

**DIALOG CONSULT / VATM:
Siebte gemeinsame Marktanalyse zur
Telekommunikation**

– Abbildungen –



– Ergebnisse einer Befragung der Mitgliedsunternehmen im
„Verband der Anbieter von Telekommunikations- und
Mehrwertdiensten e.V.“ im Juli/August 2005 –

Köln
26. September 2005

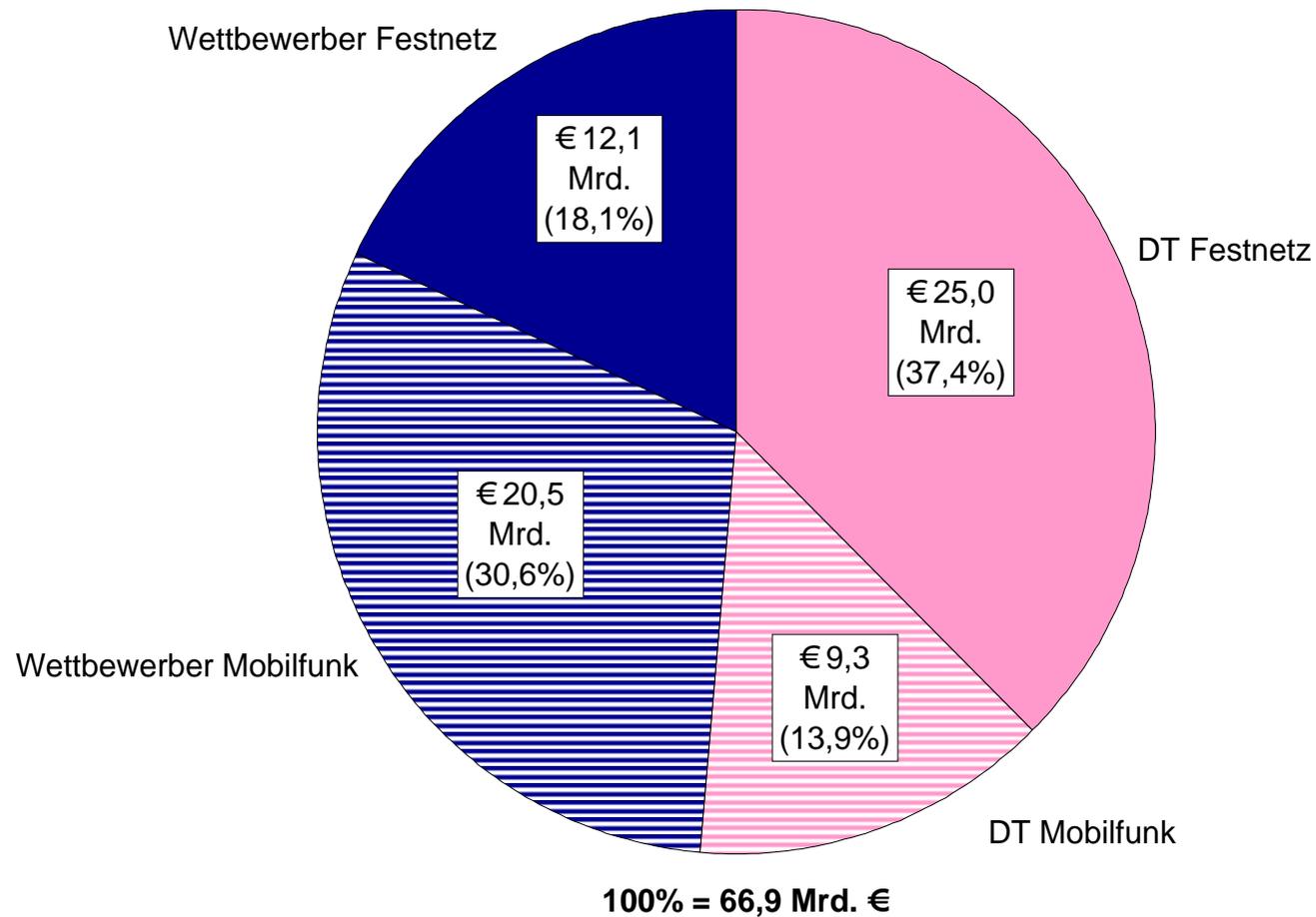
Inhalt

- I. Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland
 - II. Festnetzmarkt
 - III. Internet-Zugangsmarkt
 - IV. Mobilfunkmarkt
- Anhang

I. Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in
Deutschland

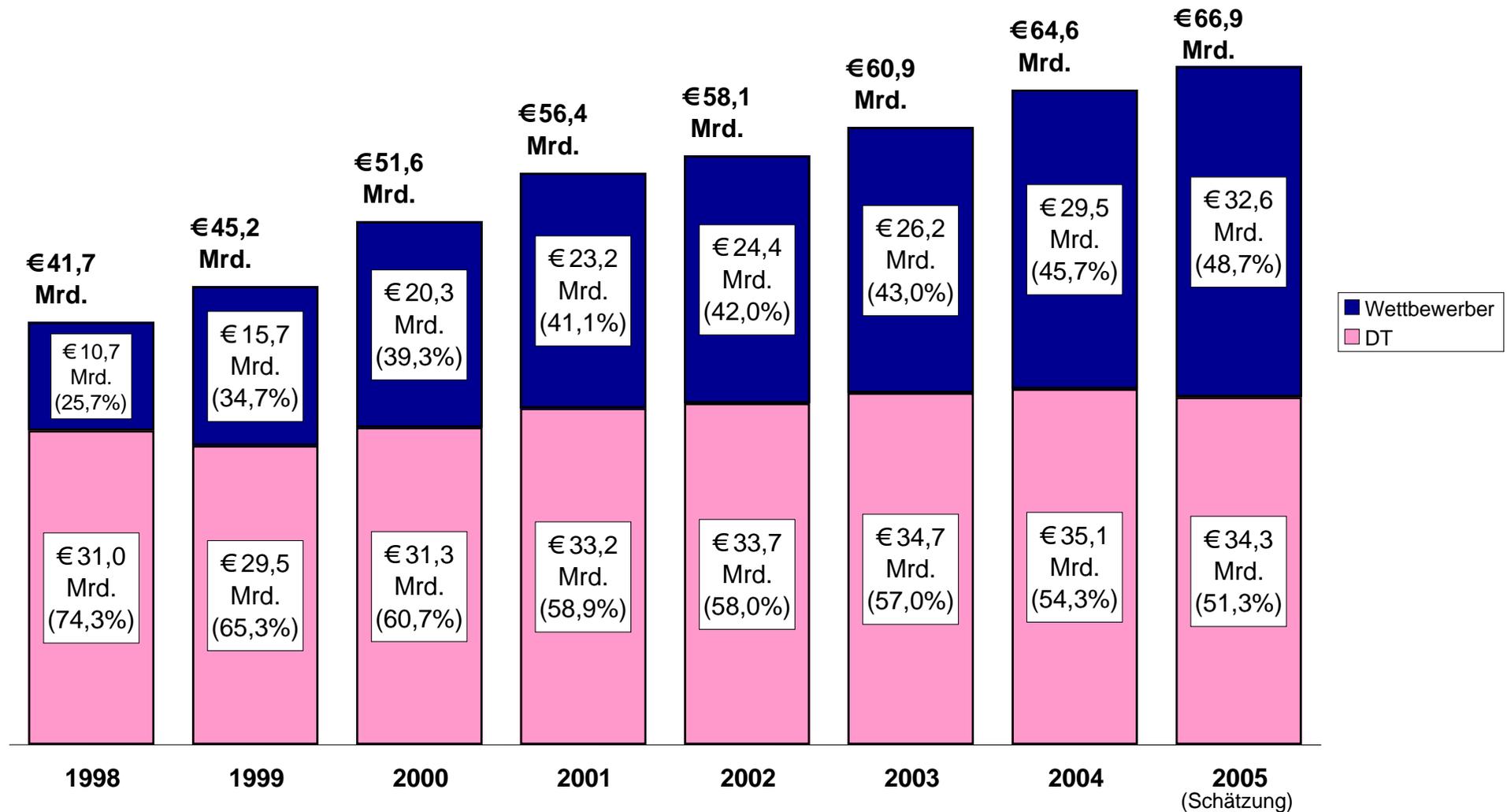
Die Umsätze mit Telekommunikationsdiensten liegen in Deutschland 2005 bei ca. 67 Milliarden Euro – davon entfällt etwa die Hälfte immer noch auf die Deutsche Telekom, die im Festnetzbereich der marktbeherrschende Spieler bleibt

Abbildung 1: Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland in 2005^a
(Schätzung, Umsätze ohne TV-Signaltransport)



Der Umsatz mit Telekommunikationsdiensten in Deutschland wächst in 2005 um rund 4 Prozent – ausschließlich getragen von dem Wachstum der Wettbewerber

Abbildung 2: Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland^a
(Umsätze ohne TV-Signaltransport)

