

**DIALOG CONSULT / VATM:  
Der deutsche Telekommunikationsmarkt –  
Zehn Jahre Liberalisierung im Festnetzmarkt**  
– Abbildungen –



– Ergebnisse einer Befragung der Mitgliedsunternehmen im  
„Verband der Anbieter von Telekommunikations- und  
Mehrwertdiensten e.V.“ im Juli/August 2007 –

Köln  
16. Oktober 2007

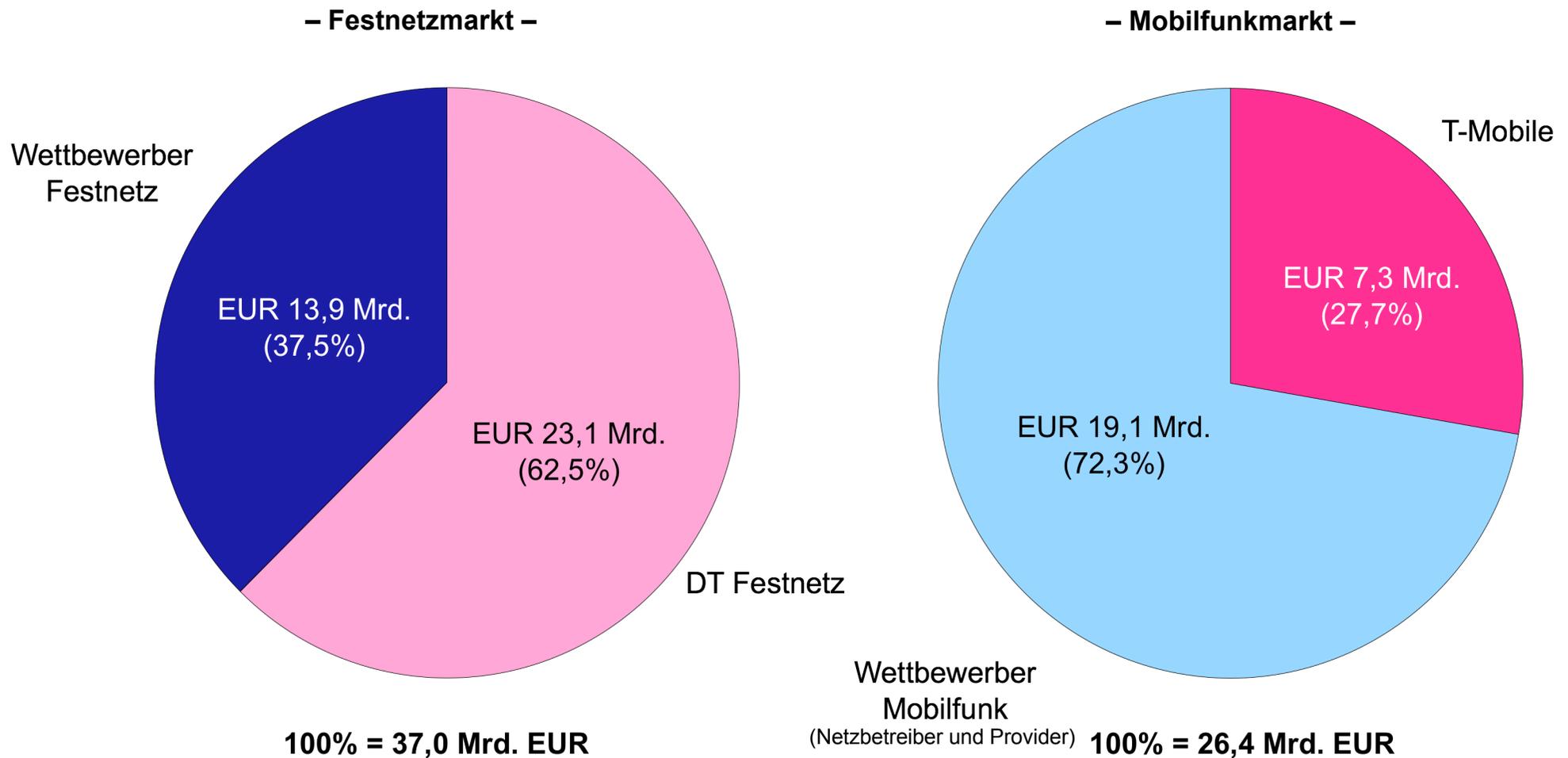
# **I n h a l t**

- I. Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland
- II. Festnetzmarkt
- III. Markt der Mehrwertdienste in Fest- und Mobilfunknetzen
- IV. Mobilfunkmarkt

I. Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste  
in Deutschland

**Die Umsätze mit Telekommunikationsdiensten werden in Deutschland 2007 bei circa 63,4 Milliarden Euro liegen – Die Deutsche Telekom bleibt im Festnetzbereich weiter marktbeherrschend**

**Abbildung 1: Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland<sup>a</sup>**  
 (Schätzung für 2007, Außenumsätze *ohne* TV-Signaltransport)

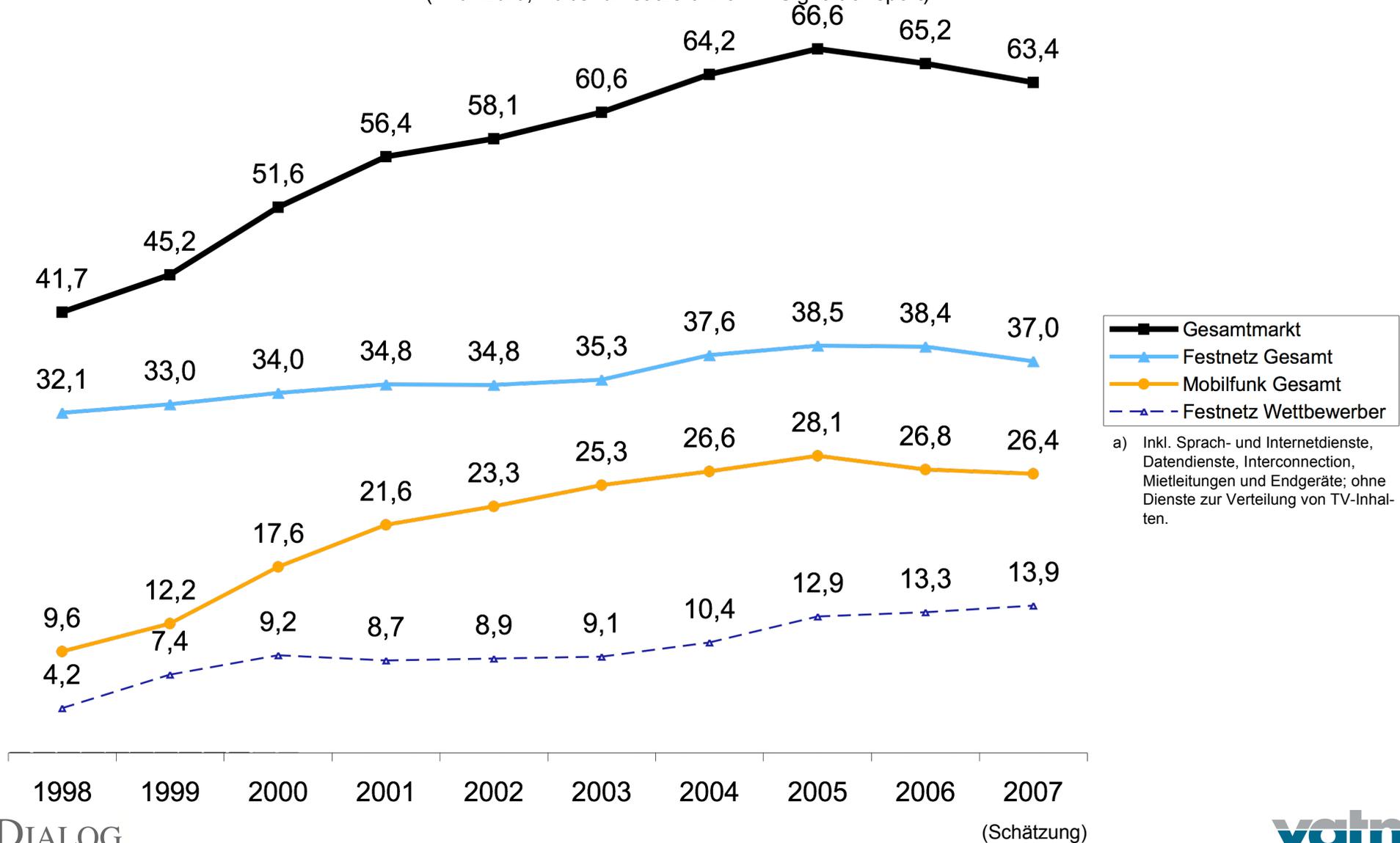


**Gesamtmarkt = 63,4 Mrd. €**

**Der Umsatz mit Telekommunikationsdiensten in Deutschland nimmt 2007 um rund 2,8 Prozent ab – Entgegen diesem Trend steigt der Umsatz der Wettbewerber im Festnetz um 4,5 Prozent**

**Abbildung 2: Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland<sup>a</sup>**

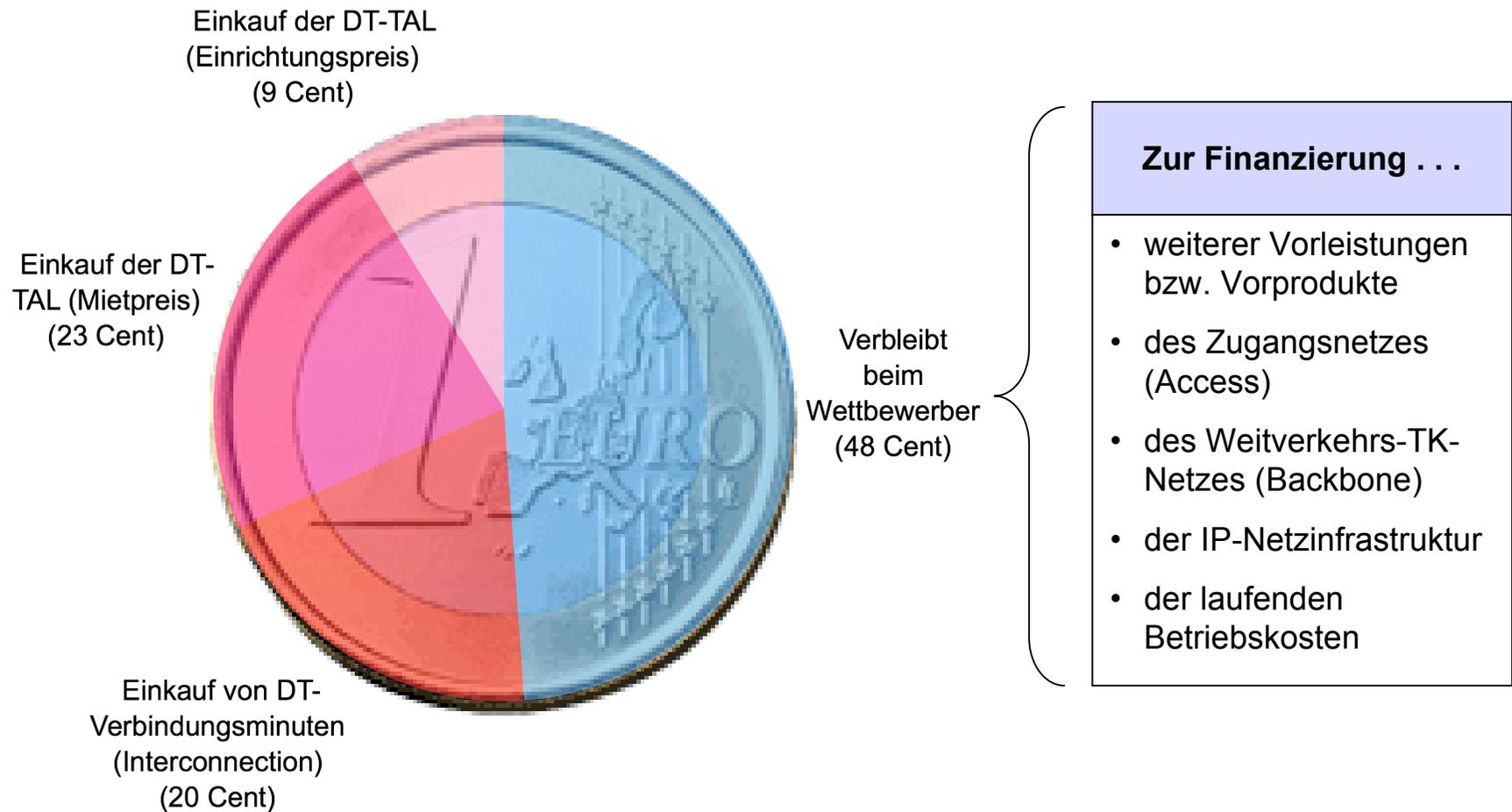
(Mrd. Euro, Außenumsätze ohne TV-Signaltransport)



a) Inkl. Sprach- und Internetdienste, Datendienste, Interconnection, Mietleitungen und Endgeräte; ohne Dienste zur Verteilung von TV-Inhalten.

