

**DIALOG CONSULT / VATM:
Zehnte gemeinsame Marktanalyse 2008**



– Ergebnisse einer Befragung der Mitgliedsunternehmen im
„Verband der Anbieter von Telekommunikations- und
Mehrwertdiensten e.V.“ im Juli/August 2008 –

Berlin
16. Oktober 2008

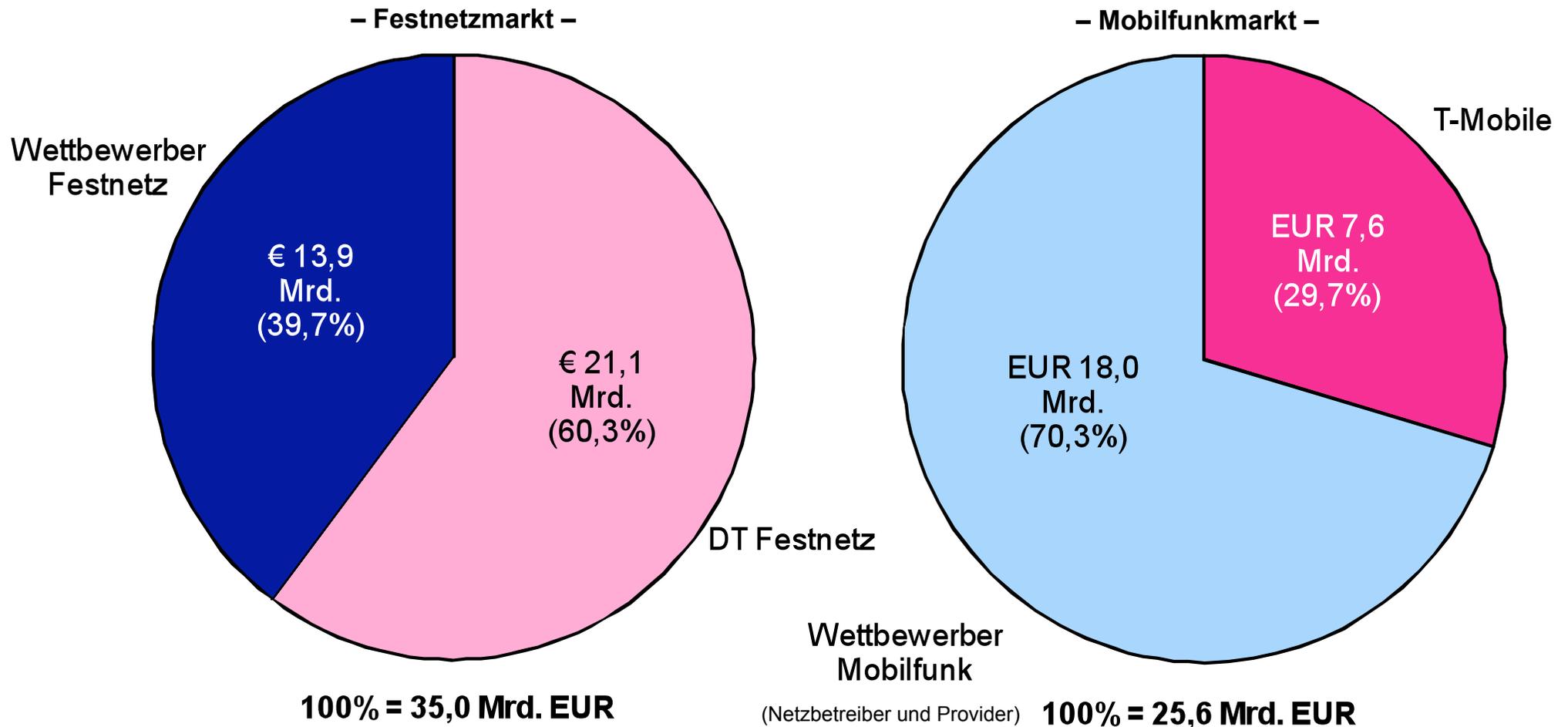
I n h a l t

- I. Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland
- II. Festnetzmarkt
- III. Mobilfunkmarkt
- IV. Markt für Mehrwertdienste

I. Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste
in Deutschland

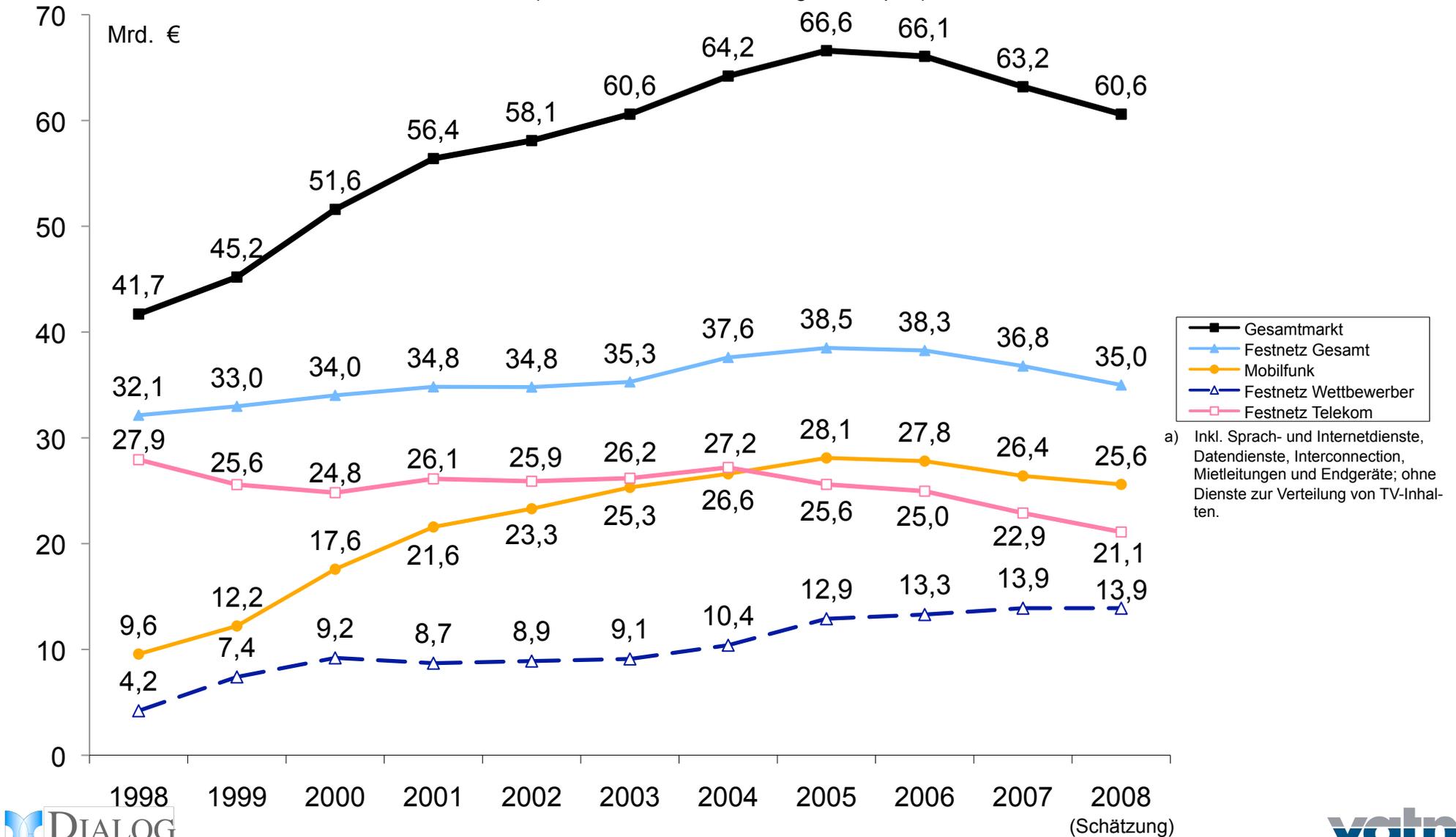
Die Deutsche Telekom bleibt auch 2008 mit einem Umsatzanteil von über 60 Prozent im deutschen TK-Festnetzdienstesgeschäft der dominante Spieler