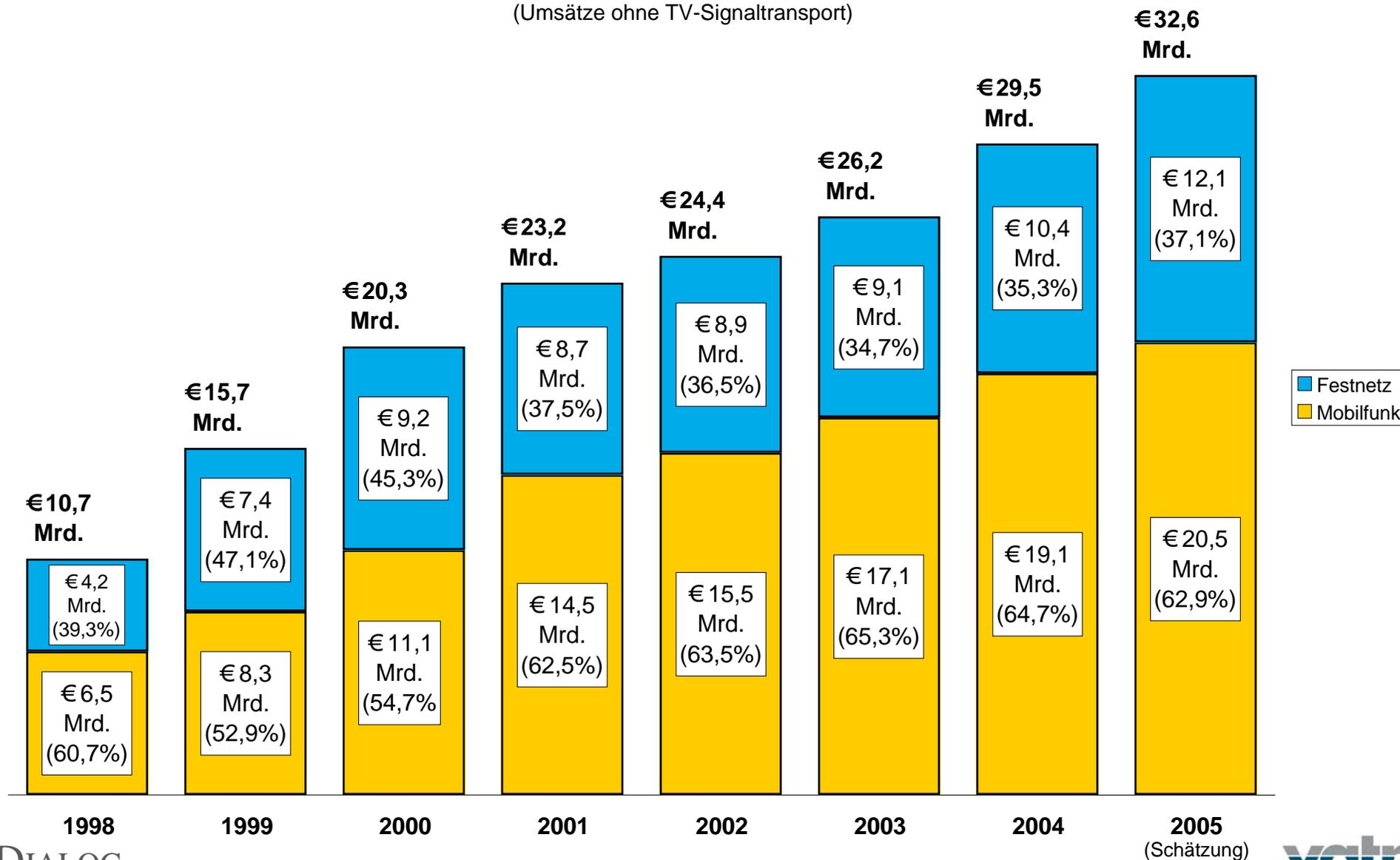


- a) Inkl. Datendienste, Mietleitungen und Endgeräte; ohne Dienste zur Verteilung von TV-Inhalten.
b) Nur Deutschland, inkl. Mobilfunk, inkl. Endkundenumsätze neuer Carrier, die über DTAG abgerechnet werden.

Quelle: DIALOG CONSULT-/VATM-Analysen und -Prognosen

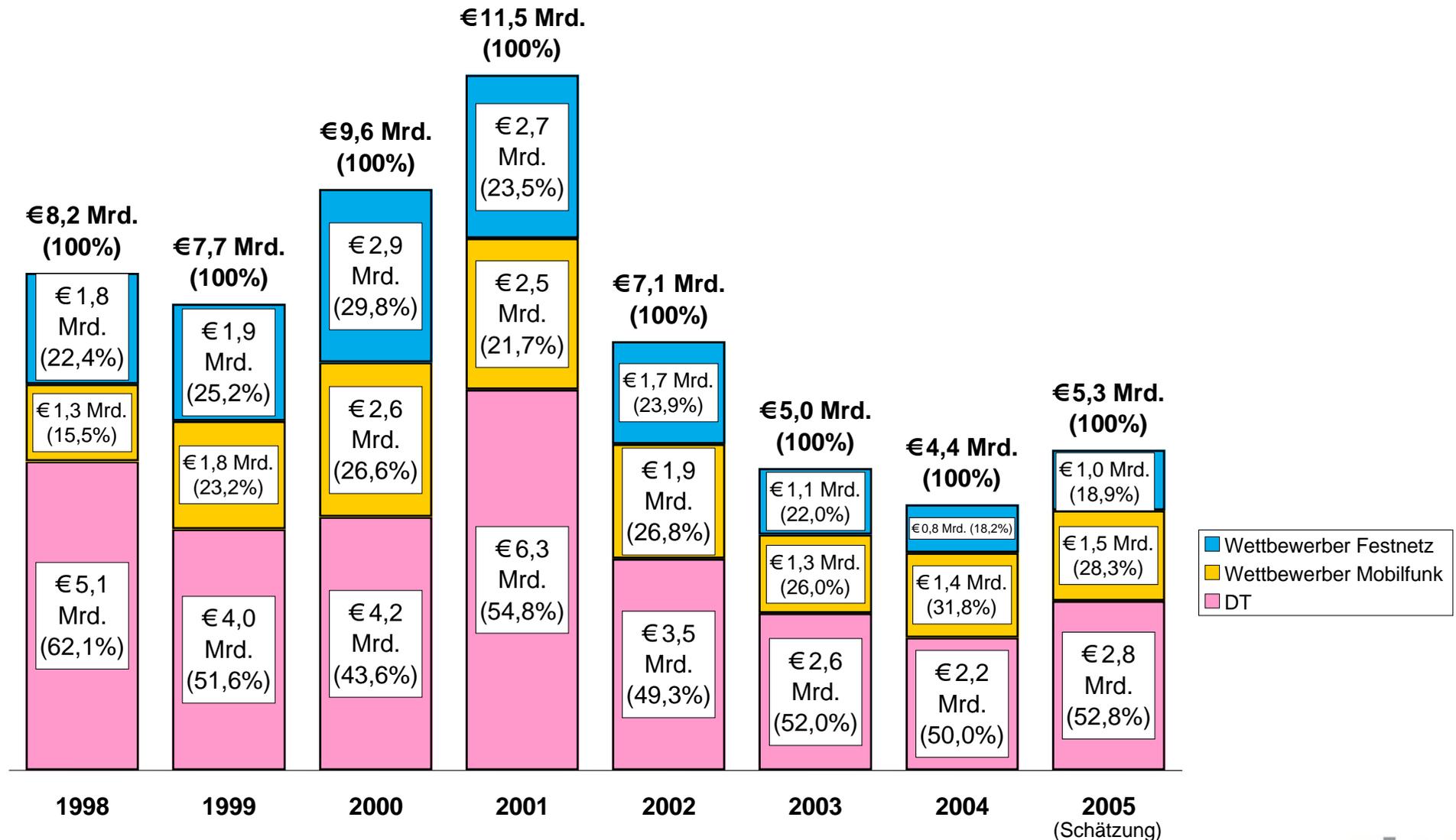
Das überdurchschnittliche Umsatzwachstum der Wettbewerber wird 2005 stärker als in den Vorjahren durch Erfolge bei Festnetzdiensten und weniger durch Steigerungen im Mobilfunkbereich getragen

Abbildung 3: Markt der Wettbewerber nach Fest- und Mobilfunkdiensten
(Umsätze ohne TV-Signaltransport)



Die Investitionen in Sachanlagen erhöhen sich in 2005 erstmals seit vier Jahren wieder – je zur Hälfte getragen durch die Deutsche Telekom und deren Wettbewerber

Abbildung 4: Investitionen in Sachanlagen

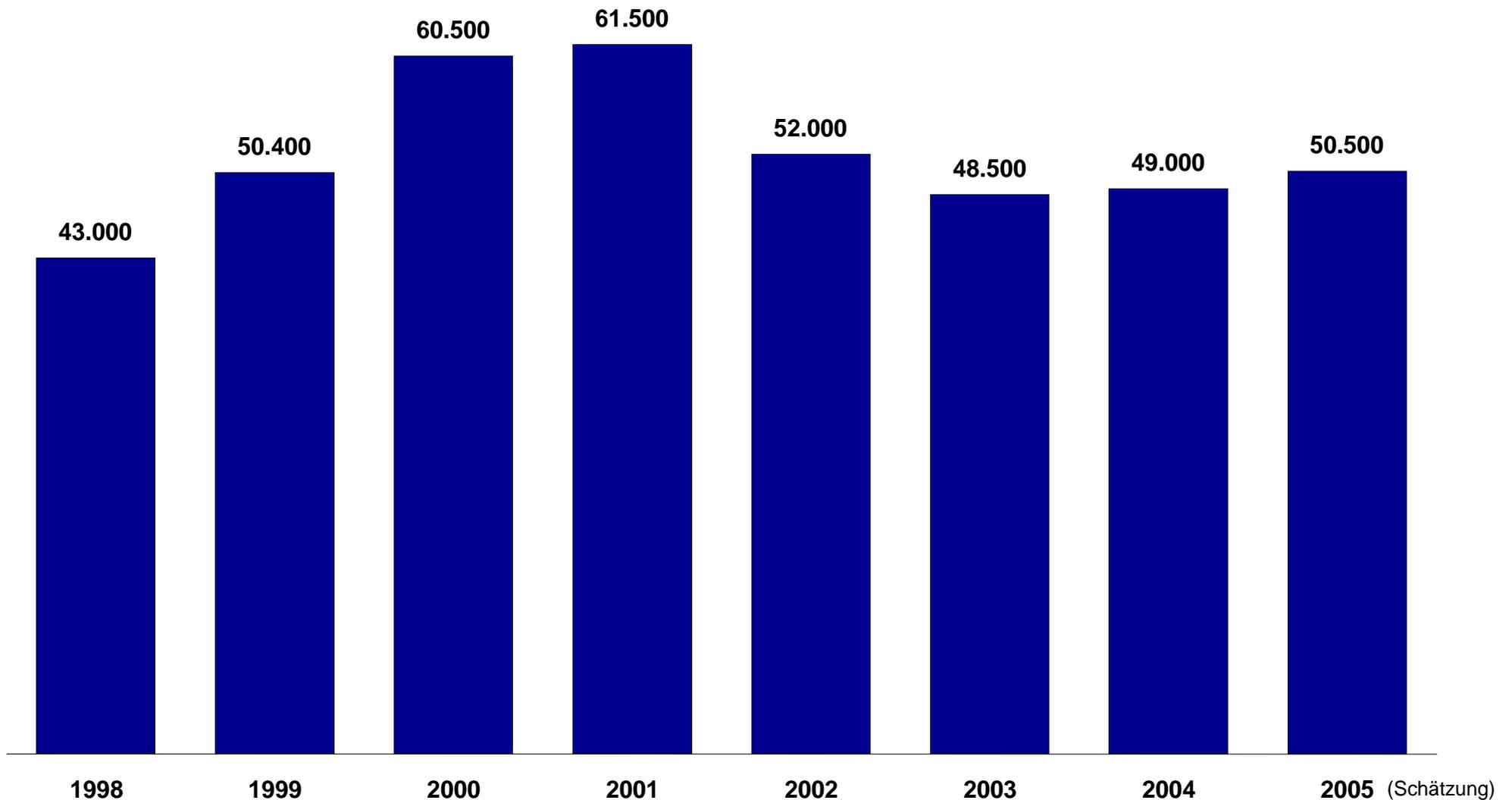


a) Inkl. Investitionen in Breitbandkabelnetze.