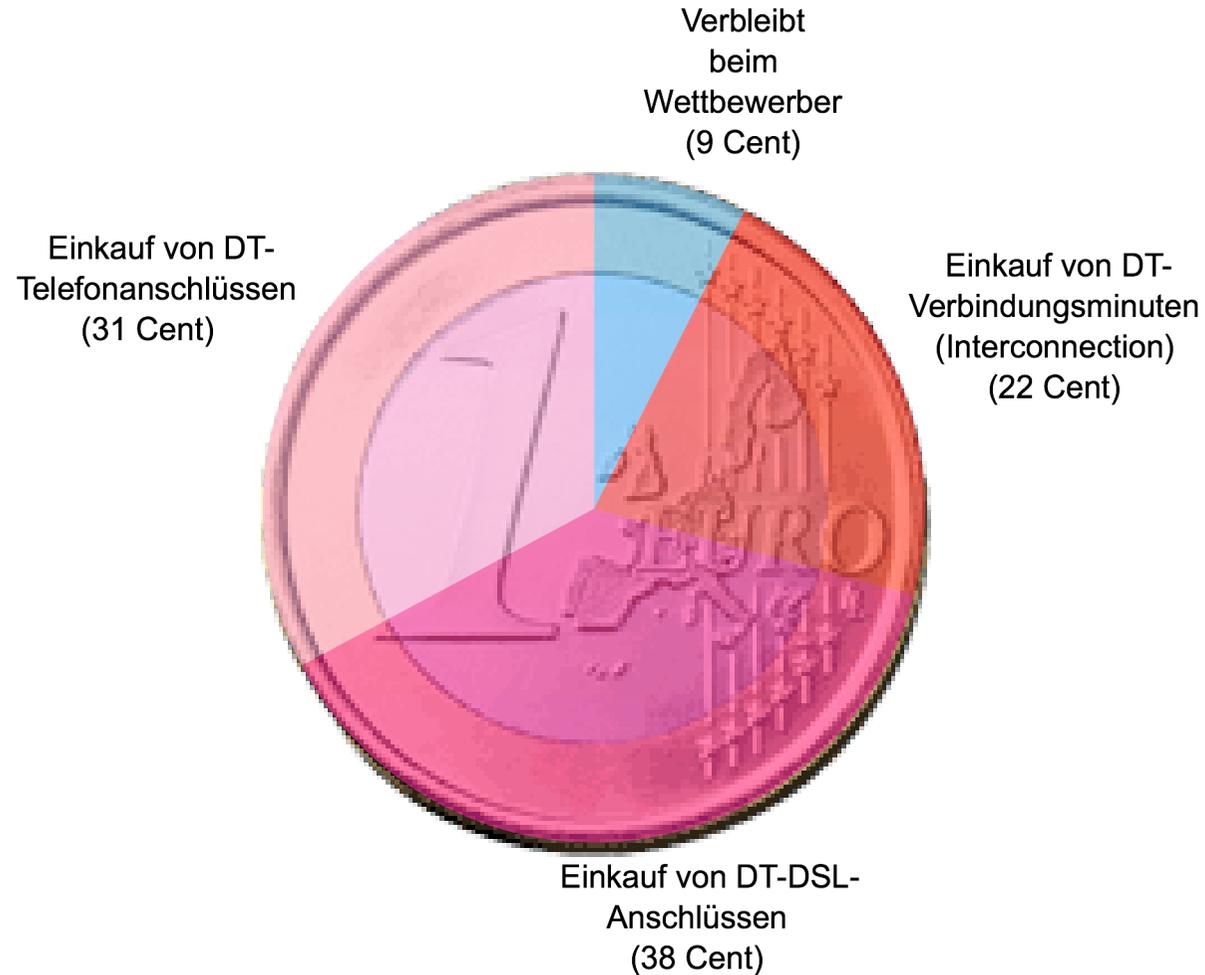
# Von jedem Euro Umsatz mit einem herkömmlichen Komplettanschluss zahlt ein Wettbewerbsunternehmen rund 52 Cent für Vorleistungsprodukte an die Deutsche Telekom

**Abbildung 3: Anteil der Vorleistungsentgelte eines Vollanschluss-Wettbewerbsunternehmens pro Euro**  
(Schätzung für 2007)



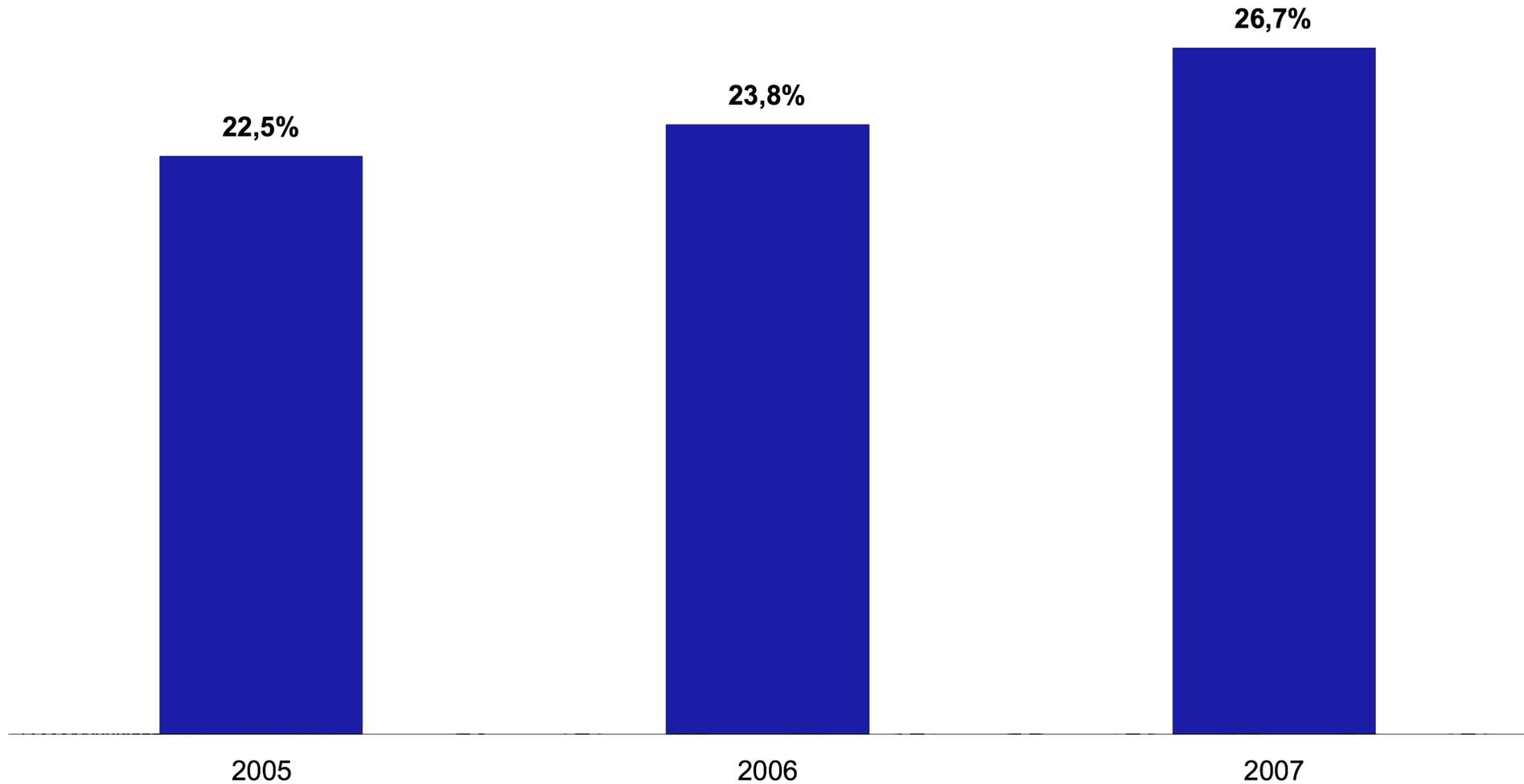
## Von jedem Euro Umsatz mit dem Resale eines Anschlusses der Deutschen Telekom (DT) zahlt ein Wettbewerbsunternehmen rund 91 Cent für Vorleistungsprodukte an die Deutsche Telekom

**Abbildung 4: Anteil der Vorleistungsentgelte eines Resale-Wettbewerbsunternehmens pro Euro**  
(Schätzung für 2007)



## Die Wertschöpfung der Wettbewerber im Festnetz steigt kontinuierlich – Fast drei Viertel der Wertschöpfung verbleiben bei der Deutschen Telekom