Abbildung 1: Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland^a
(Schätzung für 2008, Außenumsätze *ohne* TV-Signaltransport)



Der Umsatz mit TK-Diensten nimmt 2008 um rund 4,1 Prozent ab – Entgegen diesem Trend ist der Umsatz der Wettbewerbsunternehmen im Festnetz konstant

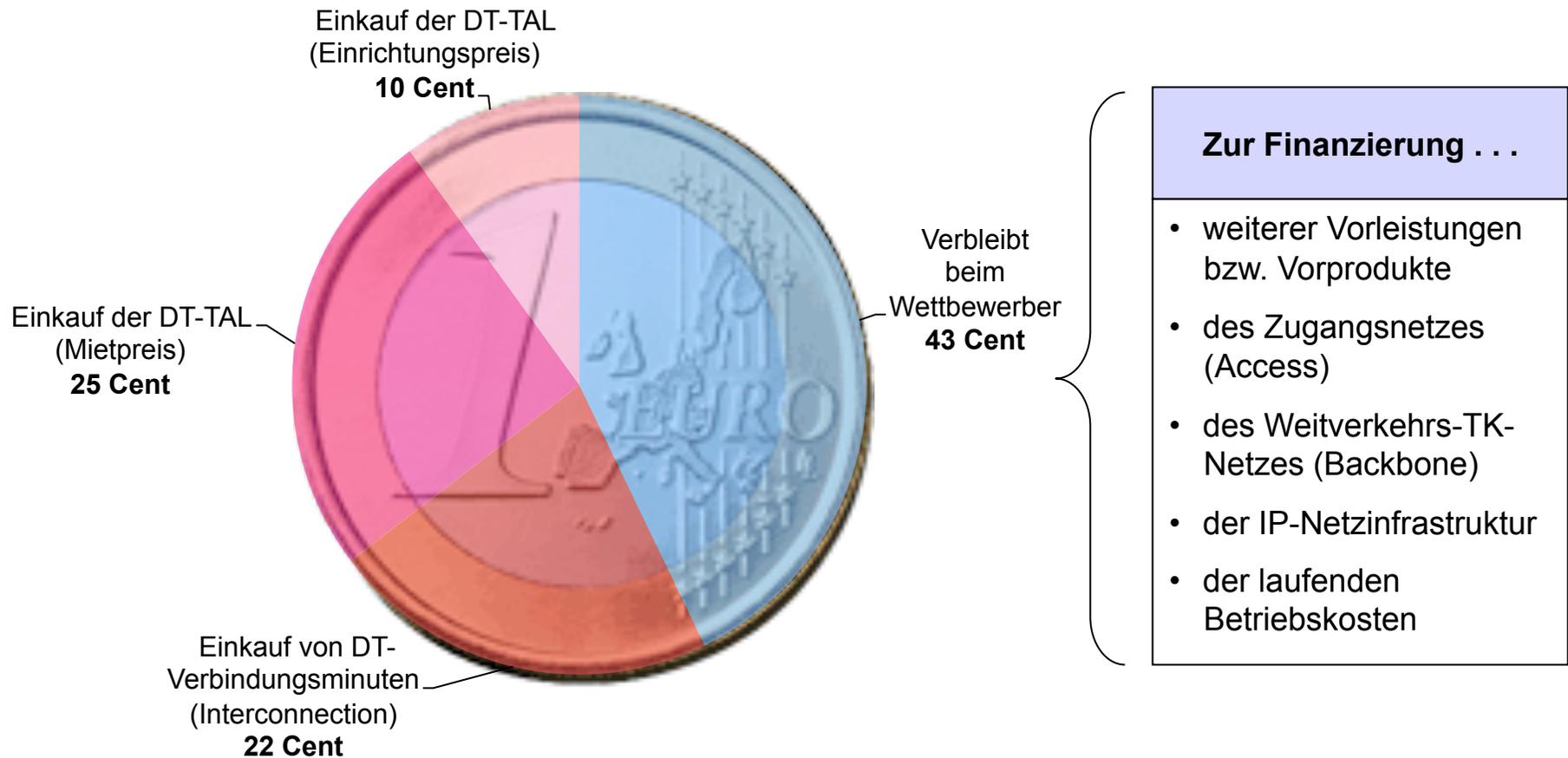
Abbildung 2: Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland^a
(Außenumsätze ohne TV-Signaltransport)