Quelle: DIALOG CONSULT-/VATM-Analysen und -Prognosen

Das Geschäftswachstum im Jahr 2005 wirkt sich bei den alternativen Fest- und Mobilfunknetzdiensteanbietern positiv auf die Beschäftigungsentwicklung aus

Abbildung 5: Entwicklung der Mitarbeiterzahlen neuer Fest- und Mobilfunknetzdiensteanbieter

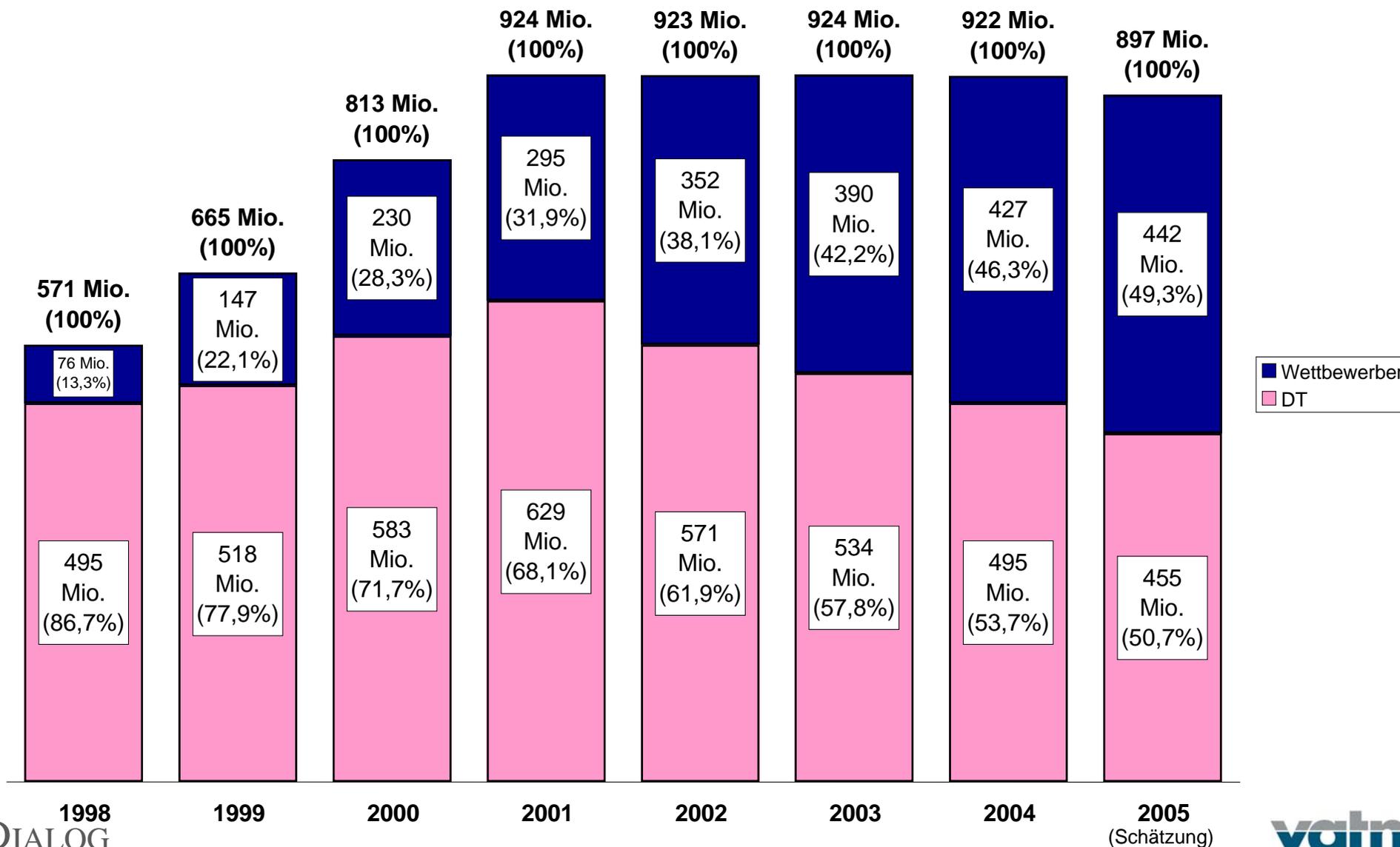


II. Festnetzmarkt nach Umsatz und Minuten

Die Abnahme des Marktanteilsrückgangs der Deutschen Telekom bremst das Wachstum der Wettbewerber – der leichte Rückgang der Gesamtverbindungsminuten wird hauptsächlich durch DSL-Produkte bewirkt

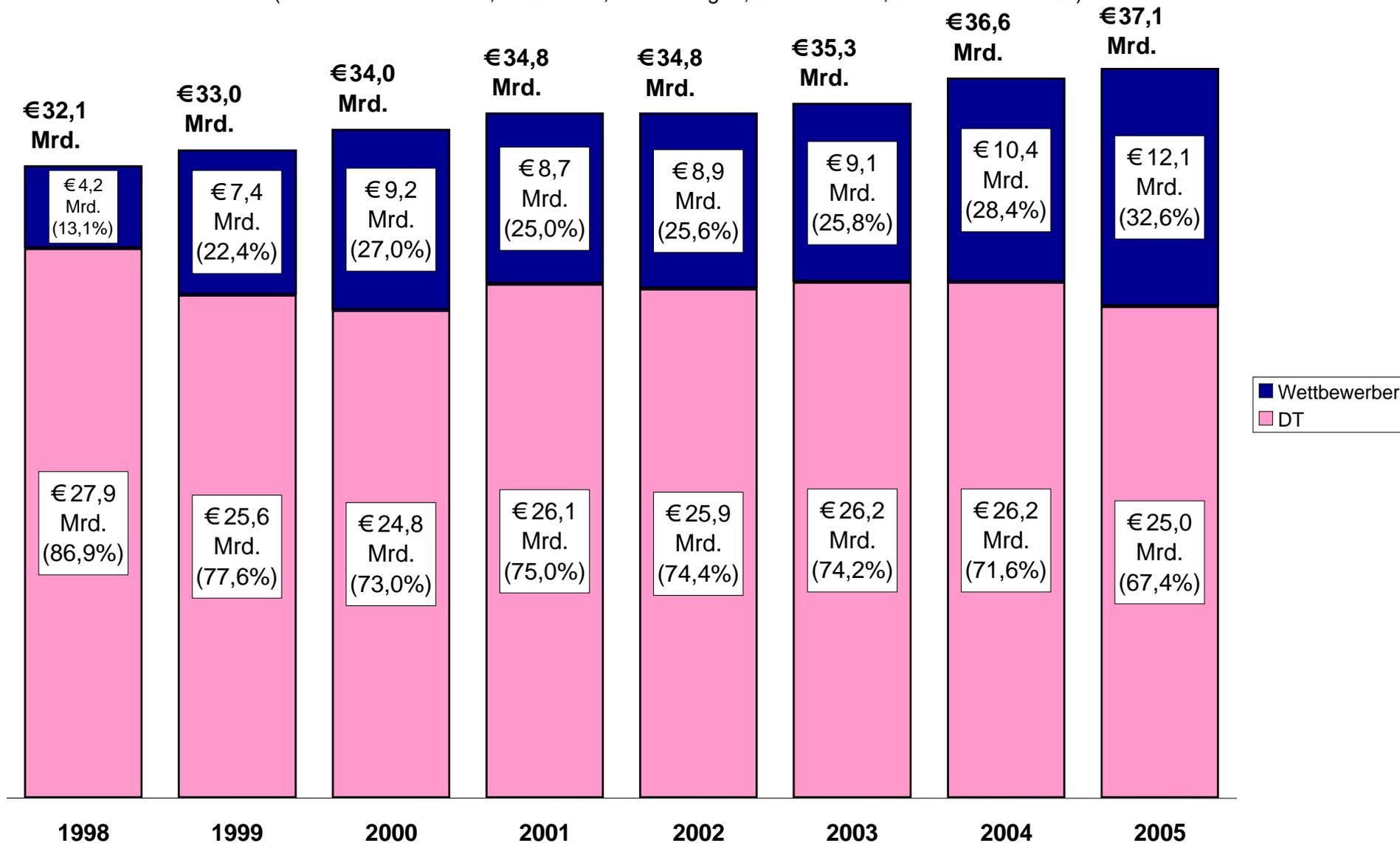
Abbildung 6: Entwicklung des Gesamtmarktes für Festnetzdienste in Deutschland nach Verbindungsminuten pro Tag

(Gesamtmarkt inkl. Orts-, Nah-, Fern-, Auslands-, Mobilfunkverbindungen, Internet, IN-Dienste)



Die Wettbewerber tragen mit einem Umsatzwachstum von 4,2 Prozentpunkten das Gesamtwachstum

Abbildung 7: Entwicklung des Marktes für Festnetzdienste in Deutschland nach Umsatz
(einschließlich Internet, IN-Dienste, Mietleitungen, Datendienste, Intercarrierumsatz^a)