Abbildung 5: Wertschöpfungsquote<sup>a</sup> der Festnetz-Wettbewerbsunternehmen

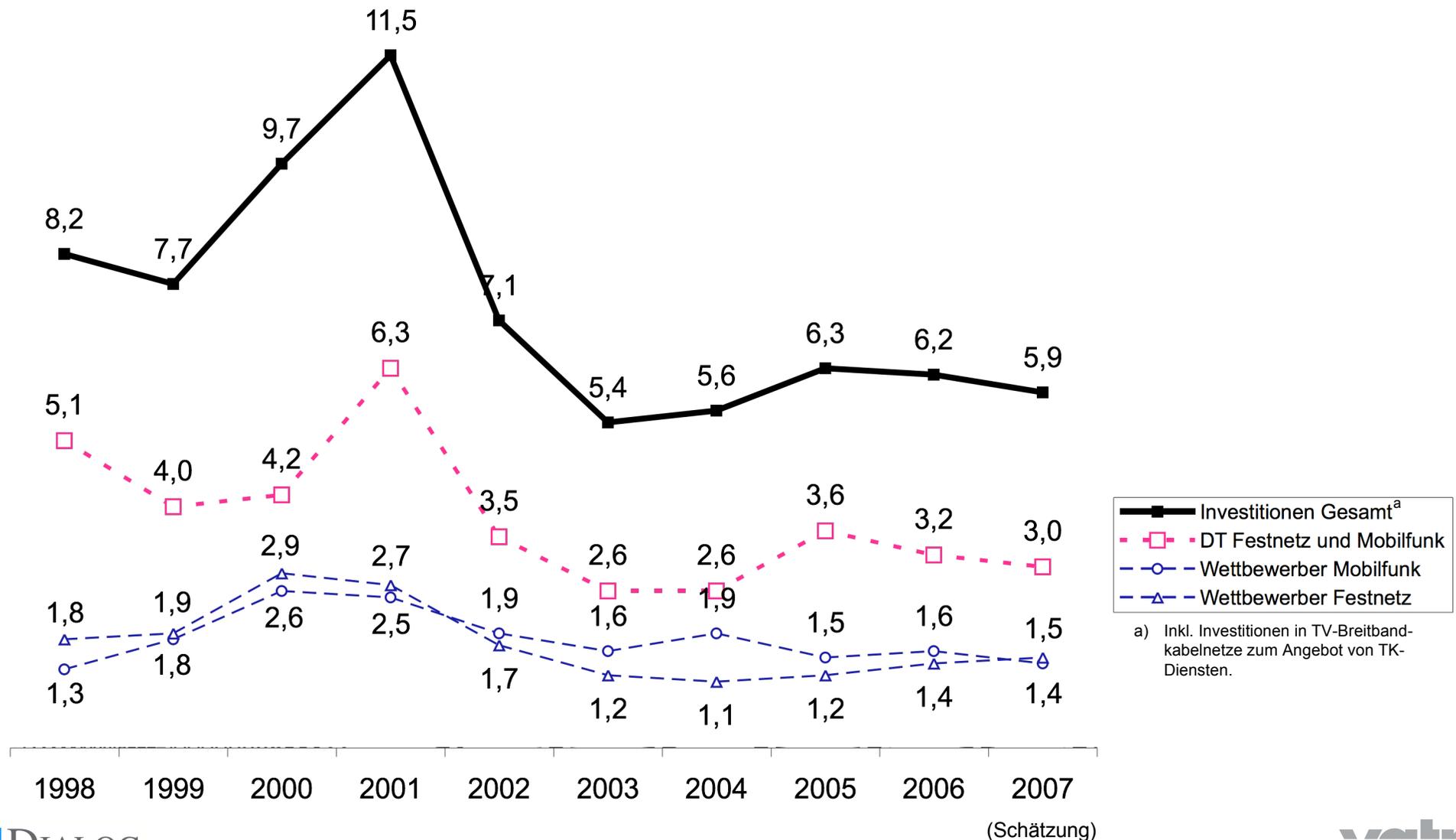


(Schätzung)

a) Berechnet als (Umsatz Wettbewerber Festnetz abzüglich Umsatz Wholesale DT) geteilt durch Gesamtumsatz Festnetz.

# Auch 2007 tragen die Wettbewerbsunternehmen rund die Hälfte der Gesamtinvestitionen im deutschen Telekommunikationsmarkt

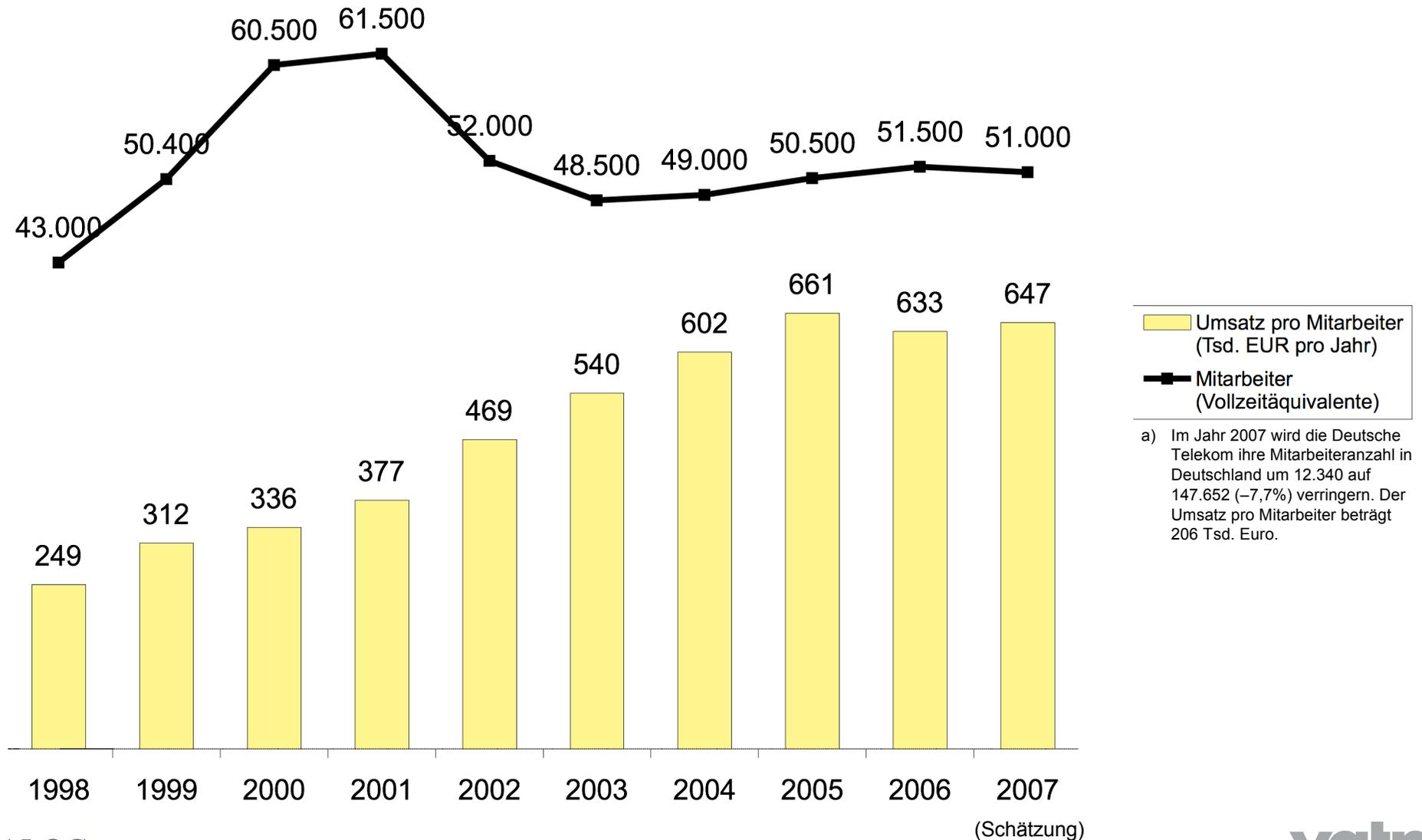
**Abbildung 6: Investitionen in Telekommunikations-Sachanlagen**  
(in Mrd. Euro)



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

## Die Zahl der Mitarbeiter der Wettbewerbsunternehmen ist im Jahr 2007 nahezu konstant

Abbildung 7: Mitarbeiterzahlen neuer Fest- und Mobilfunknetzdiensteanbieter<sup>a</sup>



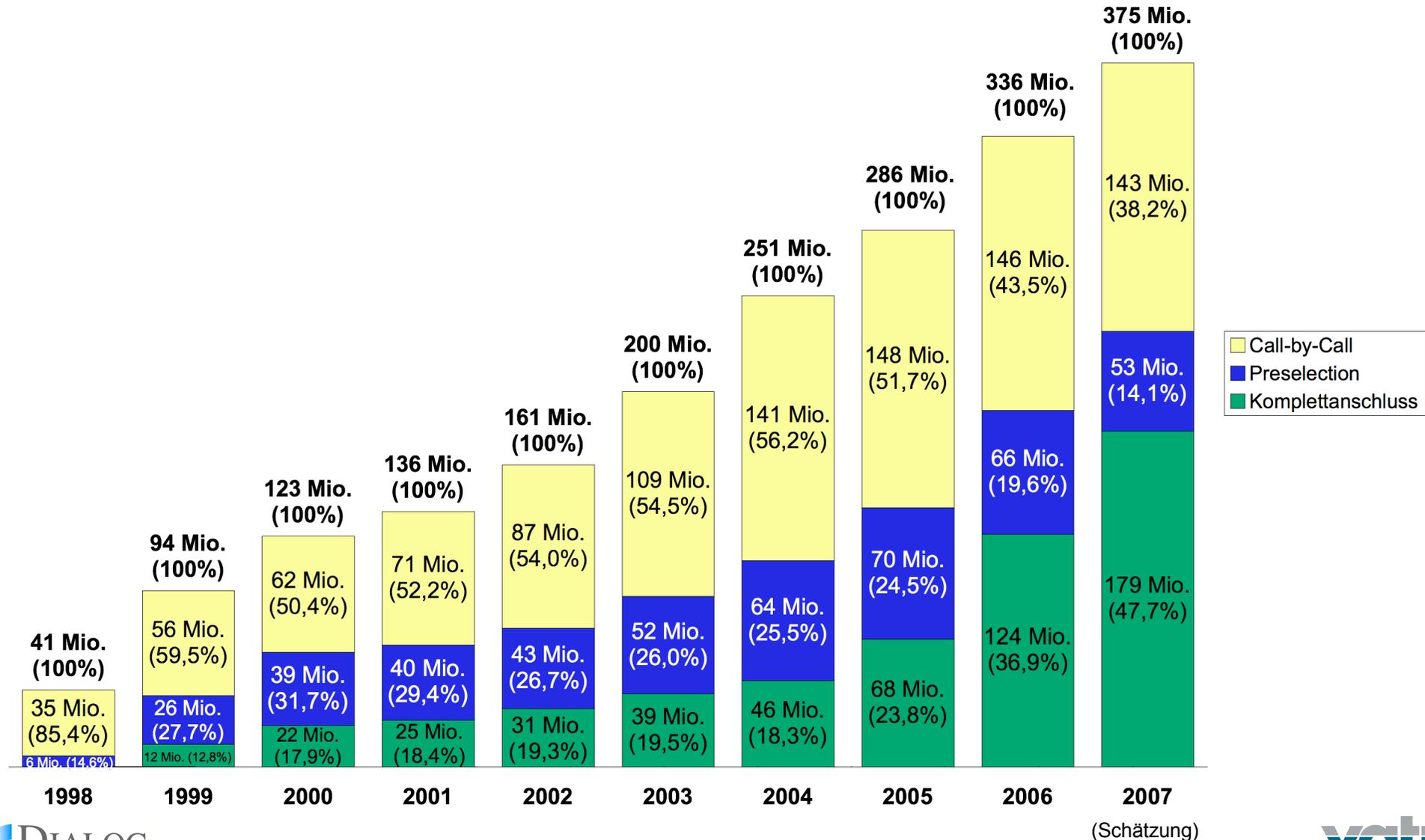
a) Im Jahr 2007 wird die Deutsche Telekom ihre Mitarbeiteranzahl in Deutschland um 12.340 auf 147.652 (-7,7%) verringern. Der Umsatz pro Mitarbeiter beträgt 206 Tsd. Euro.