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

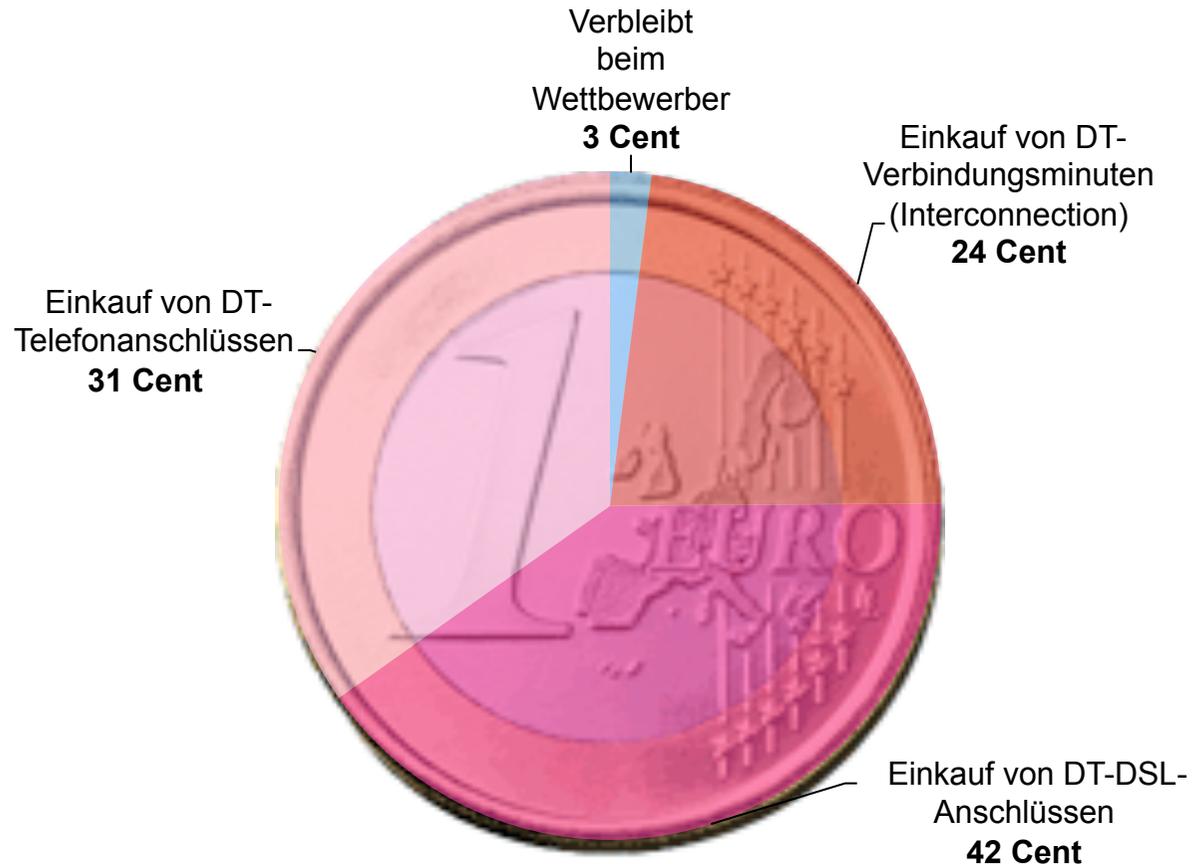
Festnetz Wettbewerber mit eigener Infrastruktur müssen mehr an die Deutsche Telekom zahlen: Von jedem Euro Umsatz mit einem herkömmlichen Komplettanschluss gehen 57 Cent (51 Cent im Vorjahr) für Vorleistungen an die Deutsche Telekom

Abbildung 3: Anteil der Vorleistungsentgelte eines Vollanschluss-Wettbewerbsunternehmens pro Euro Umsatz
(Schätzung für 2008)



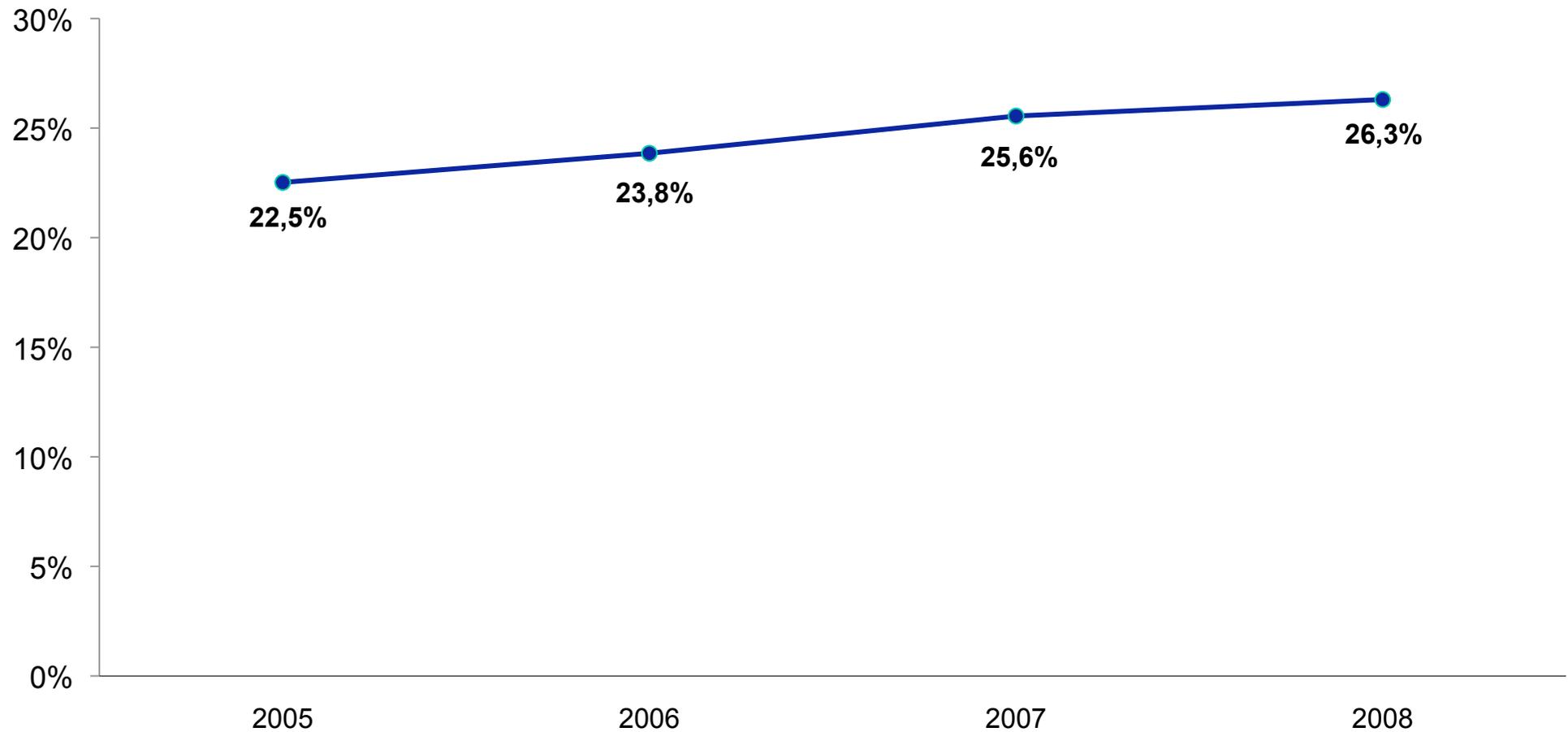
Bei Resellern fließen 97 Prozent des Umsatzes (88 Prozent in 2007) an die Deutsche Telekom – Hohe Vorproduktpreise und sinkende Endkundenpreise bedrohen die Überlebenschancen etlicher Wettbewerber

Abbildung 4: Anteil der Vorleistungsentgelte eines Resale-Wettbewerbsunternehmens pro Euro Umsatz
(Schätzung für 2008)