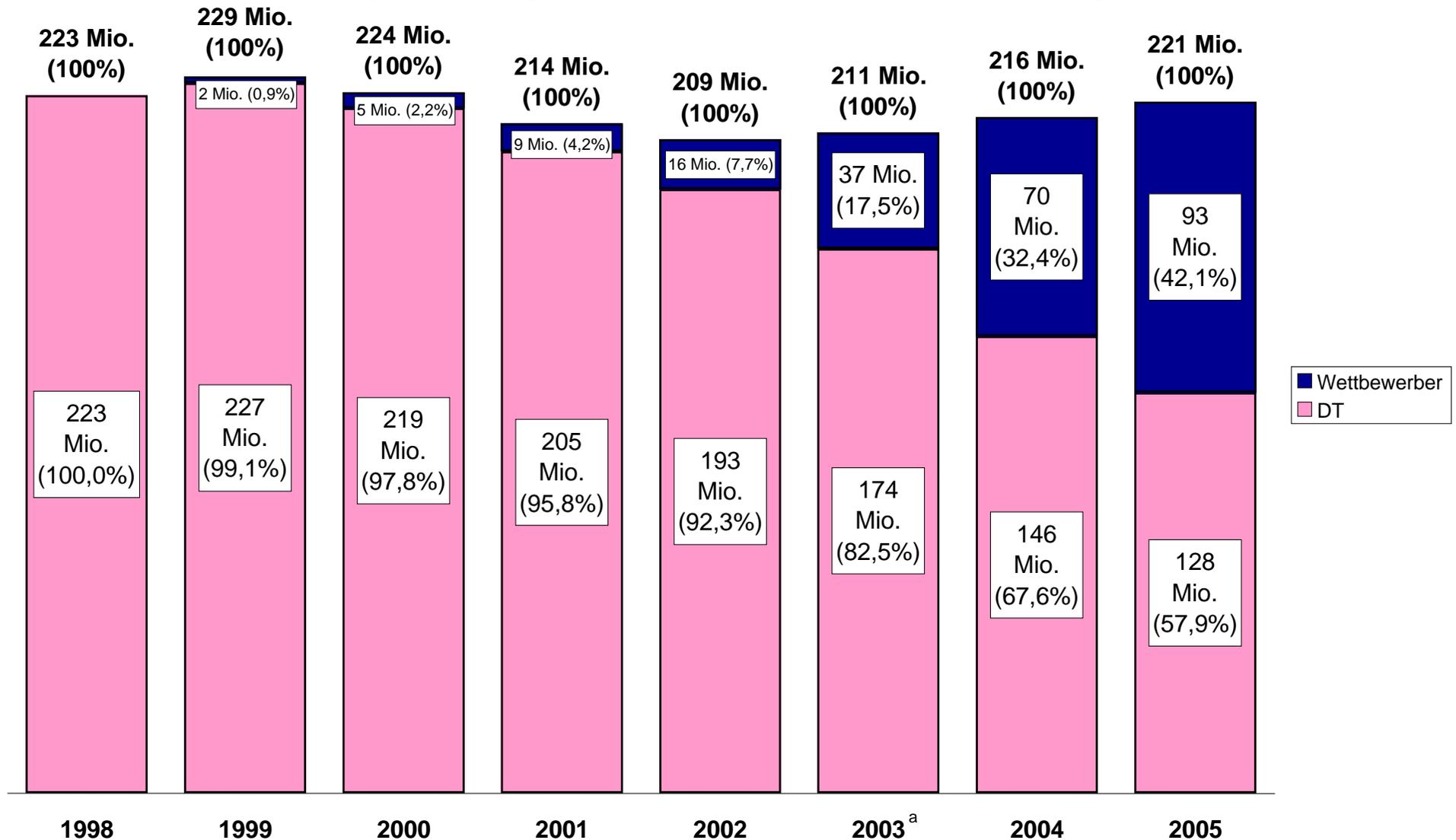


a) Nahezu alle alternativen Festnetzcarrier müssen Intercarrier-Leistungen (z.B. Interconnection, Festverbindungen, Teilnehmeranschlussleitungen, Technikräume) bei der Deutschen Telekom einkaufen und tragen so zusätzlich zu deren Umsatz bei.

(Schätzung)

Der erweiterte Wettbewerb bei Ortsgesprächen trägt zu einer deutlichen Steigerung des Wettbewerbersanteils und dadurch auch des Ortverbindungsverkehrs insgesamt bei

Abbildung 8: Entwicklung des Ortsnetzmarktes für Festnetzsprachdienste in Deutschland nach Verbindungsminuten pro Tag
(Verbindungen im Ortsnetz [= Verbindungen innerhalb des gleichen Vorwahlbereichs])

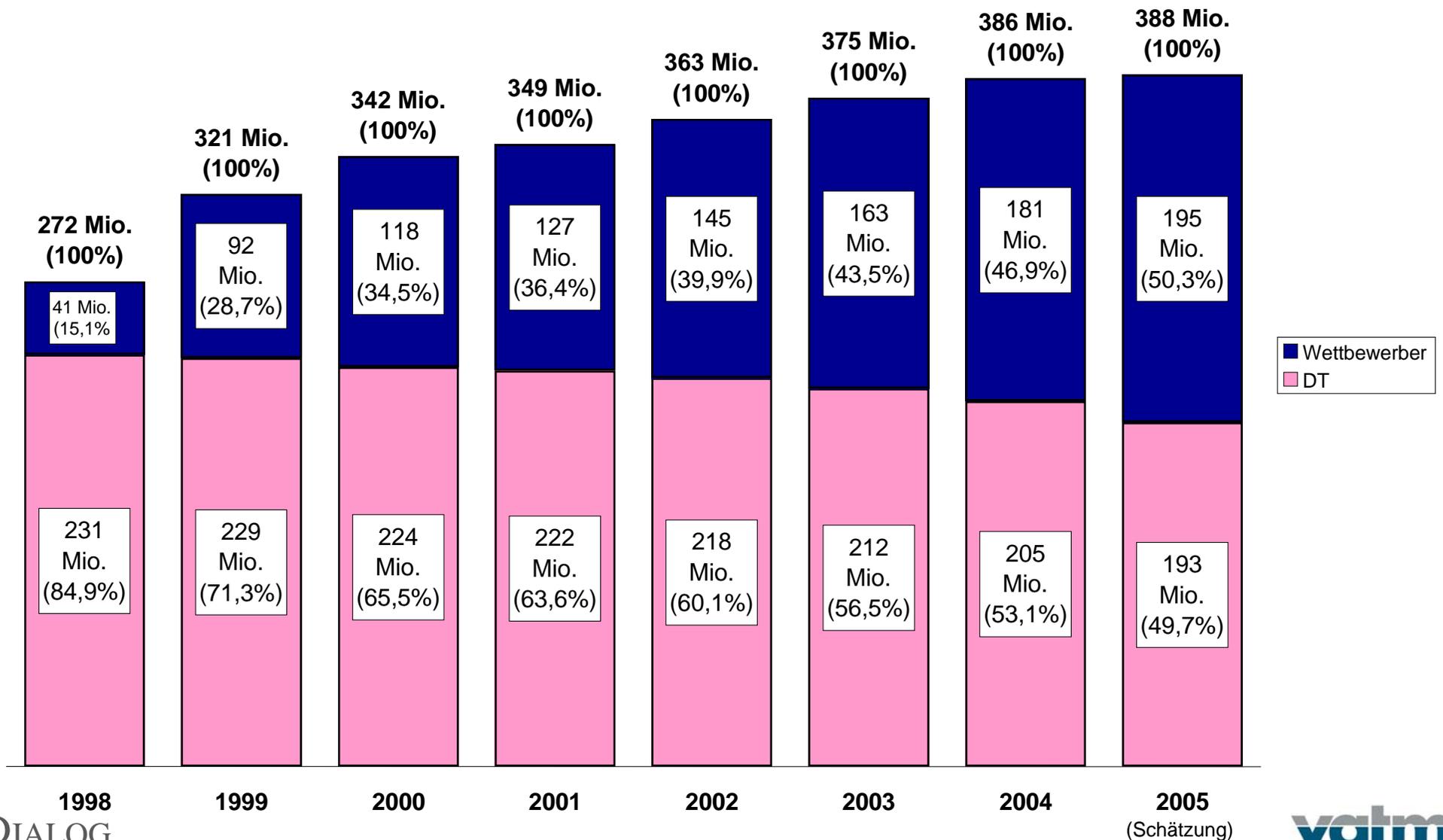


a) Marktöffnung Ortsnetz für Anschlussnetzbetreiber formal seit 1. Januar 1998 (de facto mit Beginn der TAL-Vermietung Ende 1998), für Verbindungsnetzbetreiber am 25. April 2003 (Call-by-Call) sowie am 9. Juli 2003 (Preselection).

Quelle: DIALOG CONSULT-/VATM-Analysen und -Prognosen

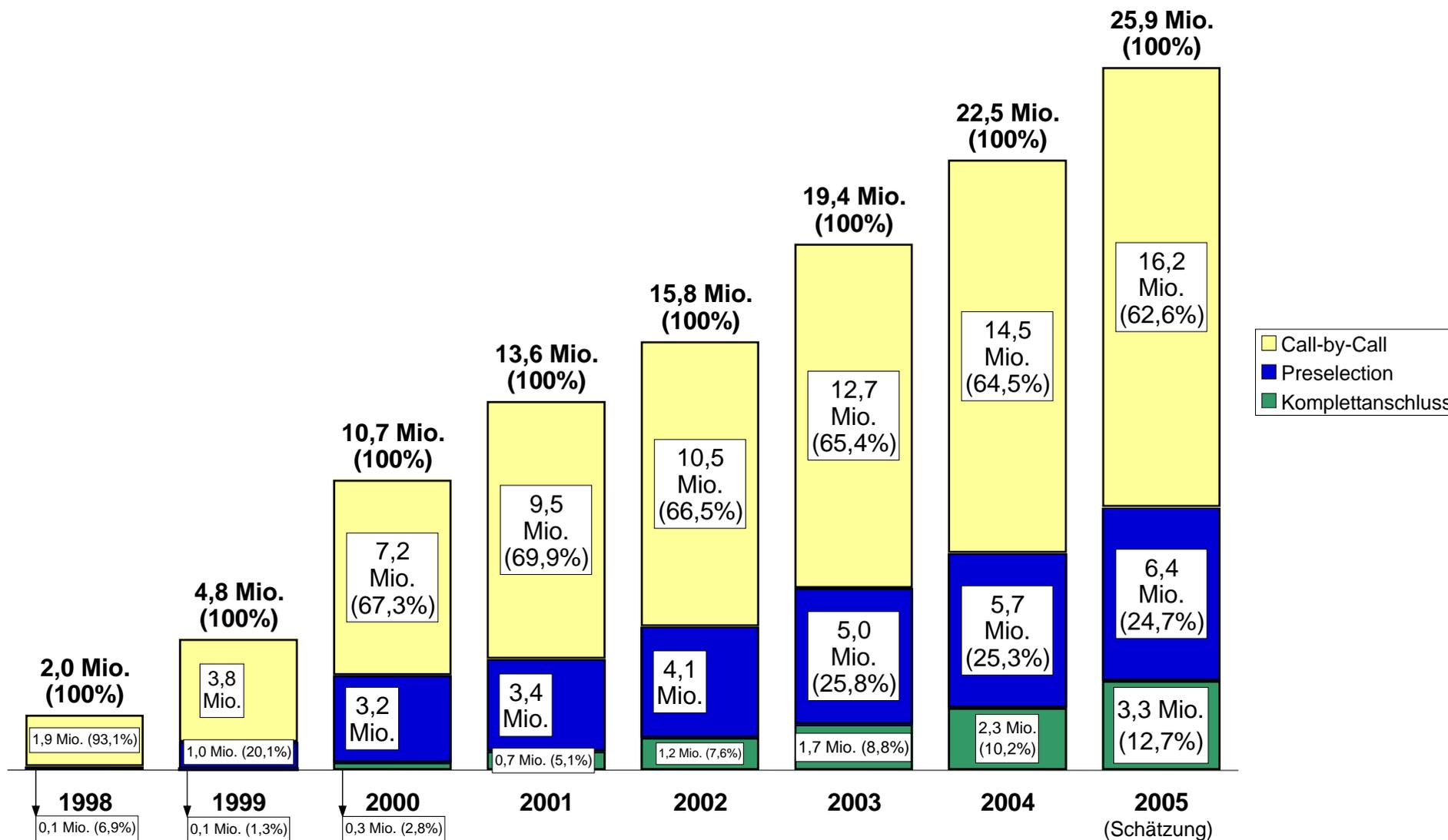
Bei ortsnetzübergreifenden Sprachverbindungen können die Wettbewerber ihren Marktanteil um 3,4 Prozentpunkte steigern