## II. Festnetzmarkt

## Die Sprachminuten bei Komplettanschlüssen nehmen deutlich zu, bei Call-by-Call verharren sie auf hohem Niveau und bei Preselection sind sie rückläufig

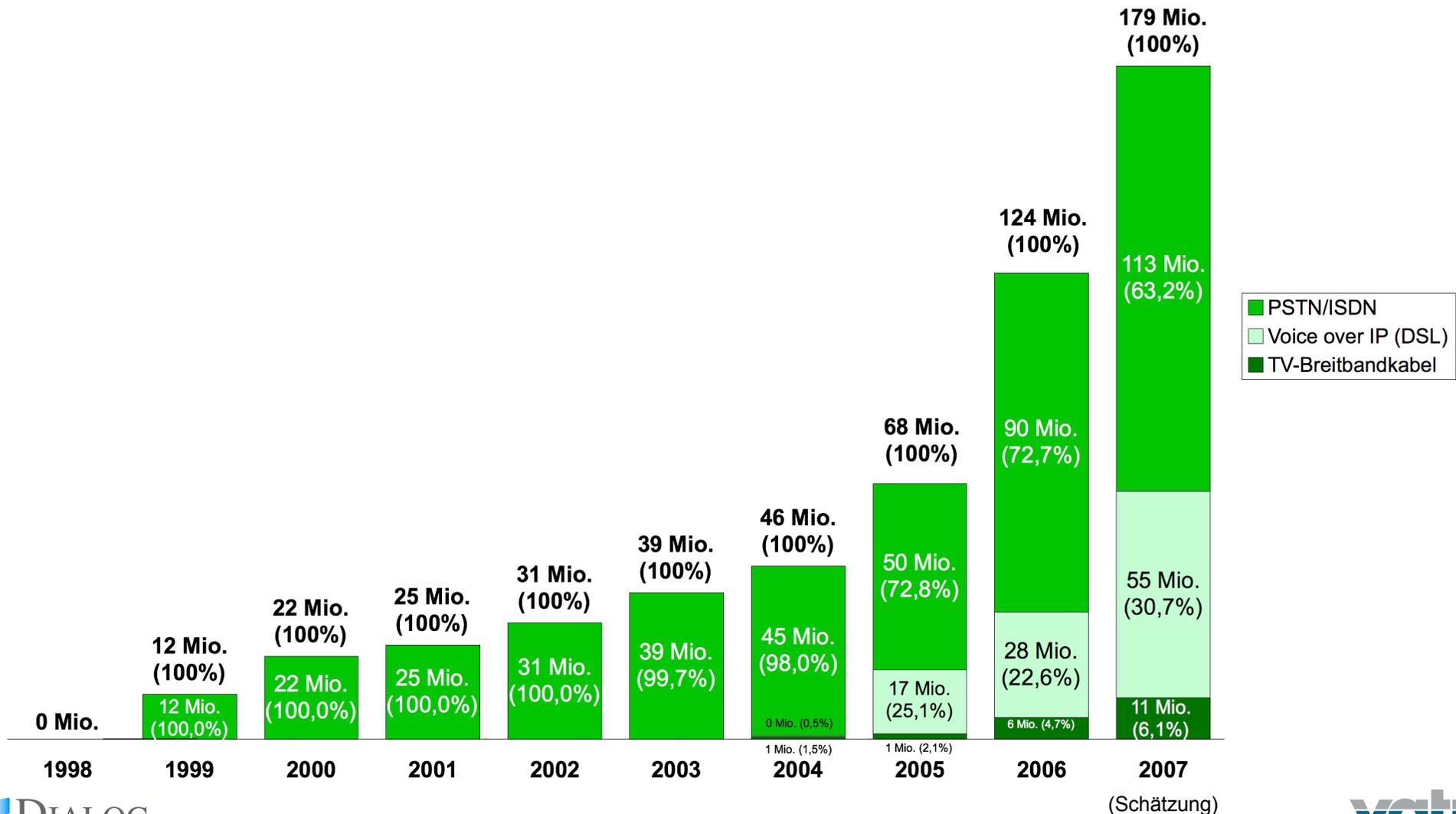
**Abbildung 8: Gesamtmarkt Wettbewerber Sprachdienste in Deutschland nach Verbindungsminuten**

(Gesamtmarkt inkl. Orts-, Nah-, Fern-, Auslands-, Mobilfunkverbindungen; in Mio. Minuten pro Tag)



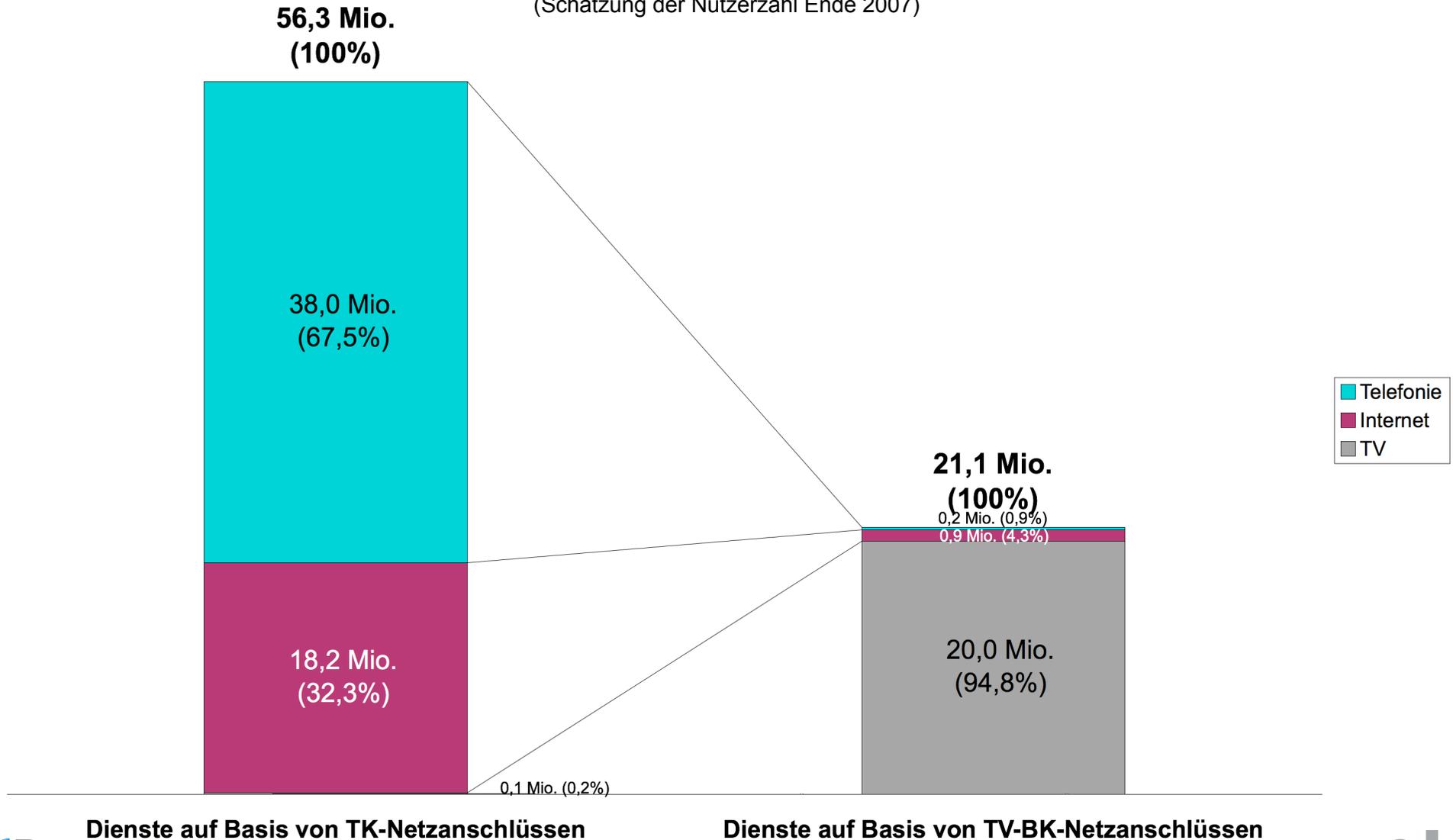
## Der starke Verkehrsminutenzuwachs bei den Komplettanschlüssen der Wettbewerber wird insbesondere durch Voice-over-IP-Anschlüsse getragen

**Abbildung 9: Von Komplettanschlüssen der Wettbewerber abgehende Sprachverbindungsminuten in Deutschland**  
(Gesamtmarkt inkl. Orts-, Nah-, Fern-, Auslands-, Mobilfunkverbindungen; in Minuten pro Tag)



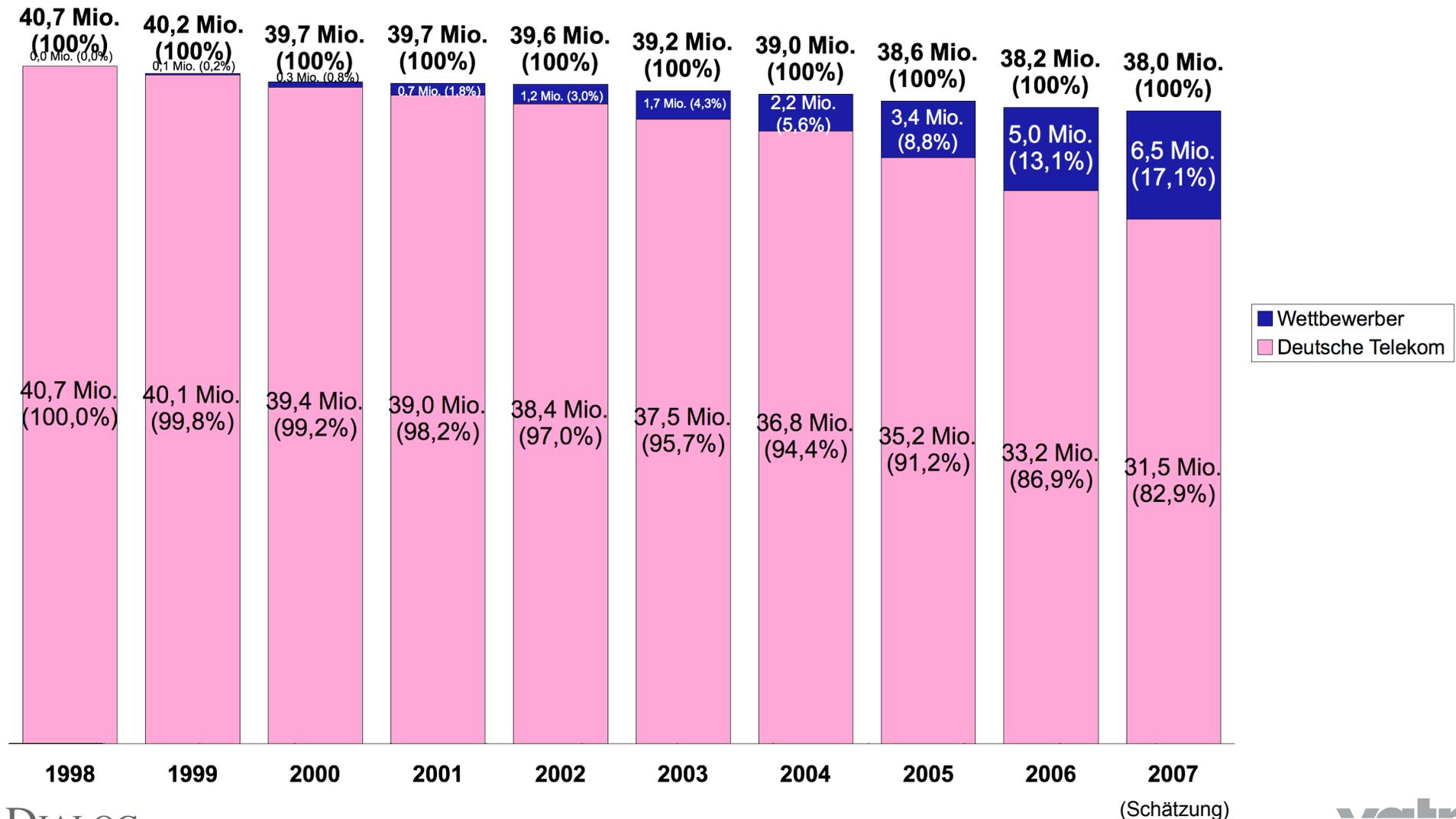
**Die Nutzung eines physikalischen Netzzugangs für unterschiedliche Diensteararten ist bei TK-Netzanschlüssen ausgeprägter als bei TV-Breitbandkabel-Netzanschlüssen – wenngleich beide Netzplattformen noch erhebliche Entwicklungspotenziale aufweisen**