Die Wertschöpfung der Wettbewerber im Festnetz steigt langsamer, da im Endkundenmarkt die Preise deutlich sinken und bei Vorleistungen der Deutschen Telekom hingegen praktisch kein Preisrückgang stattgefunden hat

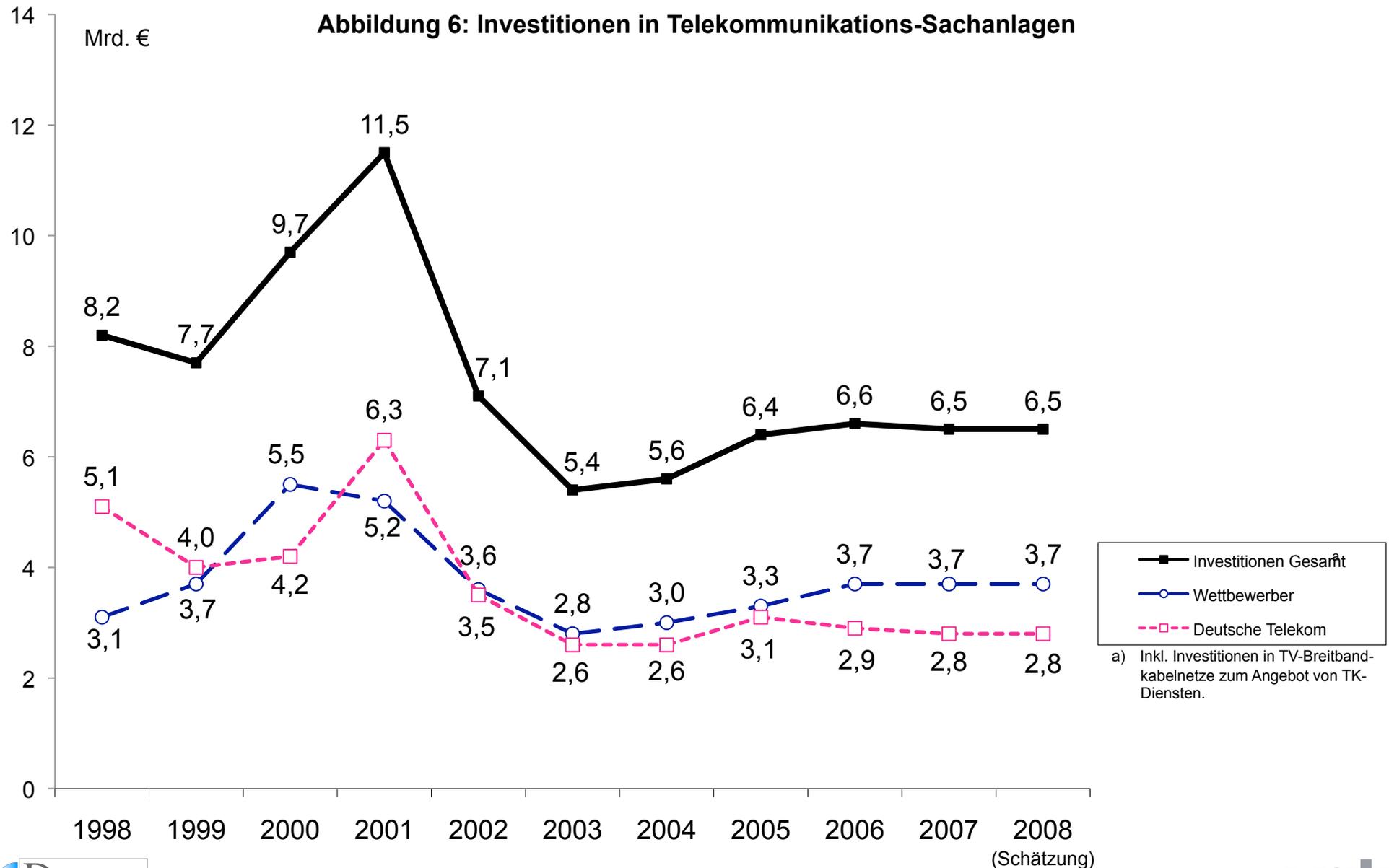
Abbildung 5: Wertschöpfungsquote^a der Festnetz-Wettbewerbsunternehmen



a) = $(\text{Umsatz Wettbewerber Festnetz} - \text{Umsatz Wholesale DT}) / (\text{Gesamtumsatz Festnetz})$

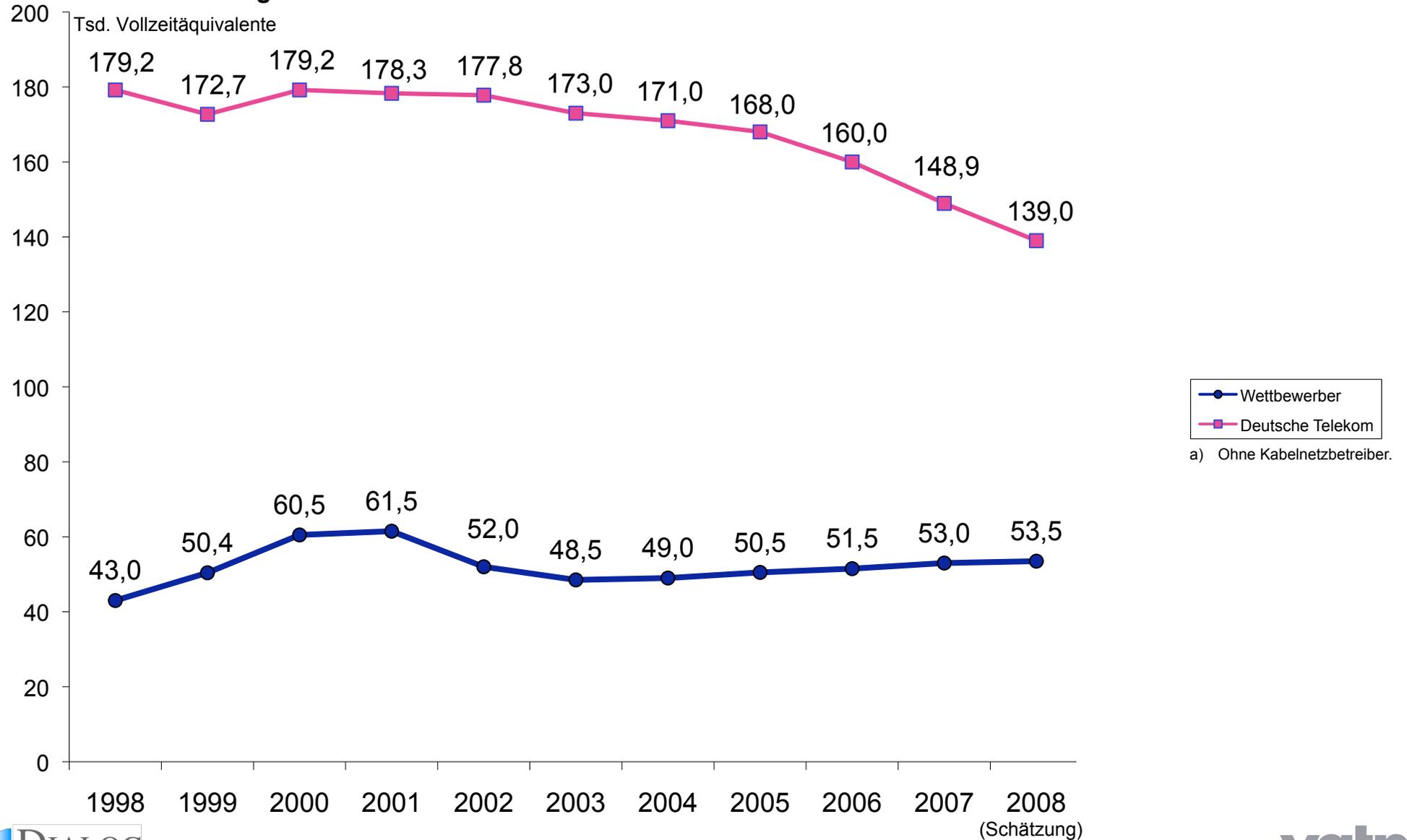
Quelle: DIALOG CONSULT-VATM-Analysen und -Prognosen