Abbildung 9: Entwicklung des Marktes für Festnetzsprachdienste in Deutschland nach Verbindungsminuten pro Tag
(Verbindungen im Nah- und Fernbereich, in deutsche Mobilfunknetze und in Ausland, ohne Orts-, Internet- und IN-Verbindungen)



Alternative Carrier verzeichnen im Jahr 2005 bei allen Festnetz Zugangsarten erneut eine deutliche Zunahme der absoluten Kundenzahlen – die höchste relative Steigerung gibt es mit 43,5% bei den Komplettanschluss-Kunden

Abbildung 10: Zahl der Kunden alternativer Festnetzcarrier nach Netzbetreiberzugang



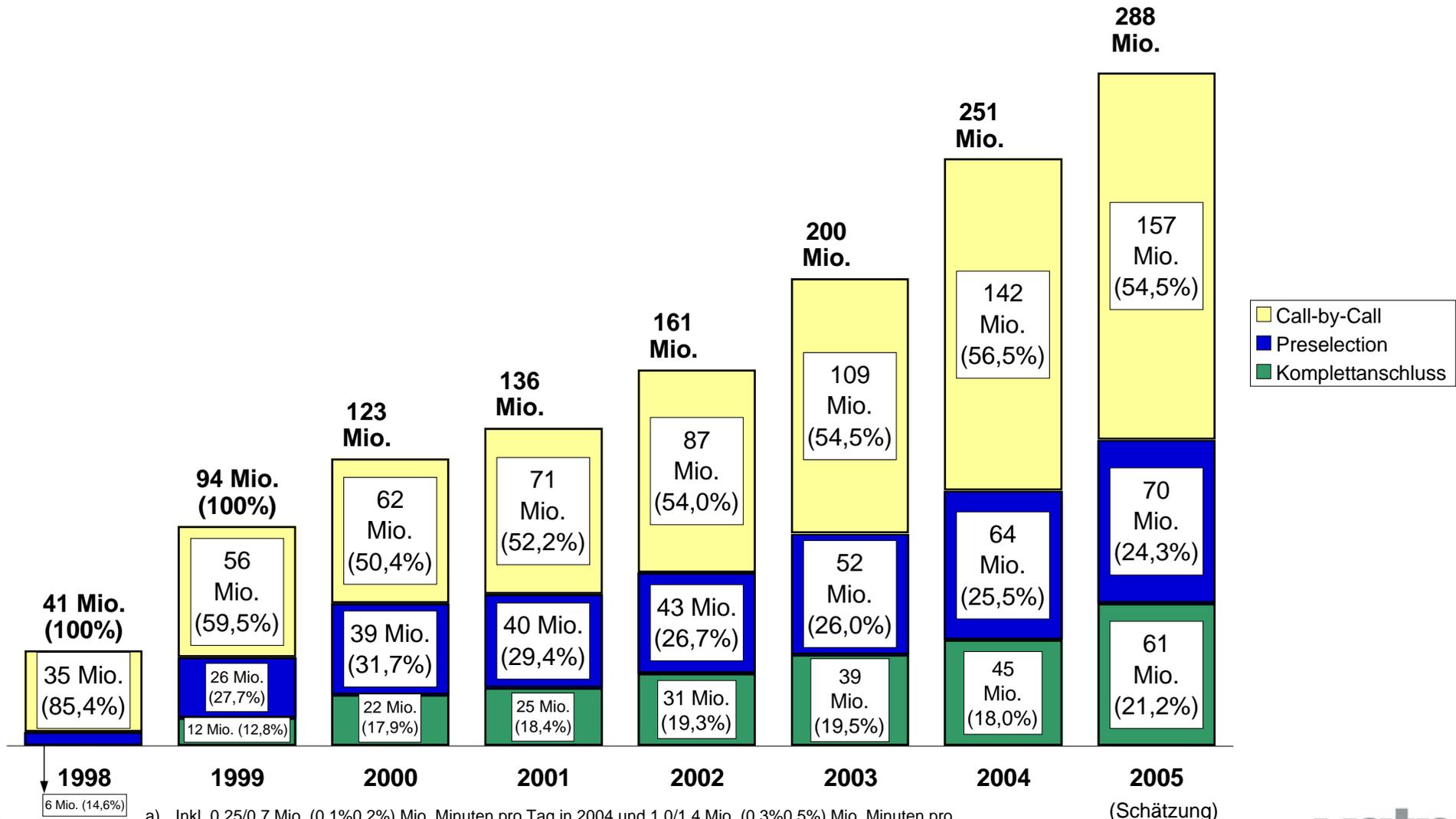
a) Inkl. 0,1/0,05 Mio. (0,4%/0,2%) Voice-over-IP-/Kabelnetz-Anschlüsse in 2004 und 0,2/0,1 Mio. (0,8%/0,4%) Voice-over-IP-/Kabelnetz-Anschlüsse in 2005.

Quelle: DIALOG CONSULT / VATM-Analysen und -Prognosen

Mehr als die Hälfte der über alternative Festnetzcarrier realisierten Gesprächsminuten entfällt auch im Jahr 2005 noch auf (schwach an einzelne Unternehmen gebundene) Call-by-Call-Kunden

Abbildung 11: Tägliche Verbindungsminuten alternativer Festnetzcarrier nach Netzbetreiberzugang

(ohne Internet-Zugang, IN-Dienste, Auskunftsdienste)

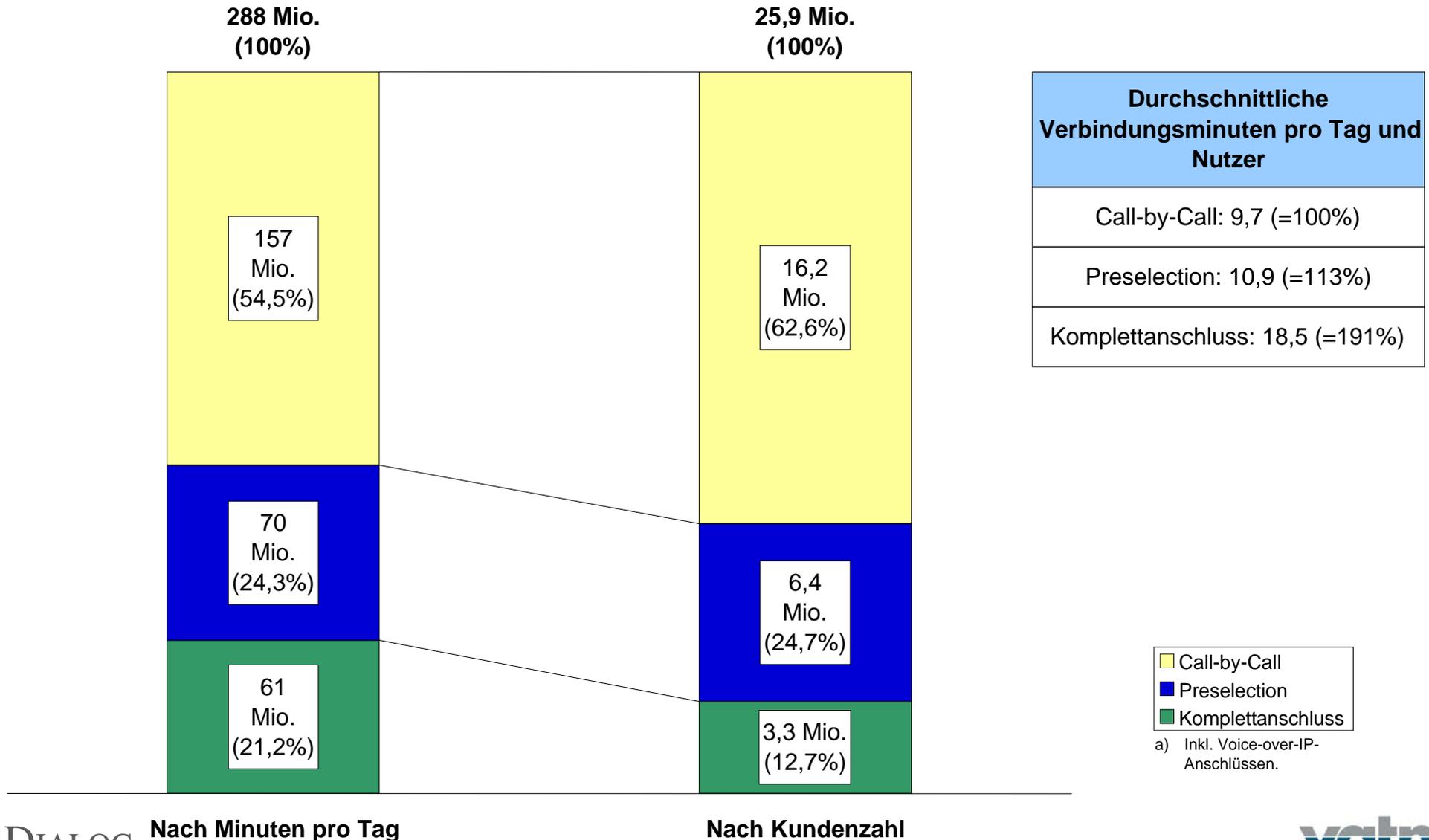


a) Inkl. 0,25/0,7 Mio. (0,1%/0,2%) Mio. Minuten pro Tag in 2004 und 1,0/1,4 Mio. (0,3%/0,5%) Mio. Minuten pro Tag in 2005 von Voice-over-IP-/Kabelnetz-Anschlüssen.