**Abbildung 10: Dienstenutzung auf Anschlussbasis bei Telekommunikations- und TV-Breitbandkabel-Netzbetreibern**  
(Schätzung der Nutzerzahl Ende 2007)



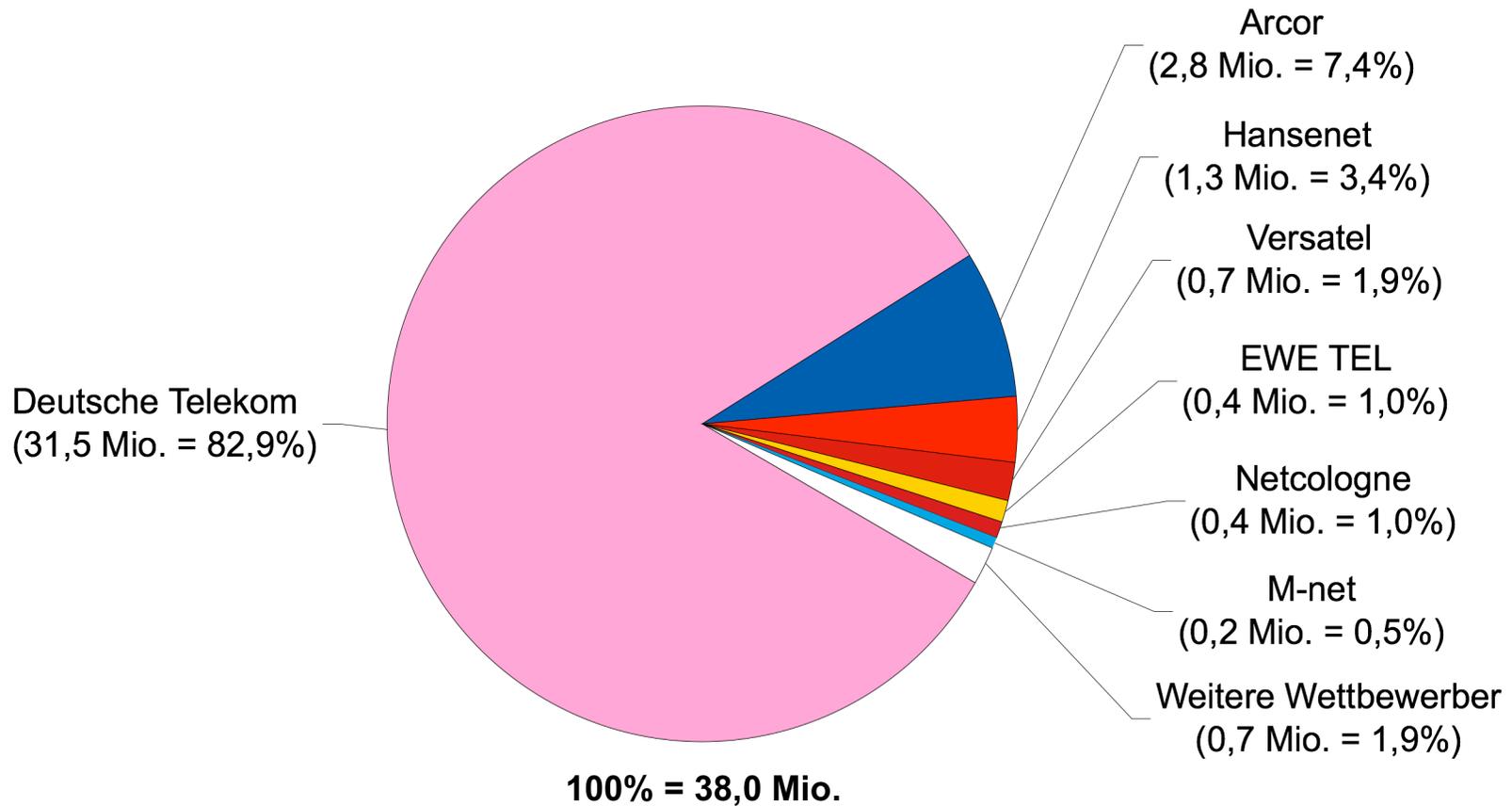
## Der Marktanteil der Deutschen Telekom bei den Festnetzanschlüssen ist auch im Jahr 10 nach der Marktliberalisierung mit knapp 83 Prozent weiterhin hoch

Abbildung 11: Entwicklung der Anzahl der Komplettanschlüsse in Telekommunikationsfestnetzen  
(ohne VoIP- und Kabelmodemanschlüsse)



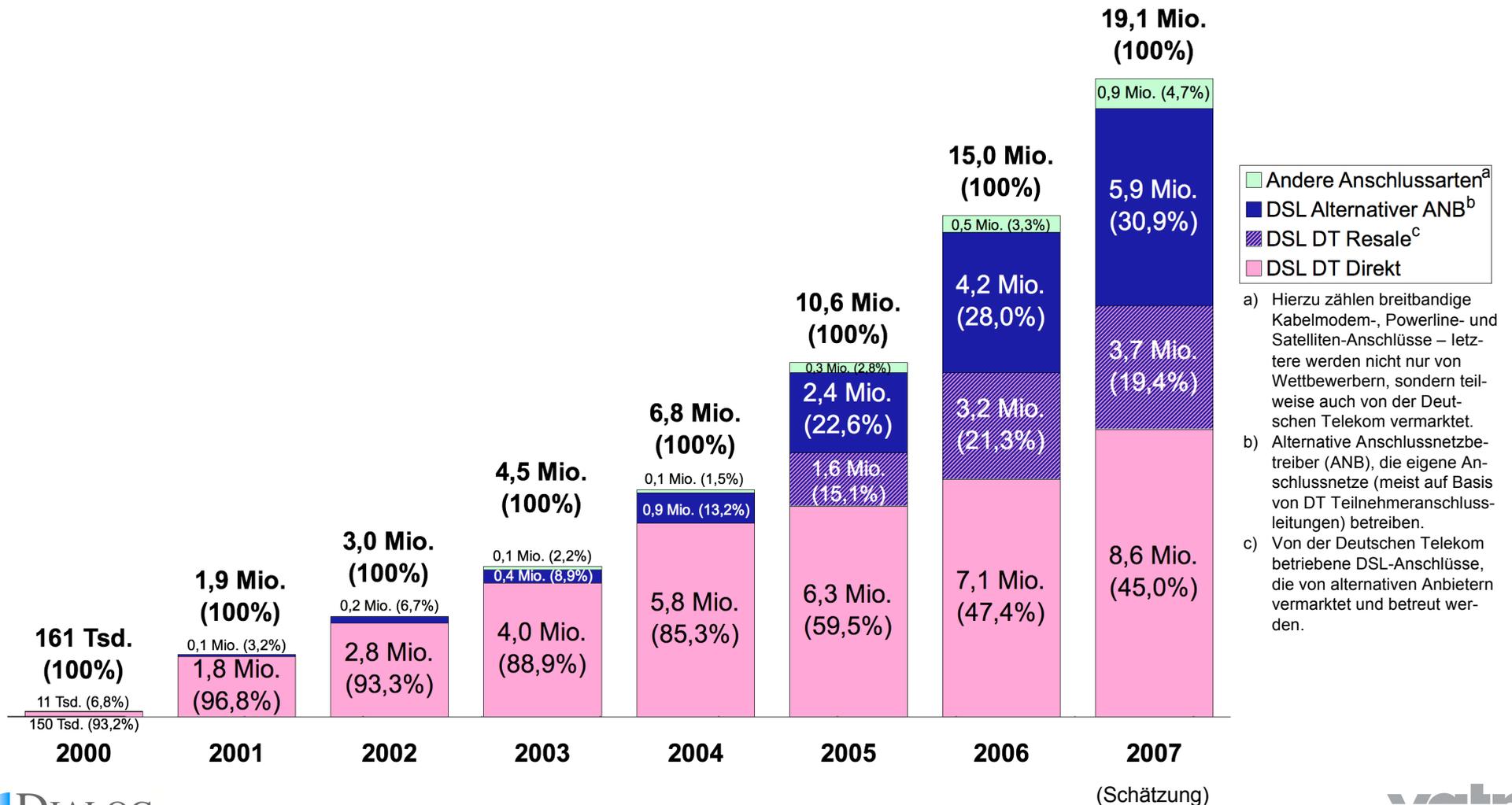
## Die Wettbewerberanteil von 17,1 Prozent bei den Festnetzanschlüssen verteilt sich auf zahlreiche Unternehmen

**Abbildung 12: Verteilung der Komplettanschlüsse in Telekommunikationsfestnetzen auf die Anbieter**  
(Schätzung für Ende 2007, ohne VoIP- und Kabelmodemanschlüsse)



## 2007 liegt der Zuwachs der Deutschen Telekom bei den von ihr betriebenen DSL-Anschlüssen mit 2 Millionen über dem Zuwachs von 1,7 Millionen der alternativen Teilnehmernetzbetreiber

Abbildung 13: Direkt geschaltete Breitband-Anschlüsse in Deutschland

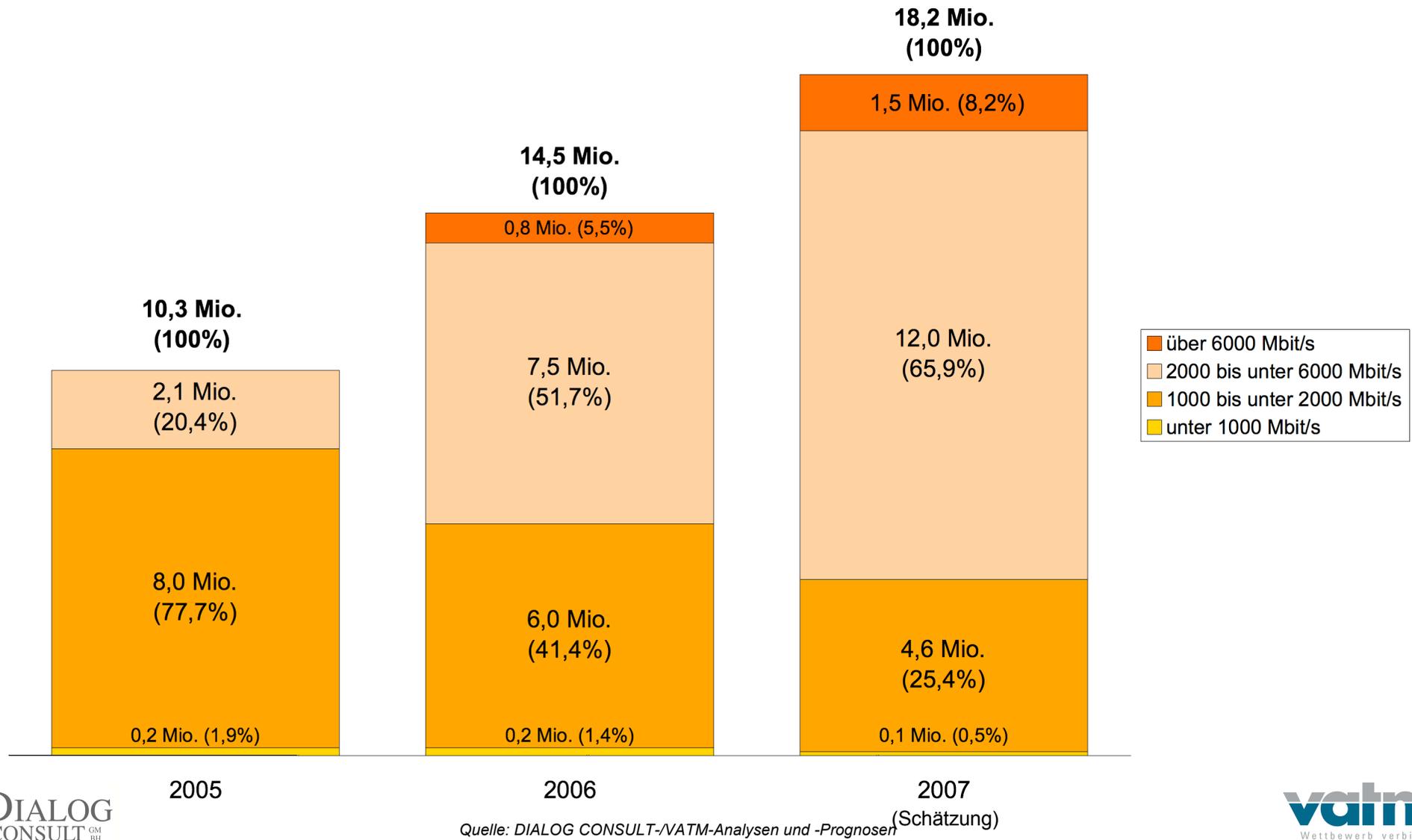


- Andere Anschlussarten<sup>a</sup>
- DSL Alternativer ANB<sup>b</sup>
- DSL DT Resale<sup>c</sup>
- DSL DT Direkt

- 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 DT Teilnehmeranschlüssen) betreiben.
- c) Von der Deutschen Telekom betriebene DSL-Anschlüsse, die von alternativen Anbietern vermarktet und betreut werden.