Auch im Jahr 2008 tragen die Wettbewerbsunternehmen deutlich mehr als die Hälfte der Gesamtinvestitionen im deutschen Telekommunikationsmarkt und treiben Innovationen voran



Die Mitarbeiterzahl der Wettbewerbsunternehmen ist 2008 erneut leicht gestiegen

Abbildung 7: Mitarbeiterzahlen der Deutschen Telekom und von Wettbewerbsunternehmen^a

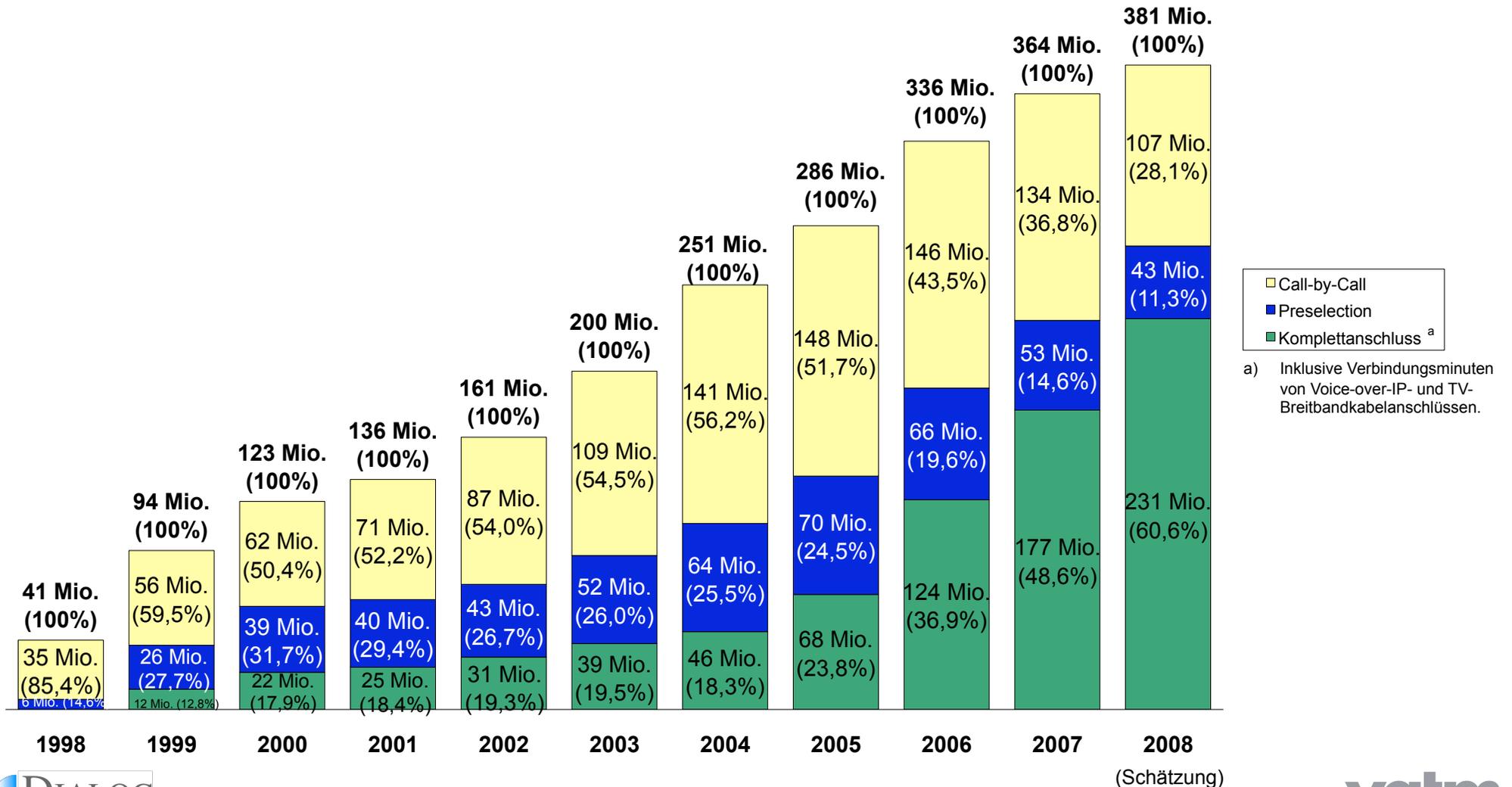


II. Festnetzmarkt

Die Sprachminuten bei Komplettanschlüssen nehmen deutlich zu, bei Call-by-Call und Preselection sind sie rückläufig

Abbildung 8: Gesamtmarkt Wettbewerber Sprachdienste in Deutschland nach Verbindungsminuten

