. 125
50825 Köln
02 21 - 2 60 - 15 00
www.in-telegence.net



MaterniSiebzehn GmbH

Am Opernplatz 2
60313 Frankfurt / Main
0 69 - 2 99 90 70
www.maternisiebzehn.de



Jamba! GmbH

Karl-Liebknecht-Str. 5
10178 Berlin
0 30 - 6 95 38 - 1 00
www.jamba.de



mcn tele.com AG

Gartenstr. 23
61352 Bad Homburg v. d. H.
0 61 72 - 90 30 - 90
www.mcn-tele.com



**LambdaNet Communications
Deutschland AG**

Günther-Wagner-Allee 13
30177 Hannover
05 11 - 84 88 - 0
www.lambdanet.net



medSol AG

Otto-Hahn-Str. 27
44227 Dortmund
02 31 - 72 50 50 - 0
www.medsol-ag.de



Level 3 Communications GmbH

Rüsselsheimer Str. 22
60326 Frankfurt/Main
0 69 - 50 60 80 00
www.level3.com



MK Netzdienste GmbH und Co. KG

Marienwall 27
32423 Minden
05 71 - 388 59 - 0
www.mk-netzdienste.de

mobilcom ■

Mobilcom

Communicationstechnik GmbH

Hollerstr. 16
24782 Büdelsdorf
0 43 31 - 69 00
www.mobilcom.de



QSC AG

Mathias-Brüggen-Str. 55
50829 Köln
02 21 - 6 69 80 00
www.qsc.de

NEXTID[®]
The Quality Benchmark.

Next ID GmbH

Willy-Brandt-Allee 20
53113 Bonn
02 28 - 96 97 20
www.next-id.de



Quam GmbH OpCo Mobile Services GmbH

Alois-Wolfmüller-Str. 8
80939 München
0 89 - 18 91 67 - 0
www.opco-ms.com

operator
Telefonieren - garantiert günstig!

Operator Telekommunikation International AG

Werftstraße 47
40549 Düsseldorf
02 11 - 51330 - 312
www.operator.de

TALKLINE

Talkline GmbH & Co. KG

Talkline-Platz 1
25337 Elmshorn
0 41 21 - 41 00
www.talkline.de



PGmedia Telecom GmbH

In der Au 25
61440 Oberursel
0 61 71 - 8 84 - 3 60
www.pgmedia.de



Telefónica Deutschland GmbH

Georg-Brauchle-Ring 23-25
80992 München
0 52 46 - 80 10 80
www.telefonica.de

telegate[®]

telegate AG

Fraunhoferstr. 12a
82152 Martinsried
0 89 - 89 54 - 0
www.telegate.de



TELES AG Informationstechnologien

Dovestr. 2-4
10587 Berlin
0 30 - 3 99 28 00
www.teles.de



Televersa GmbH

Werkstr. 13
84513 Töging a. Inn
0 86 31 - 18 62 18
www.televersa.com

TeliaSonera

TeliaSonera International Carrier Germany GmbH

Kleyerstr. 88
60326 Frankfurt/Main
0 69 - 9 07 34 - 0
www.teliasonera.com

The Phone House

The Phone House Deutschland GmbH

Münsterstr. 109
48155 Münster
0 25 06 - 9 22 - 2 22
www.phonehouse.de



toplink-plannet GmbH

Schönfeldstr. 8
76131 Karlsruhe
07 21 - 66 36 - 0
www.toplink.de



Telecom Service Deutschland GmbH & Co. KG

Waltersweierweg 5
77652 Offenburg
0 18 05 - 00 79 55
www.tsd-telecom.de

versatel

internet | telefon | entertainment

Versatel Holding GmbH

Niederkasseler Lohweg 181-183
40547 Düsseldorf
02 11 - 52 28 31 00
www.versatel.de



acoreus AG

Zollhof 10
40221 Düsseldorf
02 11 - 5 40 30 – 0
www.acoreus.de

Dr. Schwarz-Schilling & Partners
Management Strategies & Corporate Finance

**Dr. Schwarz-Schilling
& Partners GmbH**

Poppelsdorfer Allee 106
53115 Bonn
0 60 42 - 6 04 29 64 40
www.schwarz-schilling.de