Quelle: DIALOG CONSULT-/VATM-Analysen und -Prognosen

2005 fragt ein Komplettanschluss-Kunde neuer Wettbewerber etwa 91 Prozent mehr Verbindungsminuten pro Tag nach als ein Call-by-Call-Kunde, dessen Nutzungsintensität wiederum nur 13 Prozent unter der von Preselection-Kunden liegt

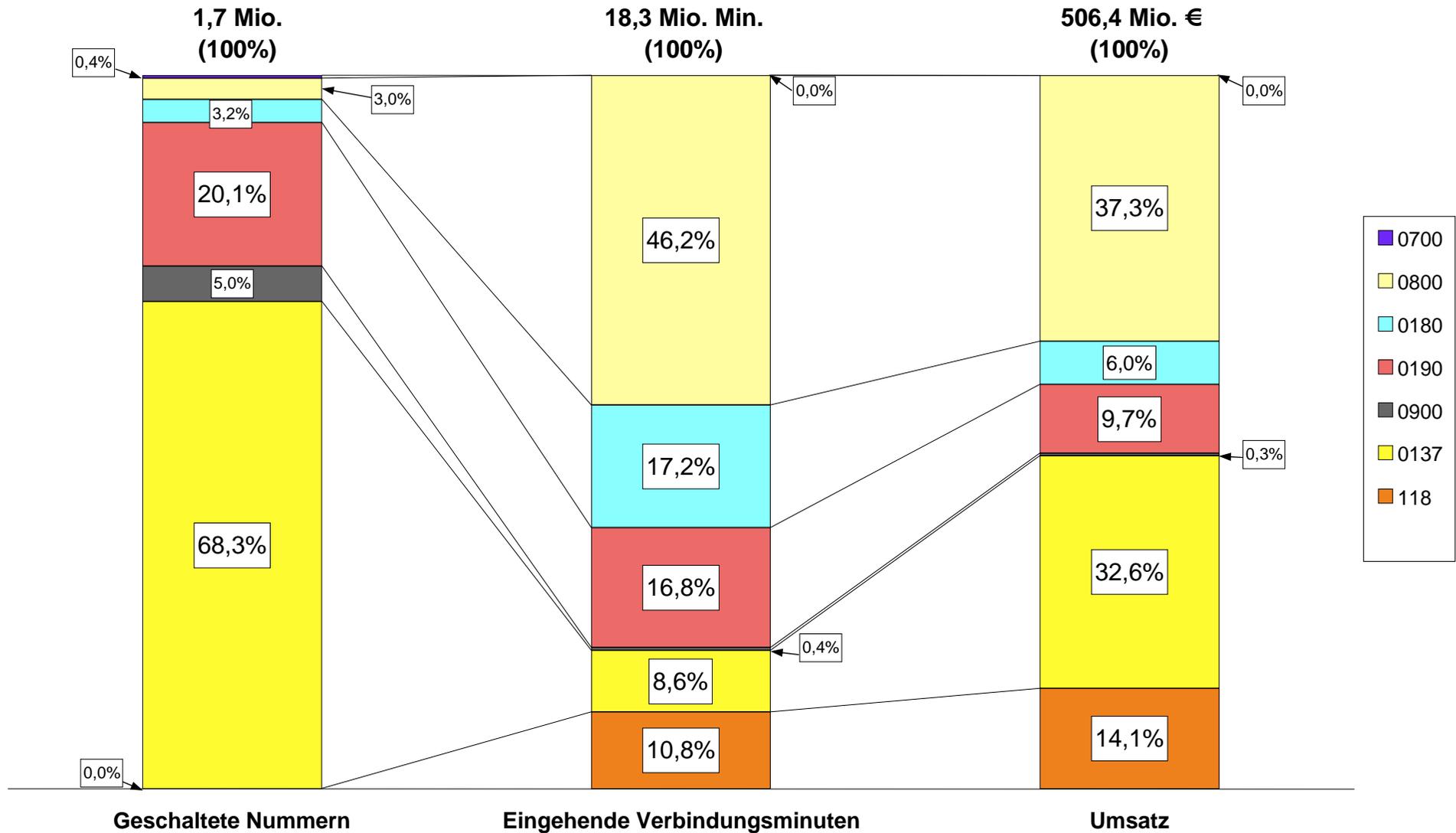
Abbildung 12: Nutzung der Dienste alternativer Festnetzcarrier Ende 2004 (Schätzung)



Im Bereich der Mehrwertdienste erwirtschaften die Wettbewerber signifikante Umsätze mit 0800- und den innovativen 0137-Nummern

Abbildung 13: Entwicklung des Marktes für Festnetzdienste in Deutschland im Juni 2005

(Von neuen Wettbewerbern geschaltete IN^a- und Auskunftsnummern und Verbindungen zu diesen Nummern)^b



Quelle: DIALOG CONSULT-VATM-Analysen und -Prognosen

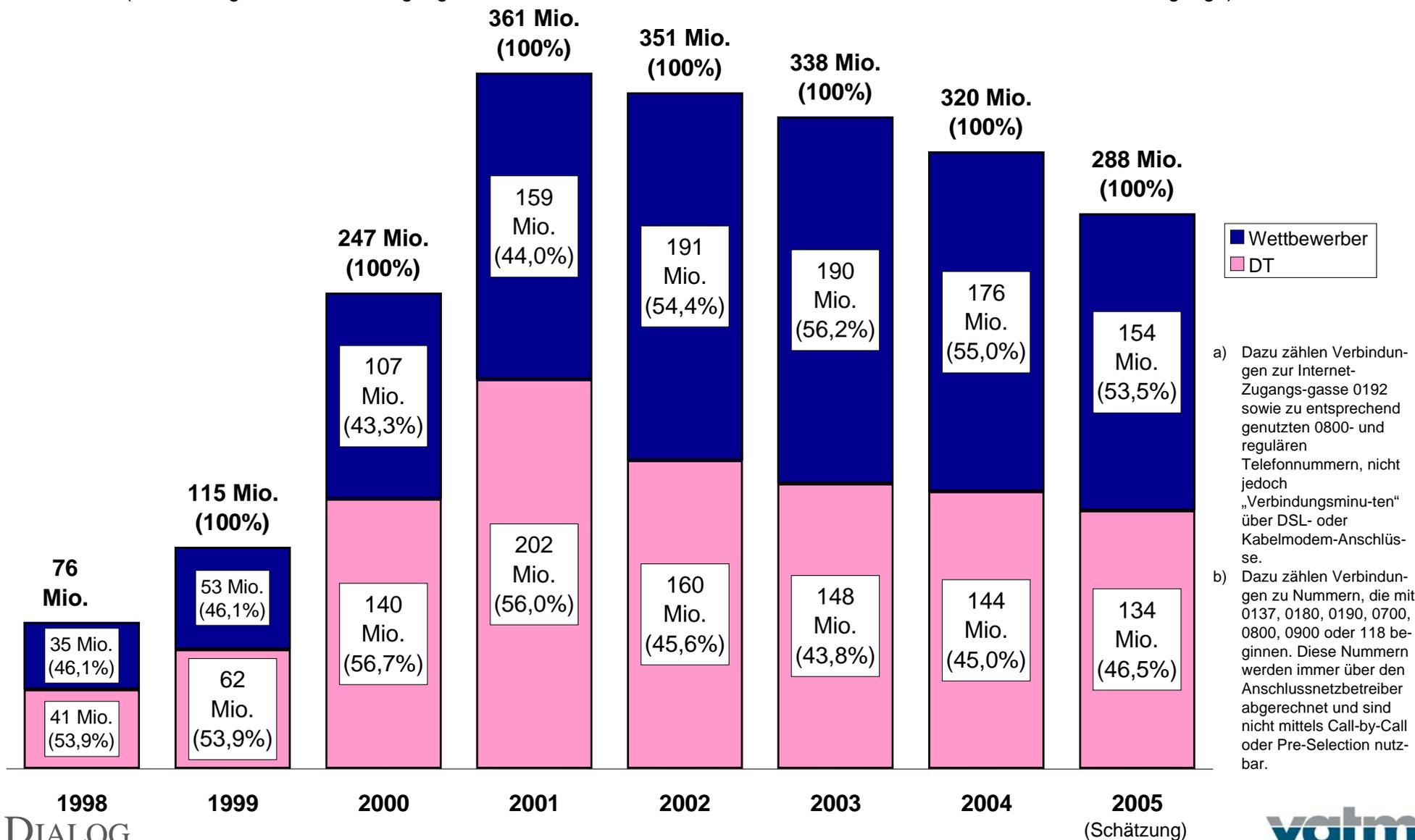
- a) Dazu zählen Verbindungen zu Nummern, die mit 0137, 0180, 0190, 0700, 0800, 0900 oder 118 beginnen. Diese Nummern werden immer über den Anschlussnetzbetreiber abgerechnet und sind nicht mittels Call-by-Call oder Preselection nutzbar.
- b) Diese Daten wurden 2004 erstmalig erhoben.

III. Internet-Zugangsmarkt

Der Incumbent kann bei den Verbindungsminuten zu Internetzugangs-, IN- und Auskunftsnummern bei insgesamt schrumpfender Nachfrage seinen Marktanteil 2005 zum zweiten Mal in Folge ausbauen

Abbildung 14: Entwicklung des Marktes für Internet-Zugangsdienste in Deutschland nach Verbindungsminuten pro Tag