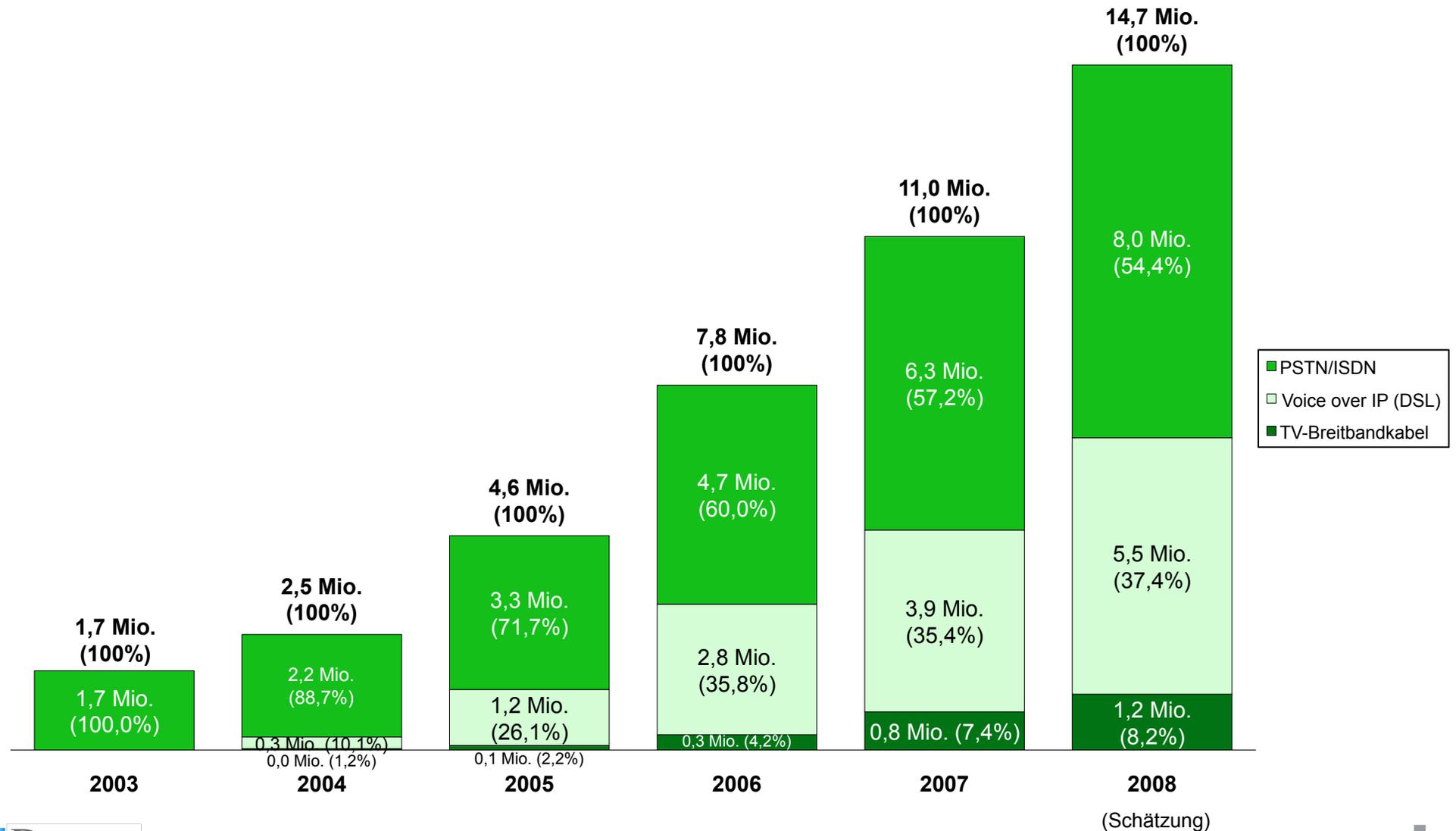
(Gesamtmarkt inkl. Orts-, Nah-, Fern-, Auslands- und Mobilfunkverbindungen; in Mio. Minuten pro Tag)



a) Inklusive Verbindungsminuten von Voice-over-IP- und TV-Breitbandkabelanschlüssen.

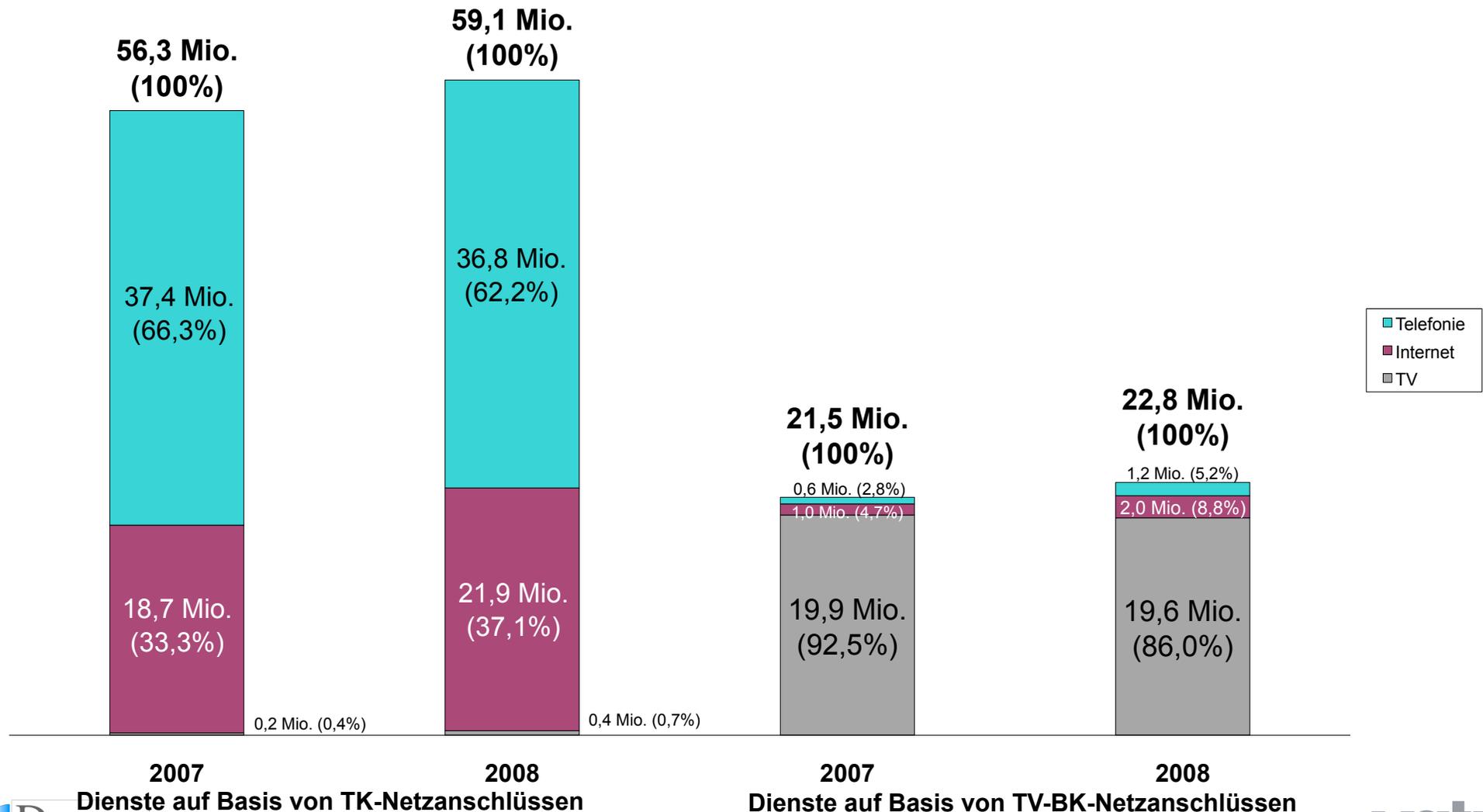
Neben klassischen PSTN-/ISDN-Telefonanschlüssen hat insbesondere die Zahl der Voice-over-IP-Anschlüsse auf DSL-Basis deutlich zugenommen