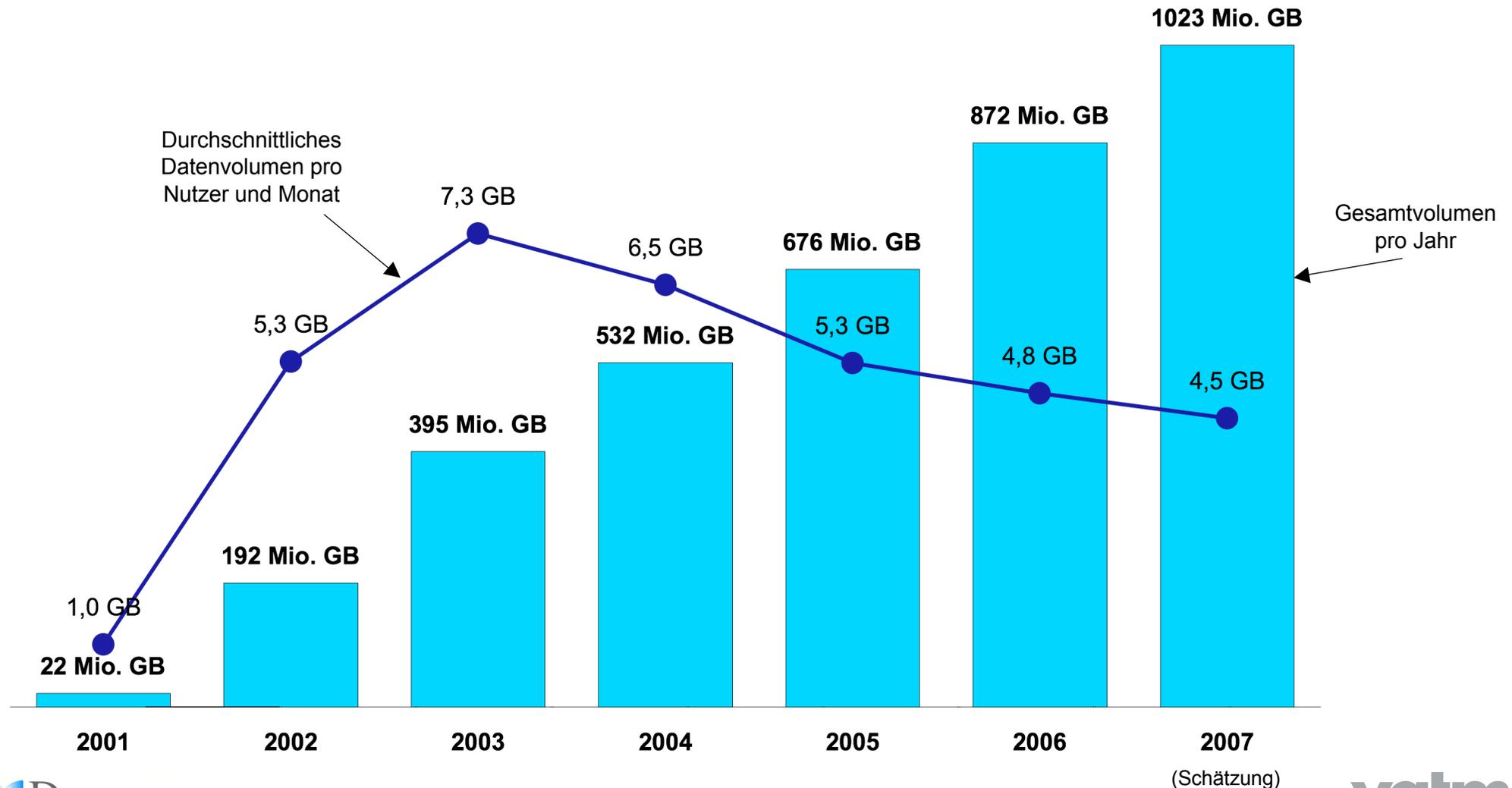
## Bei mehr als 70% der in Deutschland betriebenen Breitband-Anschlüsse liegen die Downstream-Geschwindigkeiten Ende 2007 schon bei mindestens 2 Mbit/s

Abbildung 14: Verteilung der DSL-Anschlüsse nach Downstream-Bandbreite



## Das Breitband-Verkehrsvolumen in Deutschland steigt im Jahr 2007 gegenüber dem Vorjahr um 17 Prozent – Das durchschnittlich pro Nutzer erzeugte Datenvolumen sinkt kaum noch

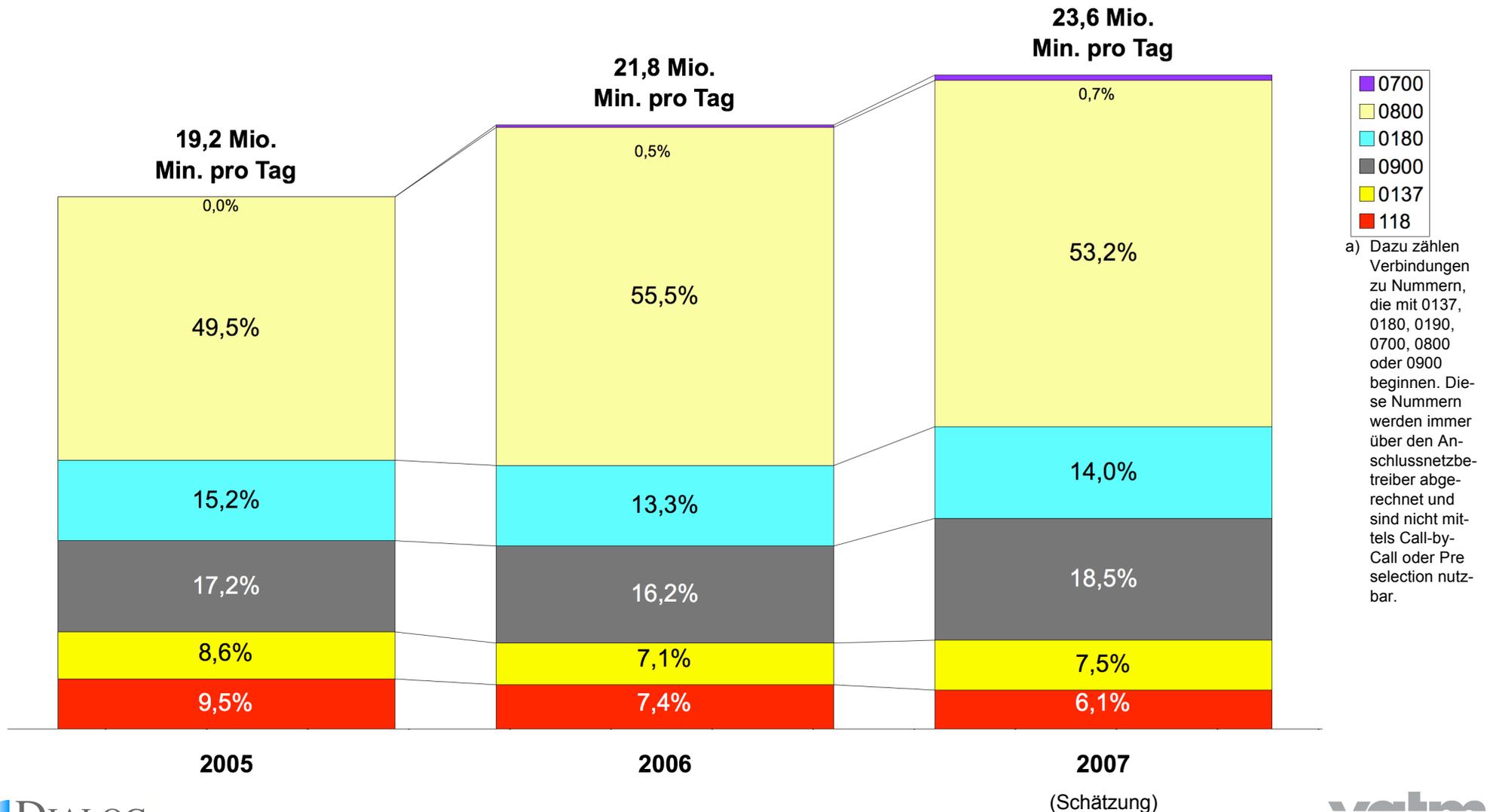
Abbildung 15: Volumenentwicklung Breitband-Internet-Verkehr in Deutschland