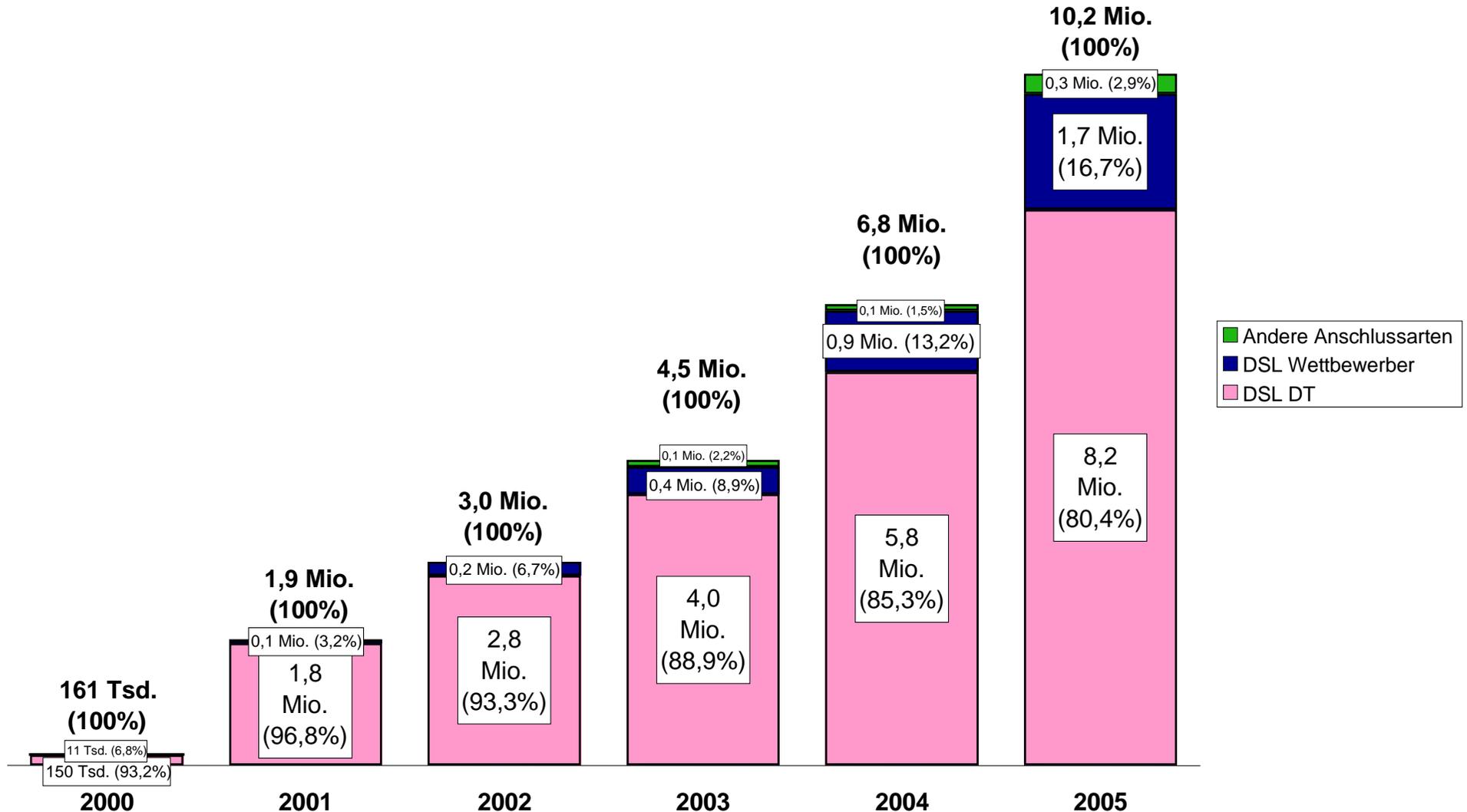
(Verbindungen zu Internet-Zugangsnummern^a, zu IN^b- und Auskunftsnummern, ohne DSL- und Kabelmodemzugänge)



- a) Dazu zählen Verbindungen zur Internet-Zugangsgasse 0192 sowie zu entsprechend genutzten 0800- und regulären Telefonnummern, nicht jedoch „Verbindungsminuten“ über DSL- oder Kabelmodem-Anschlüsse.
- b) Dazu zählen Verbindungen zu Nummern, die mit 0137, 0180, 0190, 0700, 0800, 0900 oder 118 beginnen. Diese Nummern werden immer über den Anschlussnetzbetreiber abgerechnet und sind nicht mittels Call-by-Call oder Pre-Selection nutzbar.

Ende 2005 liegt die Zahl der Breitband-Anschlüsse in Deutschland bei gut 10 Mio. – im DSL-Bereich verlangsamt die Deutsche Telekom die Geschwindigkeit ihres Marktanteilsrückgangs durch den Resale-Vertrieb

Abbildung 15: Direkt geschaltete Breitband-Anschlüsse in Deutschland

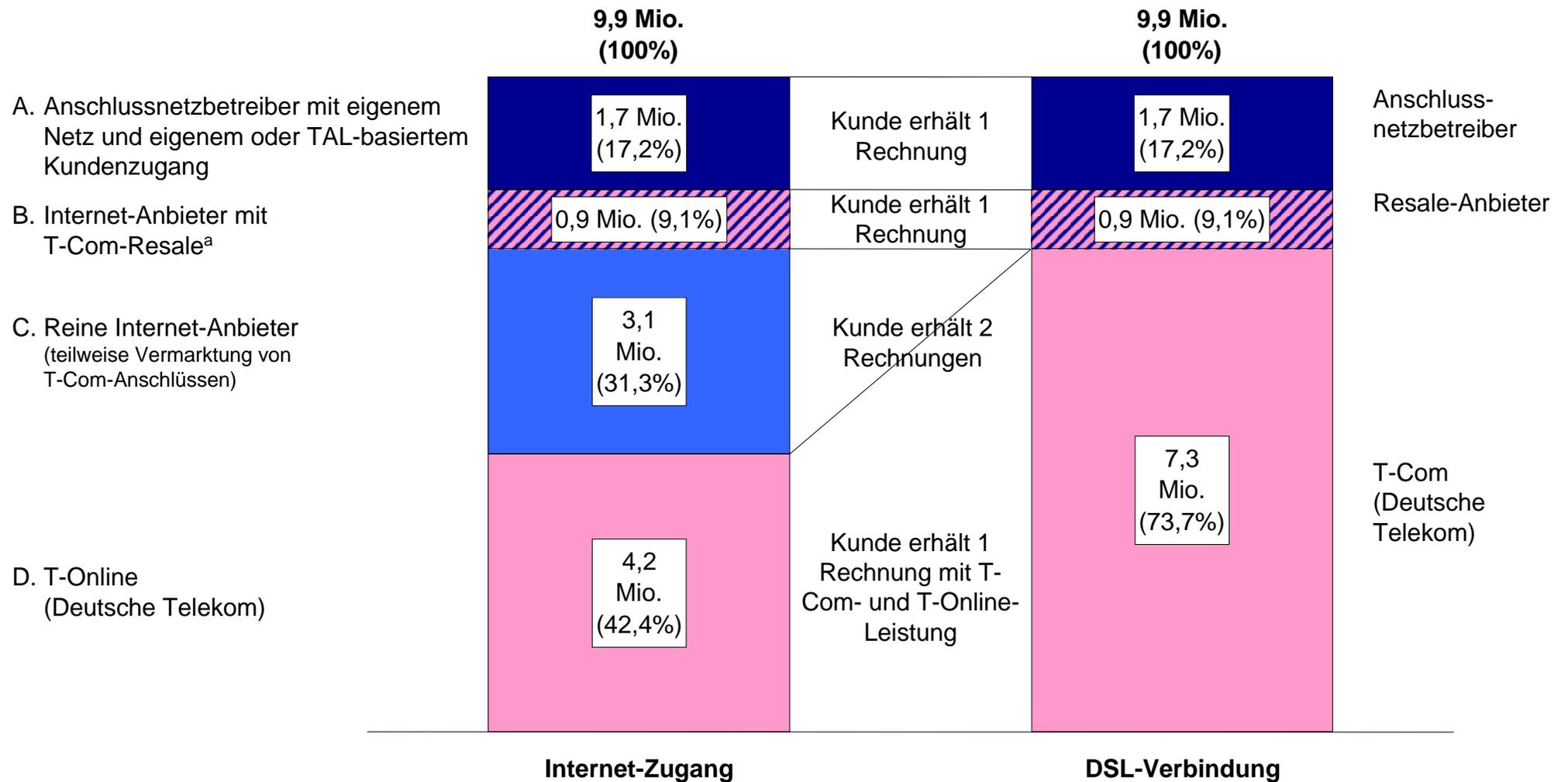


- a) Hierzu zählen breitbandige Kabelmodem-, Powerline- und Satelliten-Anschlüsse – letztere werden nicht nur von Wettbewerbern, sondern teilweise auch von der Deutschen Telekom vermarktet.
- b) Inklusive etwa 0,25 Mio. Resale-Anschlüsse in 2004 und 0,9 Mio. Resale-Anschlüsse in 2005.

Quelle: DIALOG CONSULT-/VATM-Analysen und -Prognosen

Rund drei Viertel der DSL-Kunden in Deutschland erhalten Ende 2005, trotz des Resale-Starts im Vorjahr, noch die Rechnung für ihren Breitbandanschluss von der Deutschen Telekom

Abbildung 16: DSL-Kundenverteilung in Deutschland Ende 2005 (Schätzung)



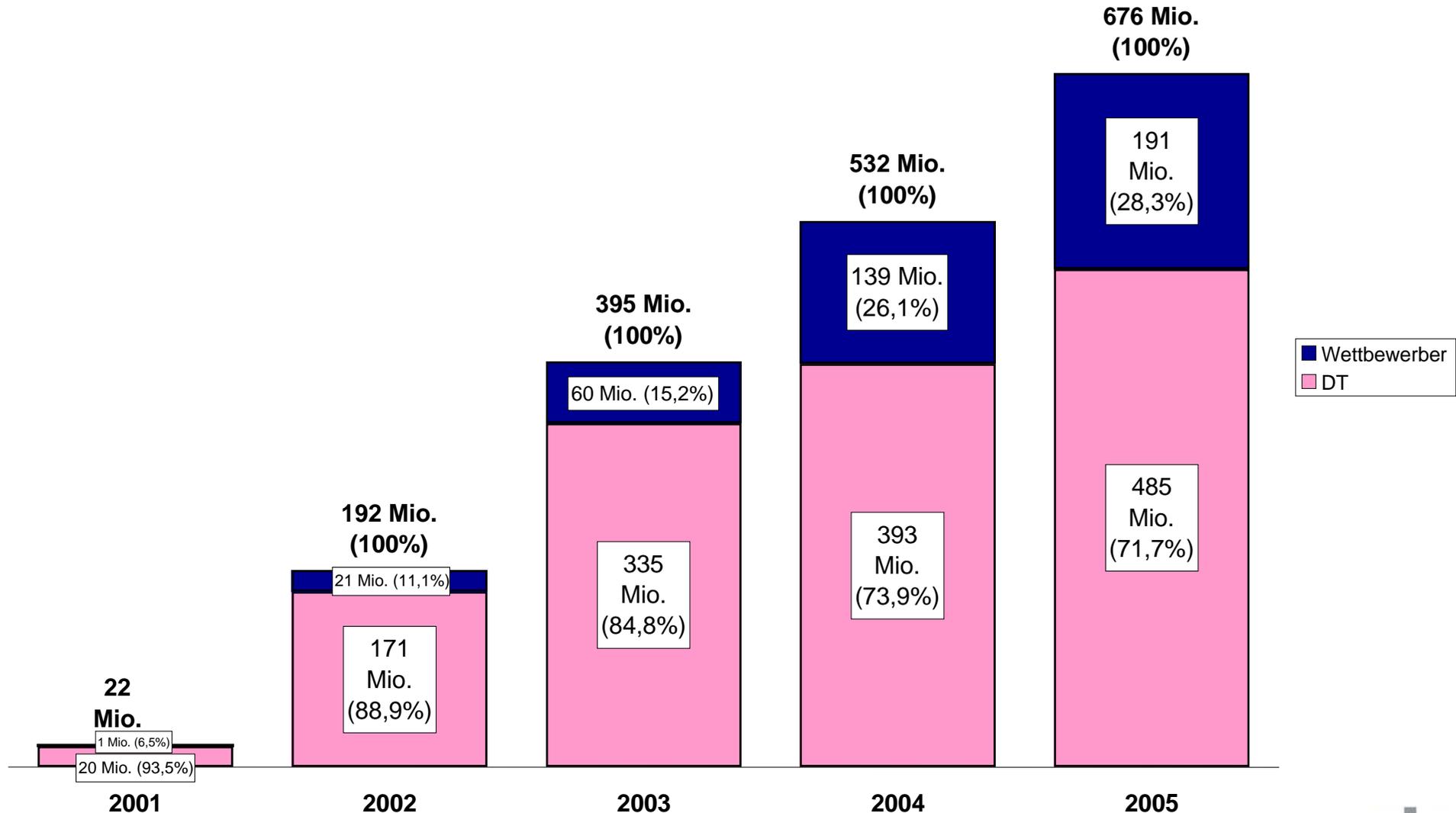
a) Zur Erläuterung der Begriffe „Internet-Zugang“ und „DSL-Verbindung“ s. Anhang.