Abbildung 9: Komplettanschlüsse der Wettbewerber



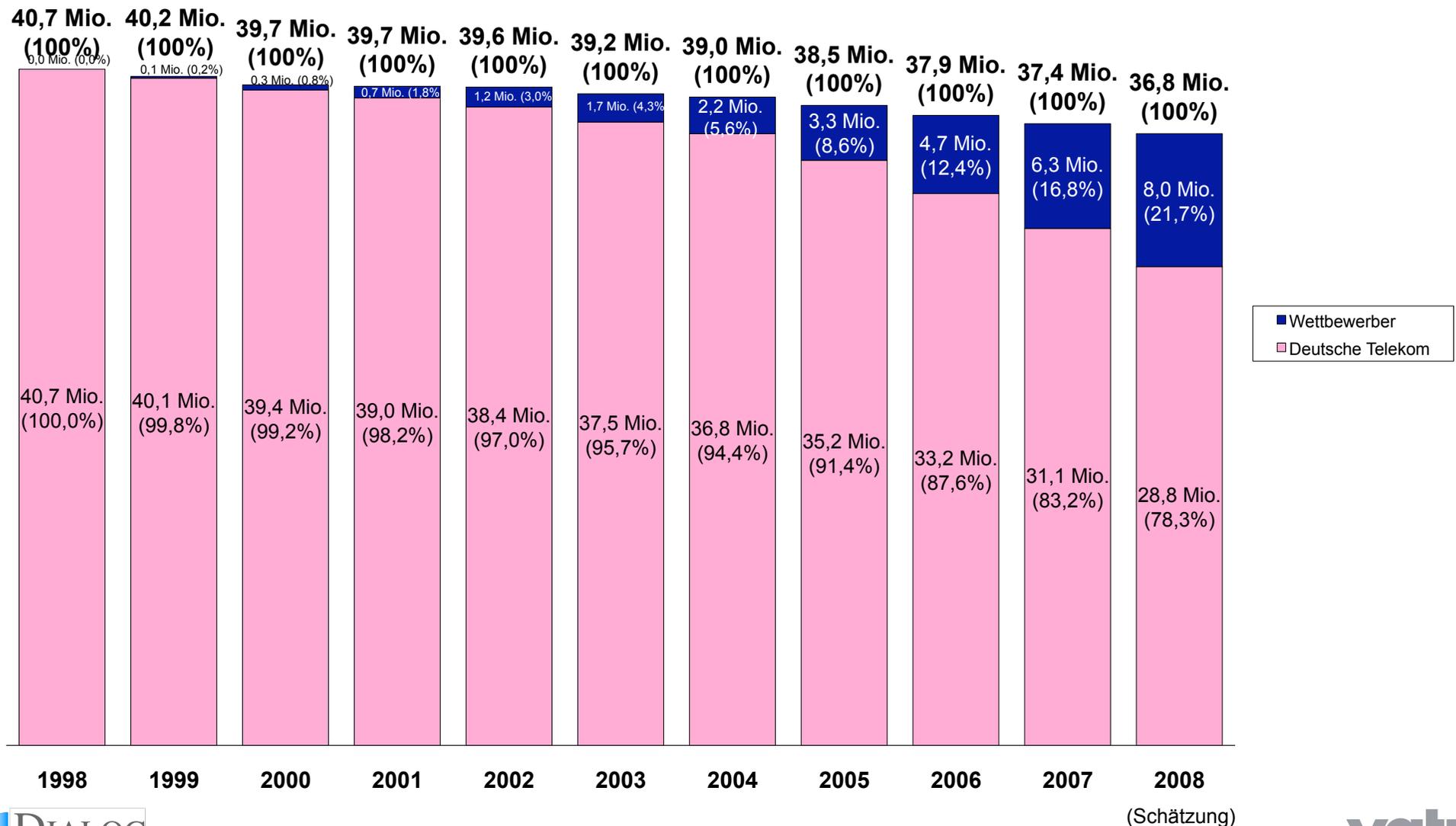
Über herkömmliche TK-Netzanschlüsse werden häufiger verschiedene TK-Dienste bereitgestellt als über Koax-Breitbandkabel-Anschlüsse, bei denen noch die Nutzung ausschließlich für TV-Dienste dominiert

Abbildung 10: Dienstenutzung bei Telekommunikations- und TV-Breitbandkabel-Netzbetreibern
(Schätzung der Nutzerzahlen Ende 2008)



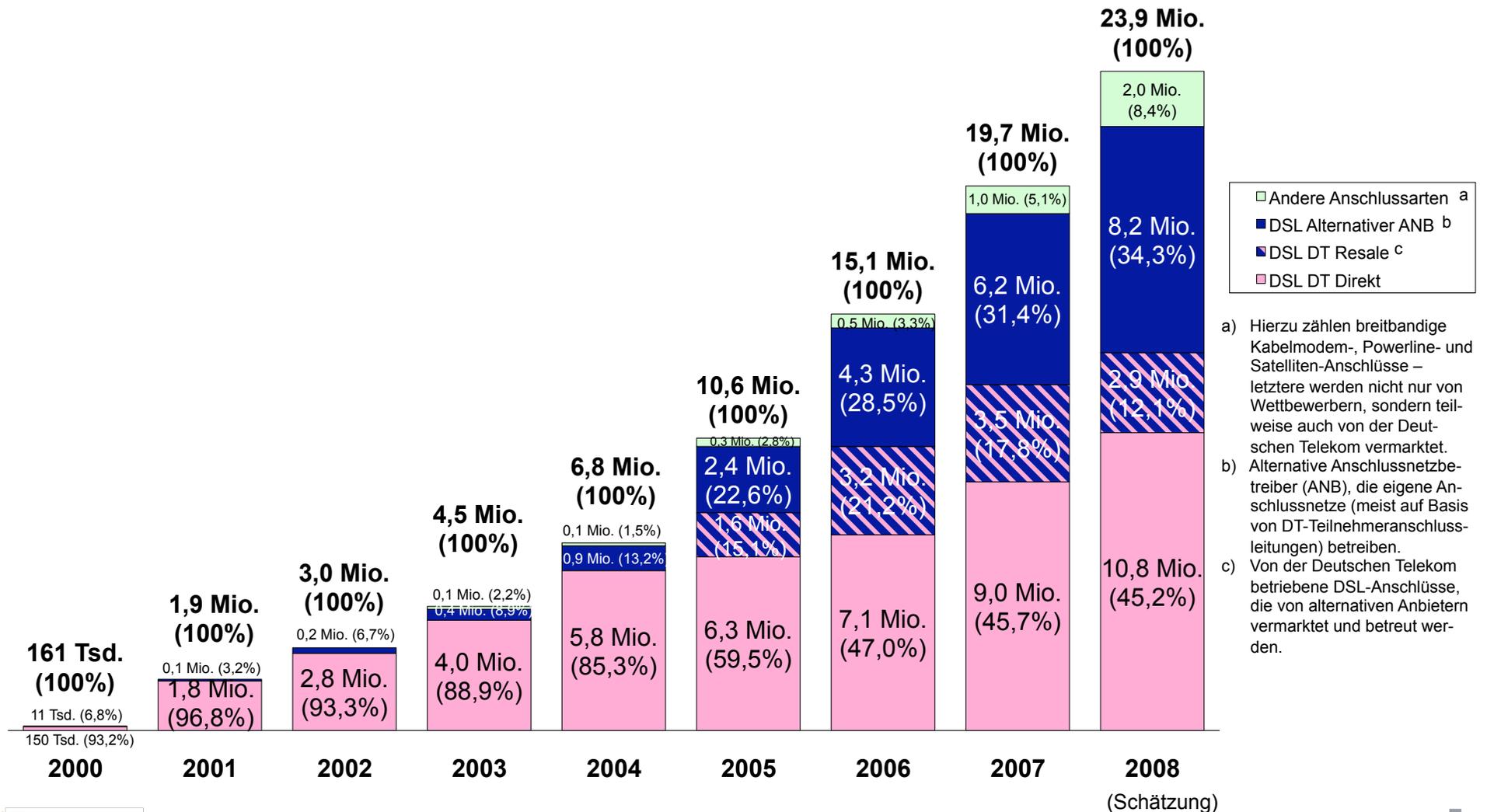
Der Marktanteil der Deutschen Telekom bei den Festnetzanschlüssen ist auch im Jahr zehn nach der Marktliberalisierung mit über 78 Prozent weiterhin hoch