III. Markt der Mehrwertdienste in Fest- und Mobilfunknetzen

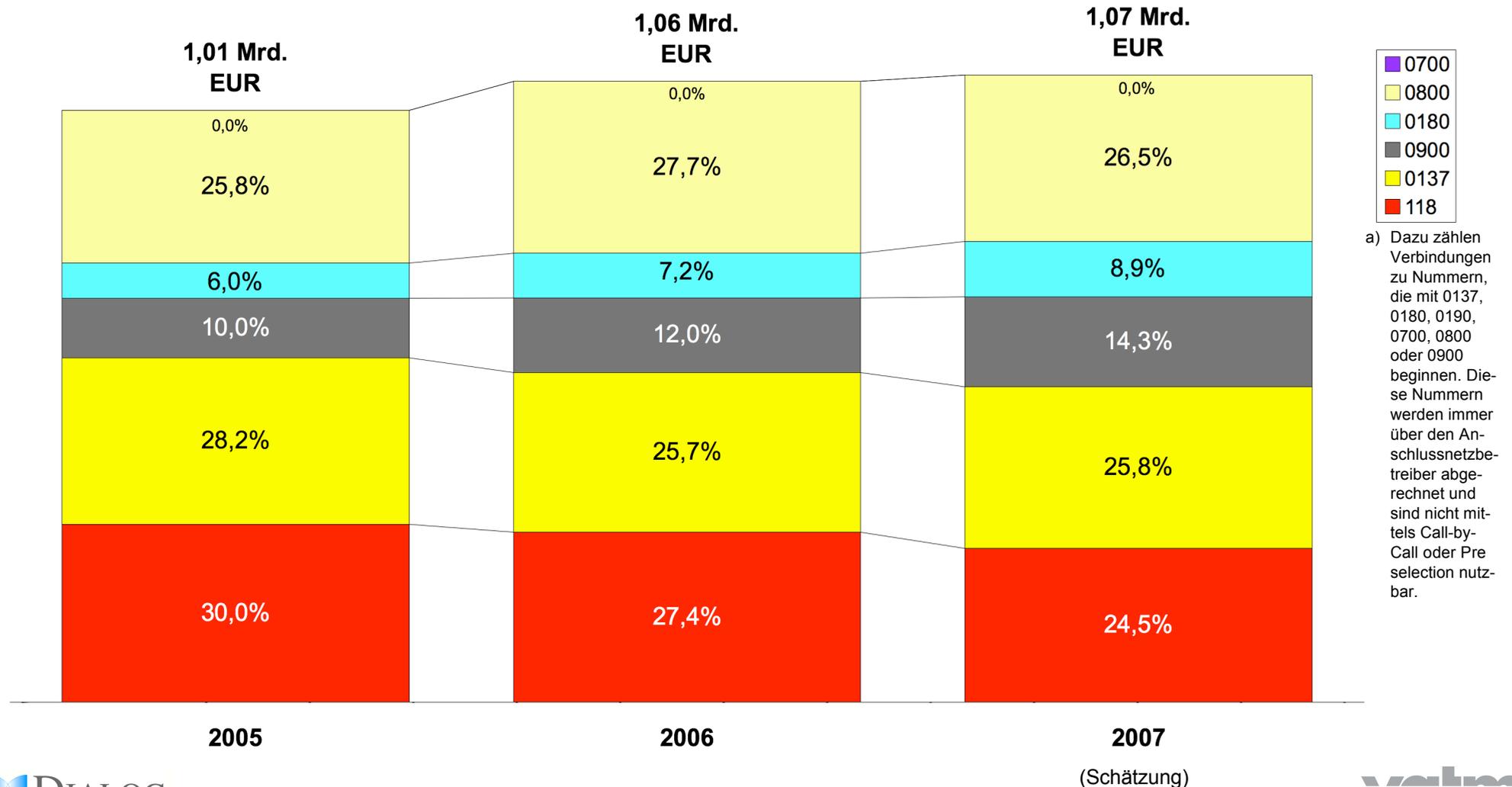
# Die Umsätze der Wettbewerber bei Mehrwertdiensten bleiben 2007 stabil – Die Erlöse der Telefonauskunft sinken aufgrund zunehmender Internetnutzung kontinuierlich

**Abbildung 16: Wettbewerber-Minuten mit IN<sup>a</sup>- und Auskunftsnummern nach Nummerntyp**  
(Verbindungen zu diesen Nummern)



# Die Umsätze der Wettbewerber bei Mehrwertdiensten nehmen 2007 nur um weniger als ein Prozent gegenüber dem Vorjahr zu – Die Erlöse durch die Telefonauskunft gehen deutlich zurück

Abbildung 17: Wettbewerberumsatz mit IN<sup>a</sup>- und Auskunftsnummern nach Nummerntyp

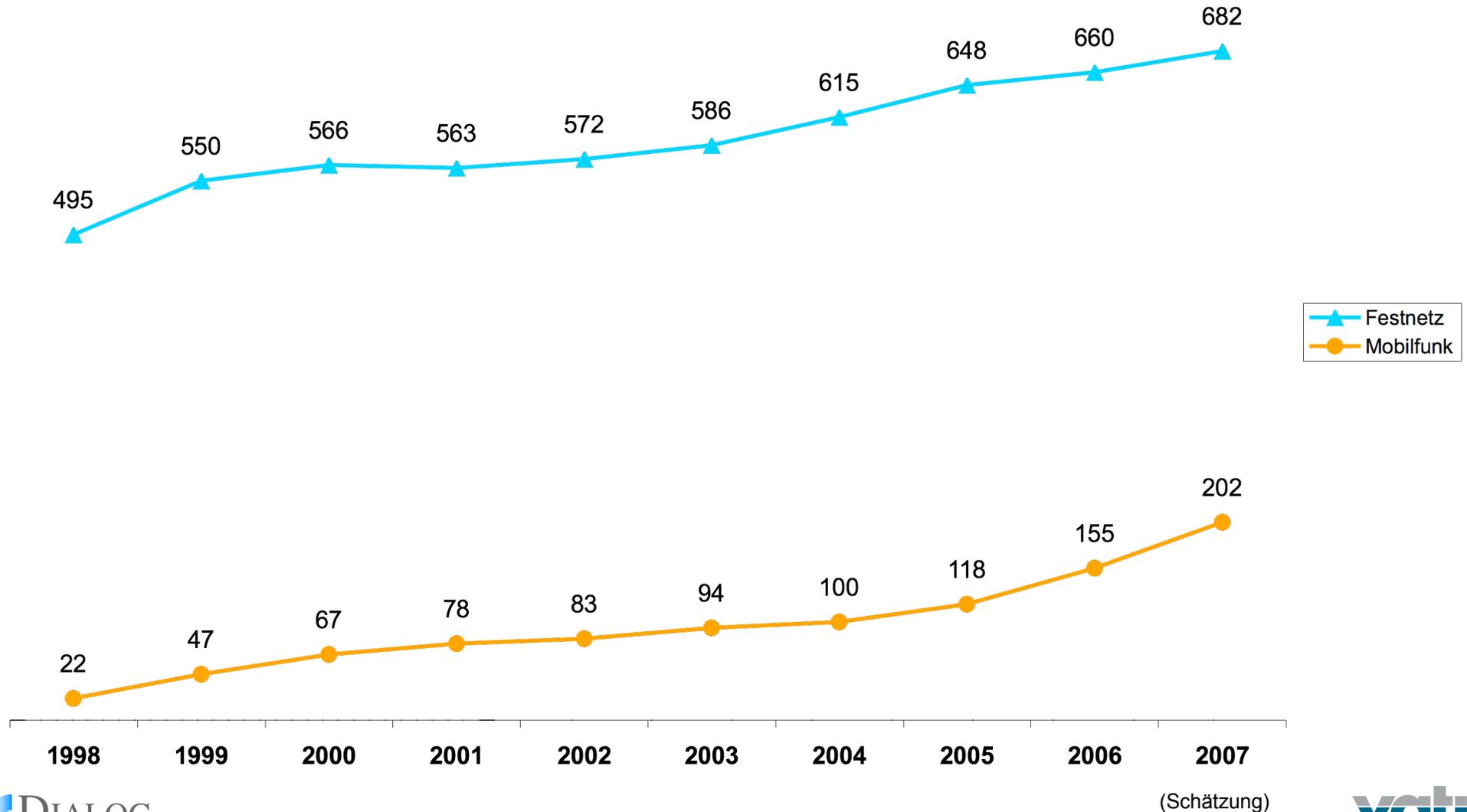


## IV. Mobilfunkmarkt

## Das Verkehrsvolumen im Mobilfunk wächst 2007 schneller als im Festnetz

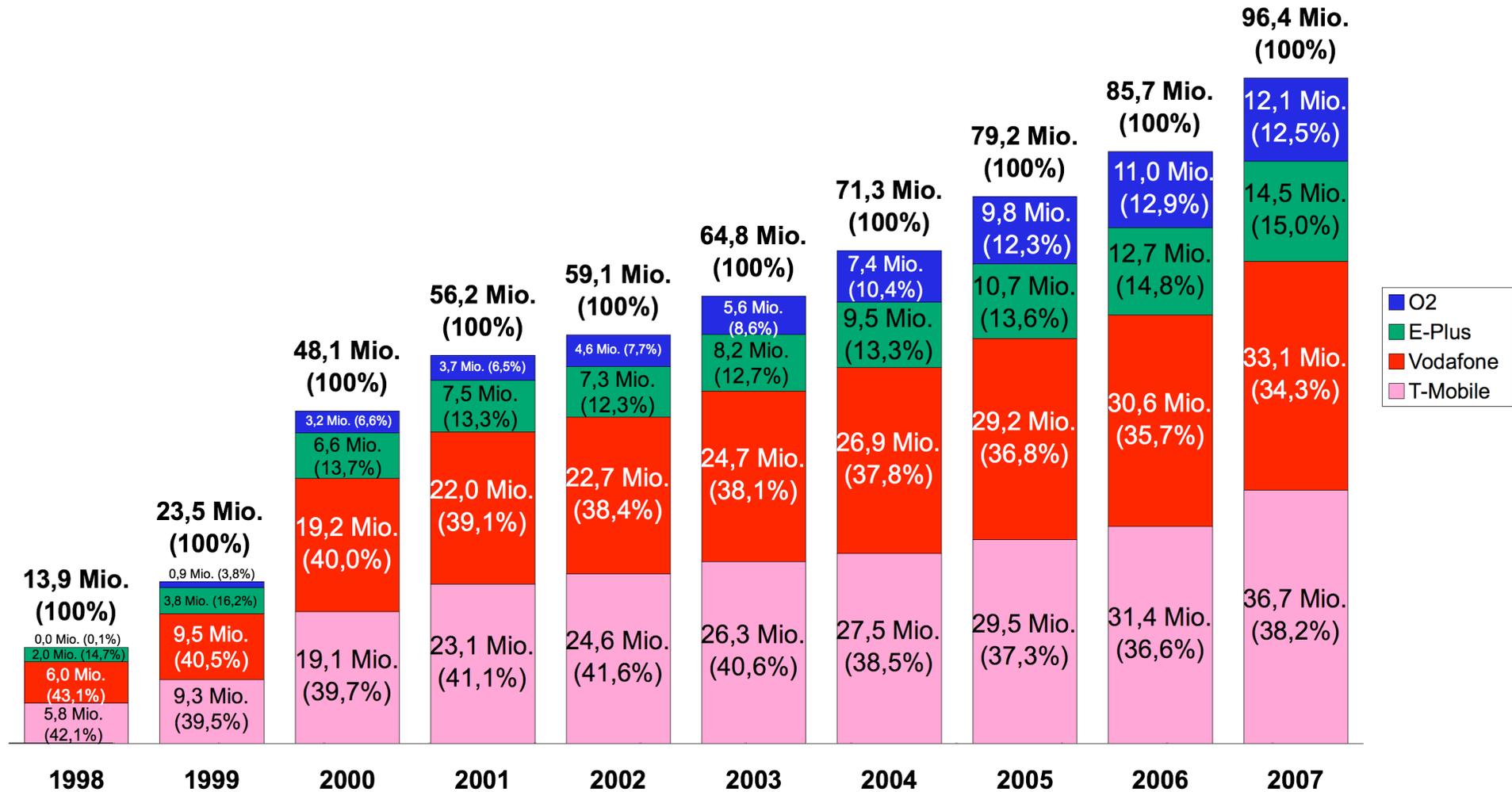
**Abbildung 18: Gesamtmarkt für Festnetz- und Mobilfunkdienste nach Mio. Verbindungsminuten pro Tag**

(Abgehende Verbindungsminuten [Mio.] in das eigene Netz, in Mobilfunknetze, in deutsche Festnetze, in das Ausland)