b) Resale von T-Com-DSL-Anschlüssen ist erst seit dem 01.07.2004 möglich

Quelle: DIALOG CONSULT-/VATM-Analysen und -Prognosen

Getrieben durch das DSL-Anschlusswachstum steigt auch das Breitband-Verkehrsvolumen in Deutschland im Jahr 2005 gegenüber dem Vorjahr um mehr als 25 Prozent

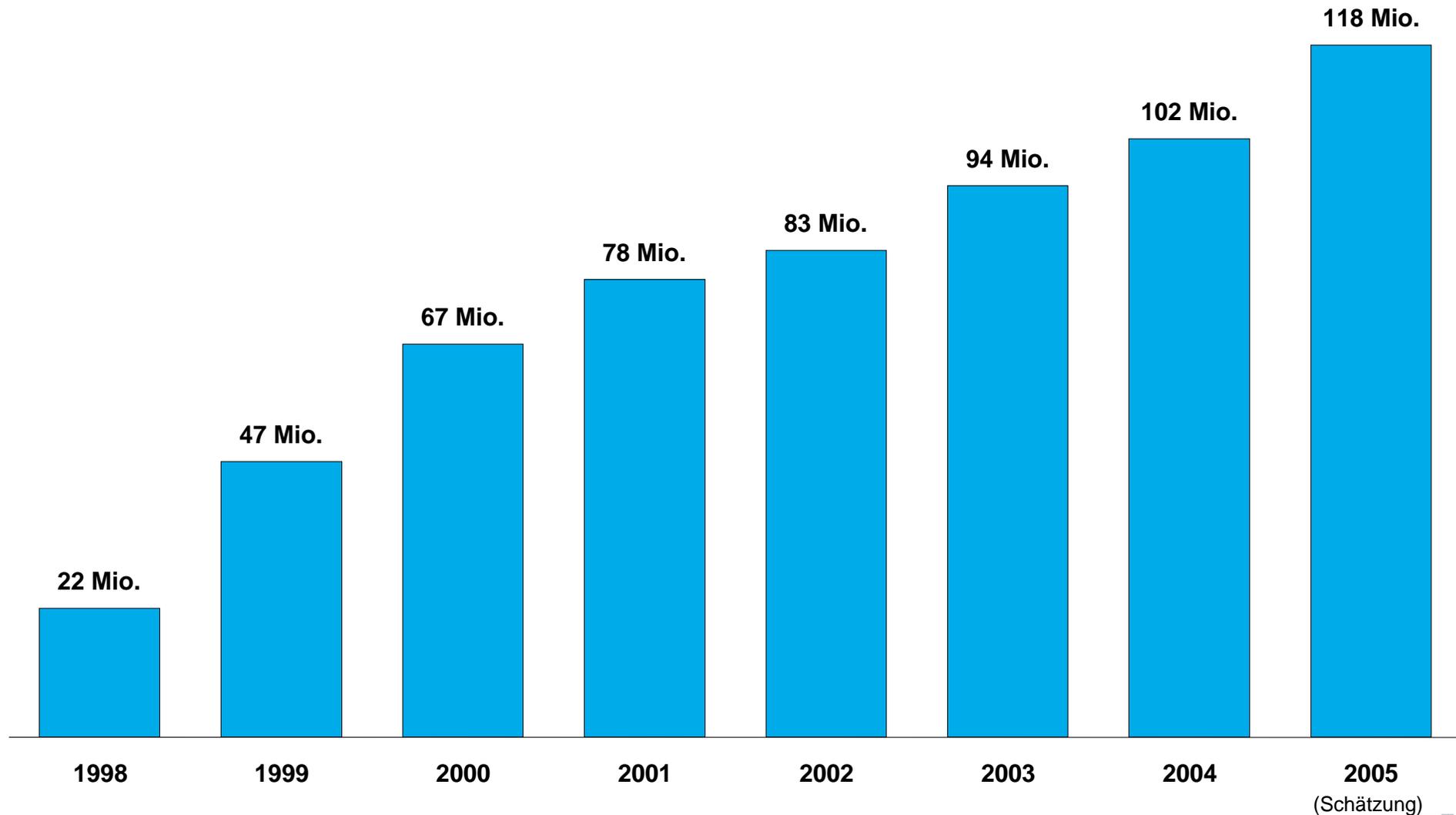
Abbildung 17: Volumenentwicklung Breitband-Internet-Verkehr in Deutschland (GB pro Monat)



IV. Mobilfunkmarkt

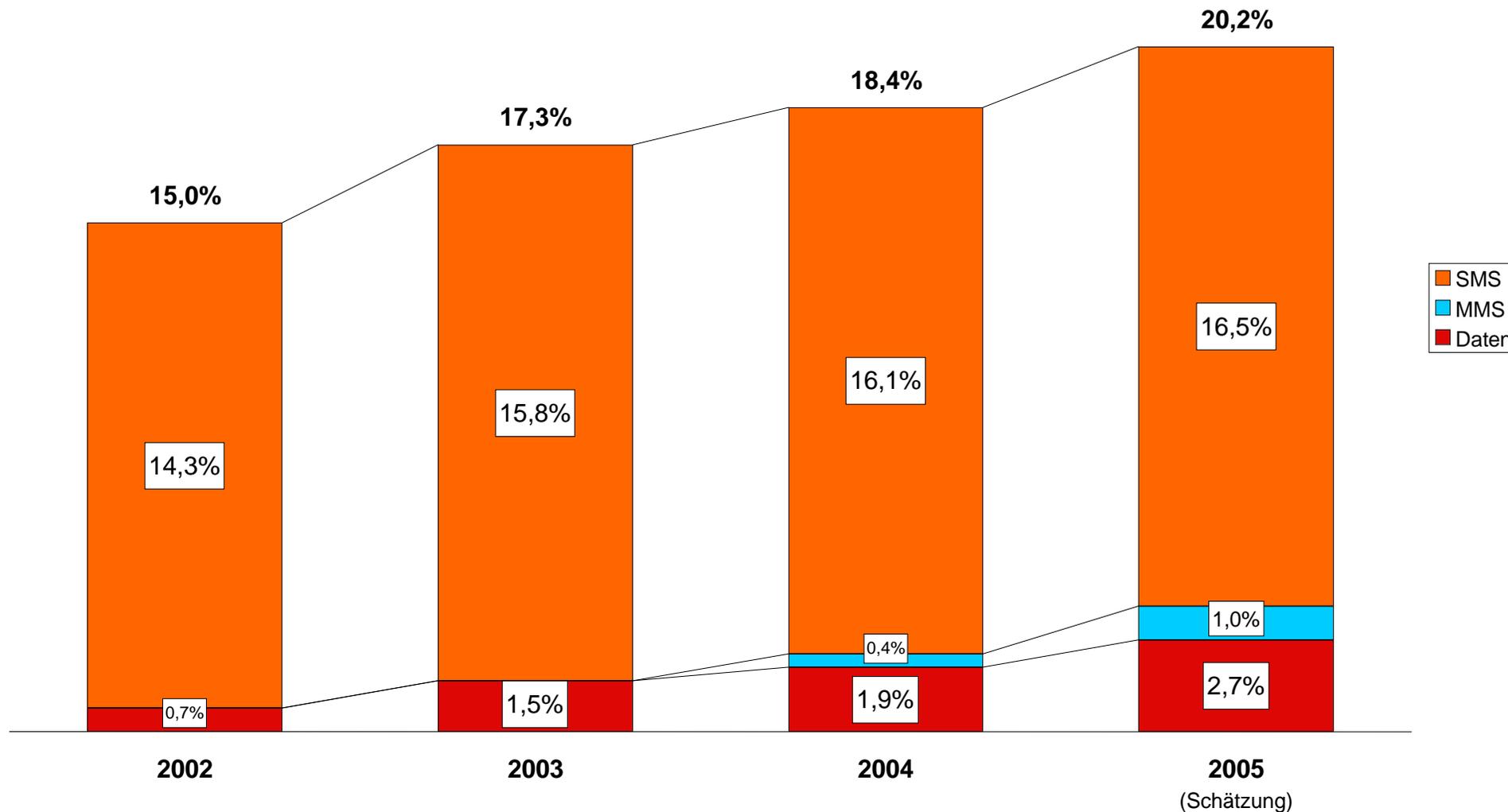
Die jüngsten Vermarktungsoffensiven der Mobilfunknetzbetreiber lassen das Verbindungsminutenvolumen im Jahr 2005 deutlich ansteigen

Abbildung 18: Entwicklung des Gesamtmarktes für Mobilfunkdienste in Deutschland nach Verbindungsminuten pro Tag
(Abgehende Verbindungen ins eigene und fremde Mobilfunknetze, ins deutsche Festnetz, ins Ausland und zu IN-Nummern)



Der Datendiensteanteil an den Serviceumsätzen im Mobilfunk steigt 2005 weiter an und wird überproportional von der MMS- und Datenübertragungsnutzung getragen

Abbildung 19: Datenanteil an den Diensteumsätzen im Mobilfunk in Deutschland



Anhang

Wenn die „DSL-Verbindung“ von der Deutschen Telekom (T-Com) bezogen wird, kann der Internetzugang entweder von T-Online oder von einem anderen Internet Service Provider bezogen werden

Abbildung A-1: Prinzipskizze Internet-Zugang und DSL-Einsatz