Alcatel Networks GmbH

Lorenzstr. 10
70435 Stuttgart
07 11 - 82 10
www.alcatel.de



Flexagon GmbH

Marsstr. 21
80335 München
0 89 - 36 08 91 80
www.flexagon.de



Celerant Consulting GmbH

Neuer Zollhof 2
40221 Düsseldorf
02 11 - 58 33 00 33
www.celerantconsulting.com



GTEN AG

Oskar-Messter-Str. 16
85737 Ismaning
0 89 - 99 65 25 - 70
www.gten.de



Comquent GmbH

Leonrodstr. 58
80636 München
08 00 - comquent
www.comquent.com



NEXNET GmbH

Am Borsigturm 12
13507 Berlin
0 30 - 72 62 97 - 101
www.nexnet.de



Proxim Wireless

Hanauer Str. 14 b
80992 München
0 89 - 89 05 97 84
www.proxim.de



tkt teleconsult

Kommunikationstechnik GmbH
Kuchengrund 8
71522 Backnang
0 71 91 - 36 68 - 0
www.tkt-teleconsult.de

SCHAFFHAUSEN ITC SOLUTIONS

Schaffhausen ITC Solutions GmbH

Daimlerstr. 17
25337 Elmshorn
0 41 21 - 47 29 45 - 0
www.schaffhausen.de



Utimaco Safeware AG

Hohemarkstr. 22
61440 Oberursel
0 61 71 - 88 - 0
www.utimaco.de



SCHUFA HOLDING AG

Kormoranweg 5
65201 Wiesbaden
06 11 - 9 27 80
www.schufa.de



**VMD - Verband der
Mobilfunkdiensteanbieter e. V.**

c/o RAe Piepenbrock & Schuster
Achenbachstr. 73
40237 Düsseldorf
02 21 - 6 87 88 80



tekit Consult Bonn GmbH

Alexanderstr. 10
53111 Bonn
02 28 - 6 08 89 - 0
www.tekit.de

→ **Verbandspublikationen 2006**

- Bedeutung der Diensteanbieter für den Wettbewerb im Mobilfunk, wik-Consult/VATM, Bonn, Dezember 2006
- Marktstudie 2006, DIALOG CONSULT/VATM, Köln/Berlin, September 2006
- Fakten zur Wettbewerbs- und Regulierungsrealität im deutschen Telekommunikationsmarkt, Untersuchung von Prof. Dr. Torsten J. Gerpott im Auftrag des VATM, Köln, September 2006
- Die Neuregelung der Auslandskopfüberwachung gemäß § 4 TKÜV auf dem verfassungsrechtlichen Prüfstand, Gutachten der Forschungsgruppe Kriminologie des Max-Planck-Instituts für ausländisches und internationales Strafrecht im Auftrag des VATM, Freiburg im Breisgau, Juli 2006
- Wettbewerbspolitische Implikationen eines Regulierungsmoratoriums beim Glasfaserausbau in den Zugangsnetzen der Deutschen Telekom, DIALOG CONSULT/VATM, Köln, Mai 2006
- Auskunfts- und Mehrwertdienste im Mobilfunk – eine Marktuntersuchung aus wettbewerbspolitischer und regulatorischer Sicht, wik-Consult/VATM, Bad Honnef, März 2006

→ **Impressum**

Herausgeber

VATM e. V. – Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e. V.
Albrechtstr. 12
10117 Berlin

Tel.: 0 30 - 50 56 15 38

Fax: 0 30 - 50 56 15 39

E-Mail: berlin@vatm.de

URL: www.vatm.de

Alle Rechte der Verbreitung des „VATM-Jahrbuch 2006“ liegen beim VATM (Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e. V.). Die Übernahme, Übersetzung oder Vervielfältigung jeder Art (auch in Teilen) bedürfen der Zustimmung des Herausgebers.