# Seit August 2006 gibt es in Deutschland deutlich mehr Mobilfunk-Verträge als Einwohner

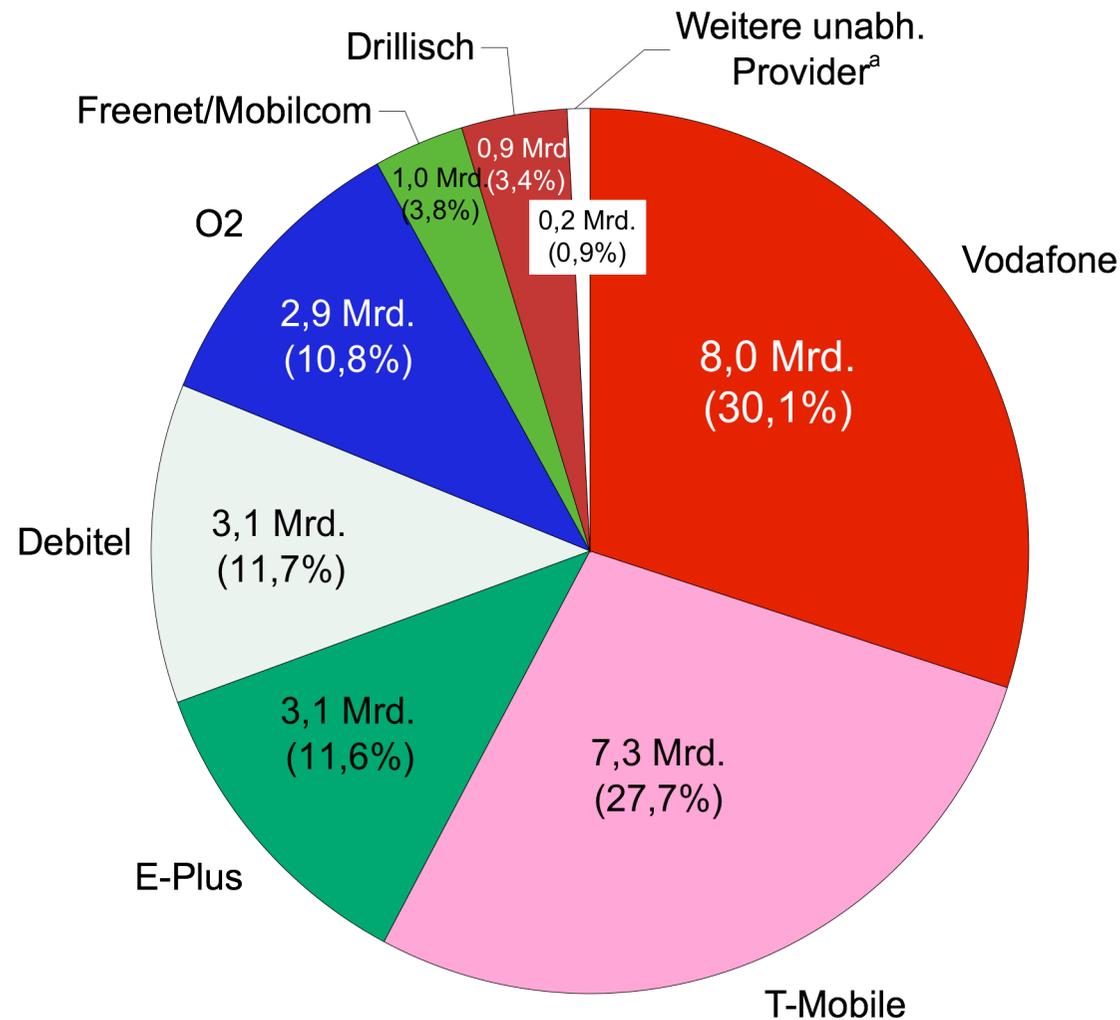
Abbildung 19: Anzahl der SIM-Karten am Jahresende nach Mobilfunknetzbetreibern



(Schätzung)

## Die drei größten Service Provider haben Ende 2007 einen Mobilfunk-Marktanteil von 18,9 Prozent

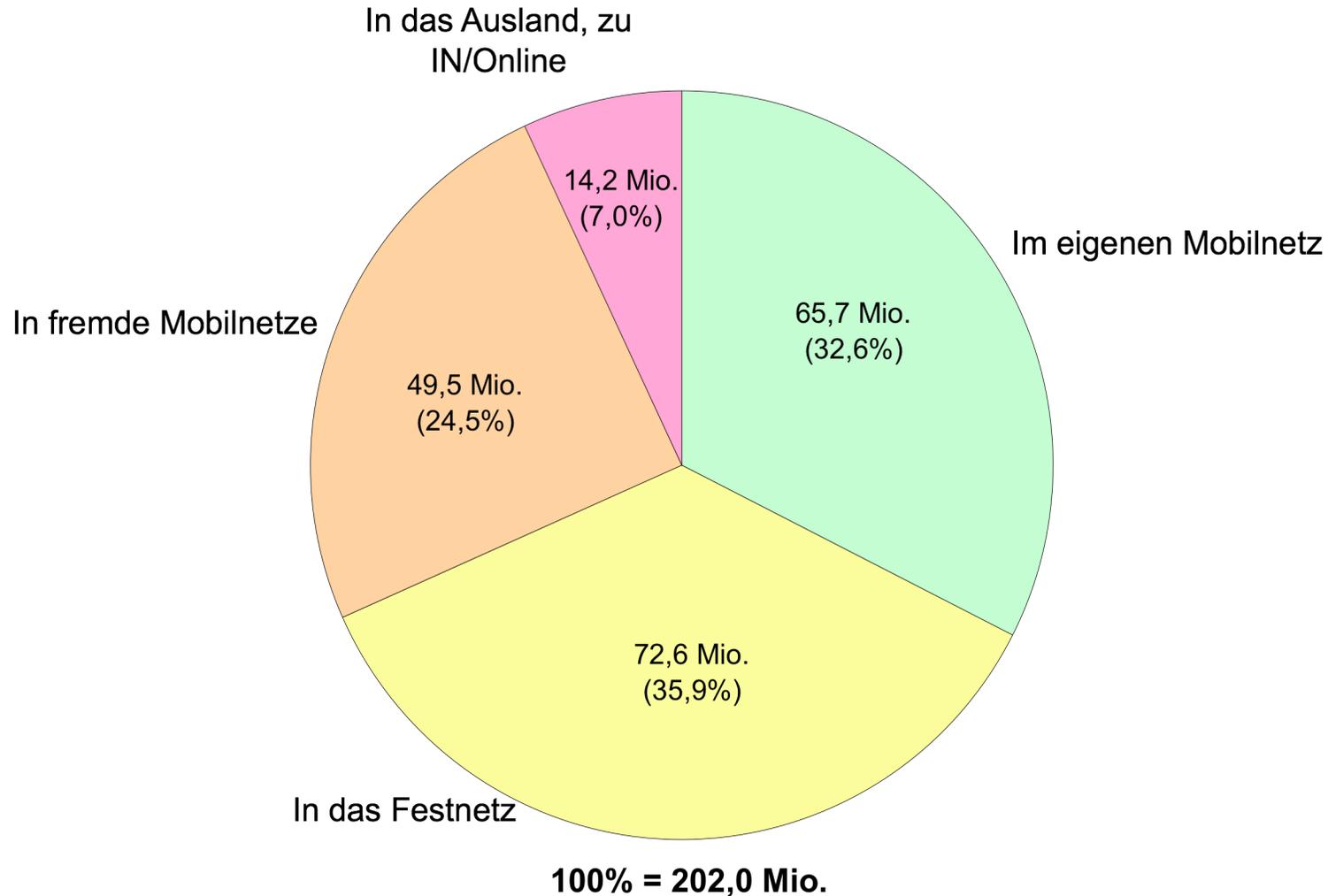
**Abbildung 20: Mobilfunkumsätze nach Netzbetreibern und Service Providern**  
(Schätzung für 2007)



**100% = 26,4 Mrd. EUR**

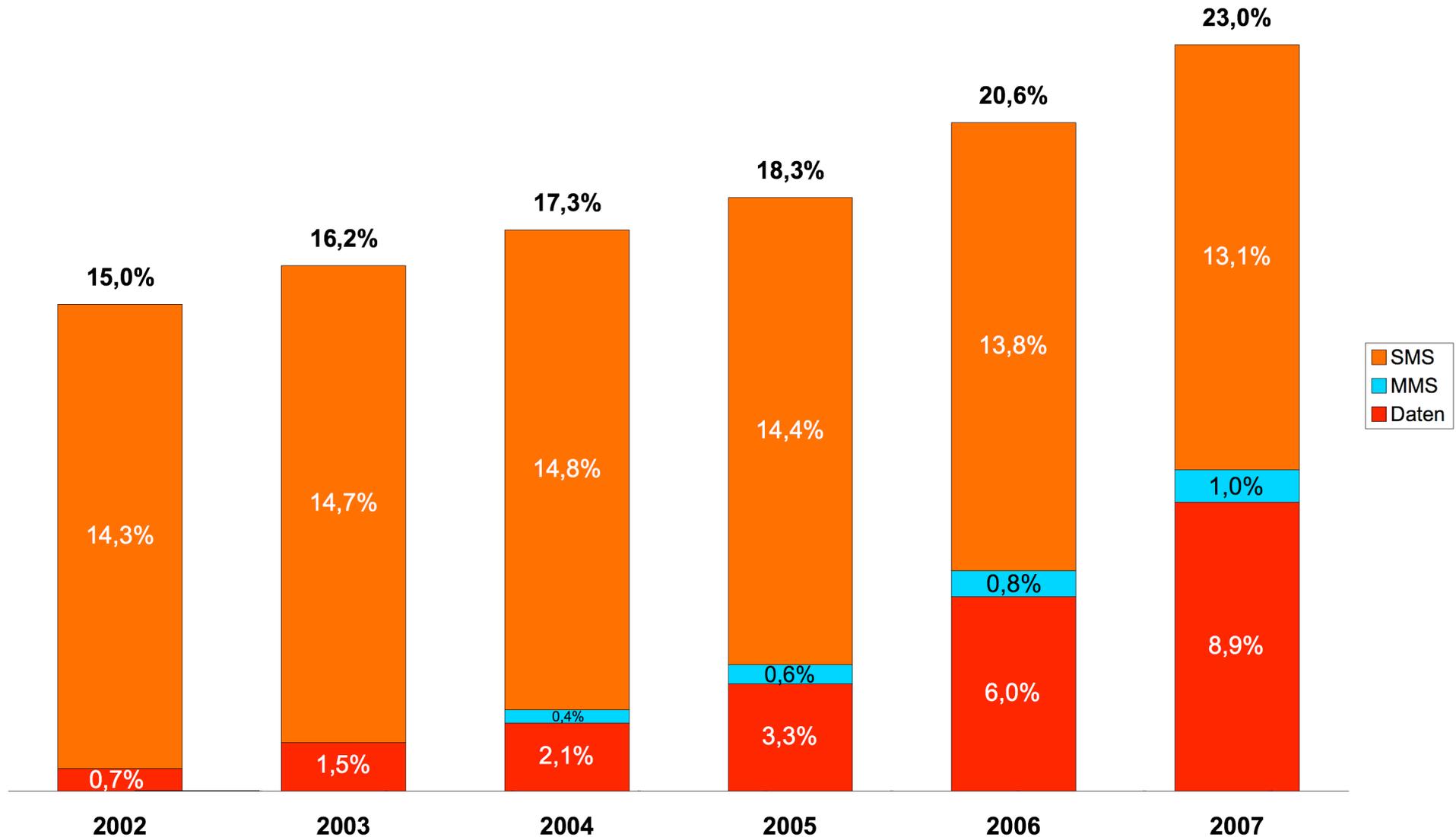
## Die Mobilfunknetzbetreiber halten durch gelungene Kundenbindung rund ein Drittel der Gespräche im eigenen Netz

**Abbildung 21: Verteilung der von deutschen Mobilfunknetzen abgehenden Verbindungsminuten nach Zielnetzen**  
(Schätzung für 2007, absolute Werte in Minuten pro Tag)



## Der Non-Voice-Anteil an den Serviceumsätzen im Mobilfunk wächst 2007 um 2,4 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr – Zu diesem Anstieg tragen „echte“ Datenübertragungsdienste überproportional bei

Abbildung 22: Non-Voice-Anteil an den Dienstumsätzen im Mobilfunk in Deutschland



(Schätzung)