Auflage 2006

1.000 Stück

Schutzgebühr

15,00 €

→ Abkürzungsverzeichnis

ADSL	Asymmetric Digital Subscriber Line
ARPU	Average Revenue per User
BA	Bitstream Access
BMWA	Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit
BNetzA	Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen
BWA	Broadband Wireless Access
DSL	Digital Subscriber Line
DTAG	Deutsche Telekom AG
DVB-S	Digital Video Broadcast-Satellite
DVB-T	Digital Video Broadcast-Terrestrial
GPRS	General Packet Radio Service
GSM	Global System for Mobile Communication
HSDPA	High Speed Downlink Packet Access
IP	Internet Protocol
ISP	Internet Service Provider
IT	Informationstechnologie
MABEZ	Massenverkehr zu bestimmten Zielen
MERNI	Master of European Regulation of Network Industries
MHz	Mega-Hertz
MMS	Multimedia Messaging Service
SMS	Short Message Service
TAL	Teilnehmeranschlussleitung
TK	Telekommunikation
TKG	Telekommunikationsgesetz
TKÜV	Telekommunikations-Überwachungsverordnung
TKV	Telekommunikations-Kundenschutzverordnung
TNB	Teilnehmernetzbetreiber
UMTS	Universal Mobile Telecommunications System
VDSL	Very High Data Rate Digital Subscriber Line
VNB	Verbindungsnetzbetreiber
VNB/SP	Verbindungsnetzbetreiber mit Service-Plattform
VoIP	Voice-over-IP
VPN	Virtual Private Network
WiMAX	Worldwide Interoperability for Microwave Access
WLAN	Wireless Local Area Network
WLL	Wireless Local Loop
WWAN	Wireless Wide Area Network

→ Bildnachweis

Seite

7, 8, 9, 68 (unten), 75, 76, 78, 85, 87,
88, 89 (oben), 91 (oben), 93, 94
19 (oben)
18/19 (unten), 29 (unten), 46
20, 31 (unten), 90 (oben)
22, 23, 24
25 (oben)

25 (unten)
27
28, 45 (oben)
29 (oben)
31 (oben)
32
34
37 (oben)
37 (unten)
38 (oben)
38 (unten)
40
43, 90 (unten)
45 (unten)
47
56 (oben)
56 (unten)
57, 91 (oben)
59
61
63 (oben)
63 (unten), 92 (unten)
66 (oben)
66 (unten)
68 (oben)
73 (oben)
73 (unten)
77
80, 89 (unten)
92 (oben)

Bildrechte

VATM
EWE TEL GmbH
QSC AG
Versatel Holding GmbH
EU-Kommission
Communication Services
TELE 2 GmbH
01063 TELECOM GmbH & Co. KG
Dr. Lutz Frühbrodt, privat
Telefonica Deutschland GmbH
BT Germany
freenet.de AG
Hansenet Telekommunikation GmbH
WestLB AG
Televersa GmbH
Stephen Finn/Fotolia
Hughes Network Systems GmbH
Andrey Volodin/Fotolia
Bundesnetzagentur
COLT Telecom GmbH
Comquent GmbH
DIALOG CONSULT GmbH
E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG
Talkline GmbH & Co. KG
debitel AG
Johannes Winkelhage, privat
mcn tele.com AG
Telegate AG
NEXT ID GmbH
dtms GmbH
Jamba! GmbH
Andreas Neumann, privat
NEXNET GmbH
acoreus AG
Dr. Axel Spies, privat
Arcor AG & Co. KG
AOL Deutschland GmbH & Co. KG

Berlin • Köln • Brüssel

www.vatm.de

Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e. V.
Albrechtstraße 12, 10117 Berlin • Oberländer Ufer 180-182, 50968 Köln • Square Ambiorix 13, B-1000 Brüssel