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



Die Deutsche Telekom hält Ende 2008 weiterhin mit 57,3 Prozent mehr als die Hälfte aller Breitbandanschlüsse in ihrem Netz

Abbildung 12: Direkt geschaltete Breitband-Anschlüsse in Deutschland

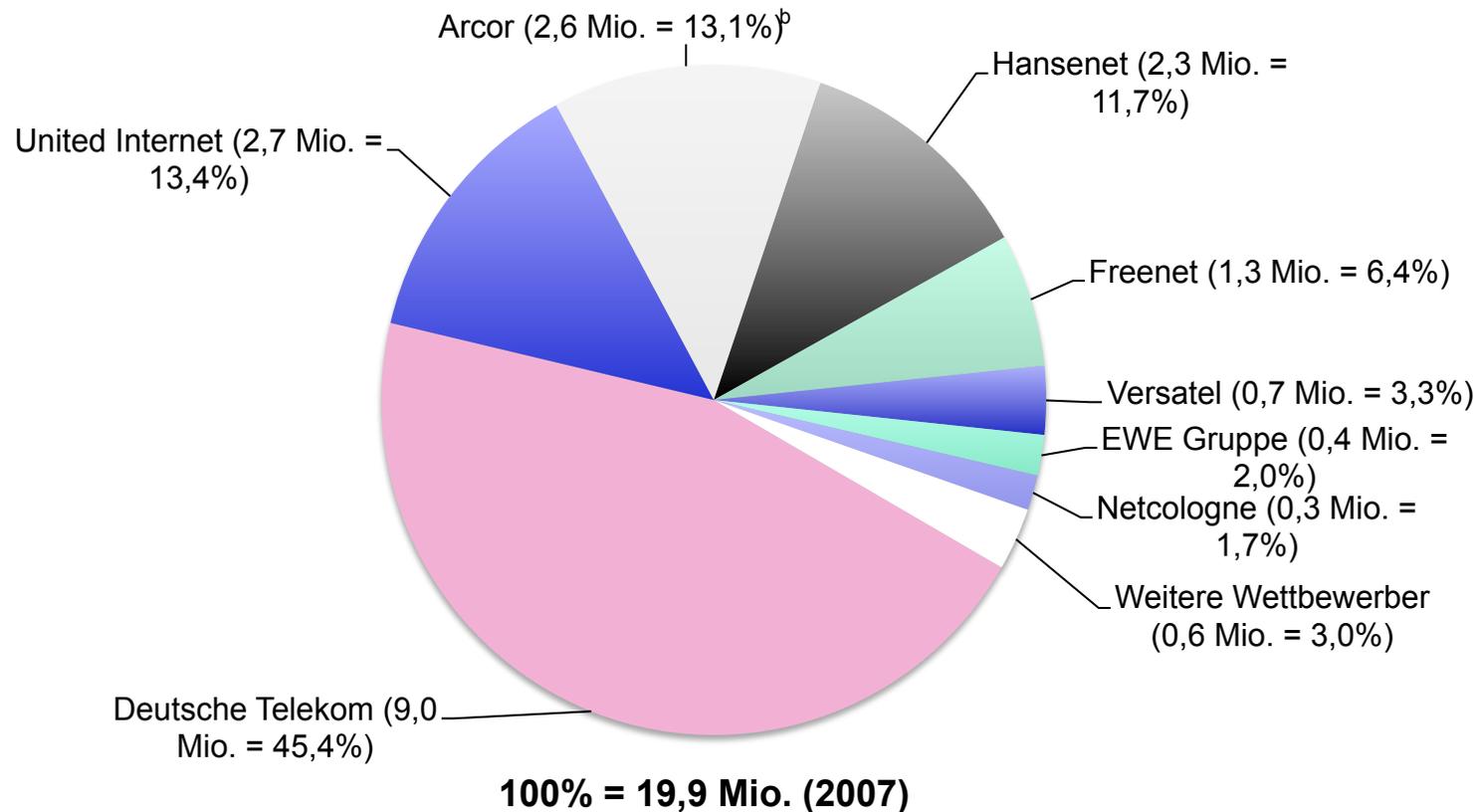


- a) Hierzu zählen breitbandige Kabelmodem-, Powerline- und Satelliten-Anschlüsse – letztere werden nicht nur von Wettbewerbern, sondern teilweise auch von der Deutschen Telekom vermarktet.
- b) Alternative Anschlussnetzbetreiber (ANB), die eigene Anschlussnetze (meist auf Basis von DT-Teilnehmeranschlüssen) betreiben.
- c) Von der Deutschen Telekom betriebene DSL-Anschlüsse, die von alternativen Anbietern vermarktet und betreut werden.

Im DSL-Geschäft war die Deutsche Telekom Ende 2007 nach Kundenzahlen noch mehr als dreimal so groß wie der größte Wettbewerber

Abbildung 13: DSL-Kunden nach Unternehmen Ende 2007^a

- Stand: 31.12.2007 -

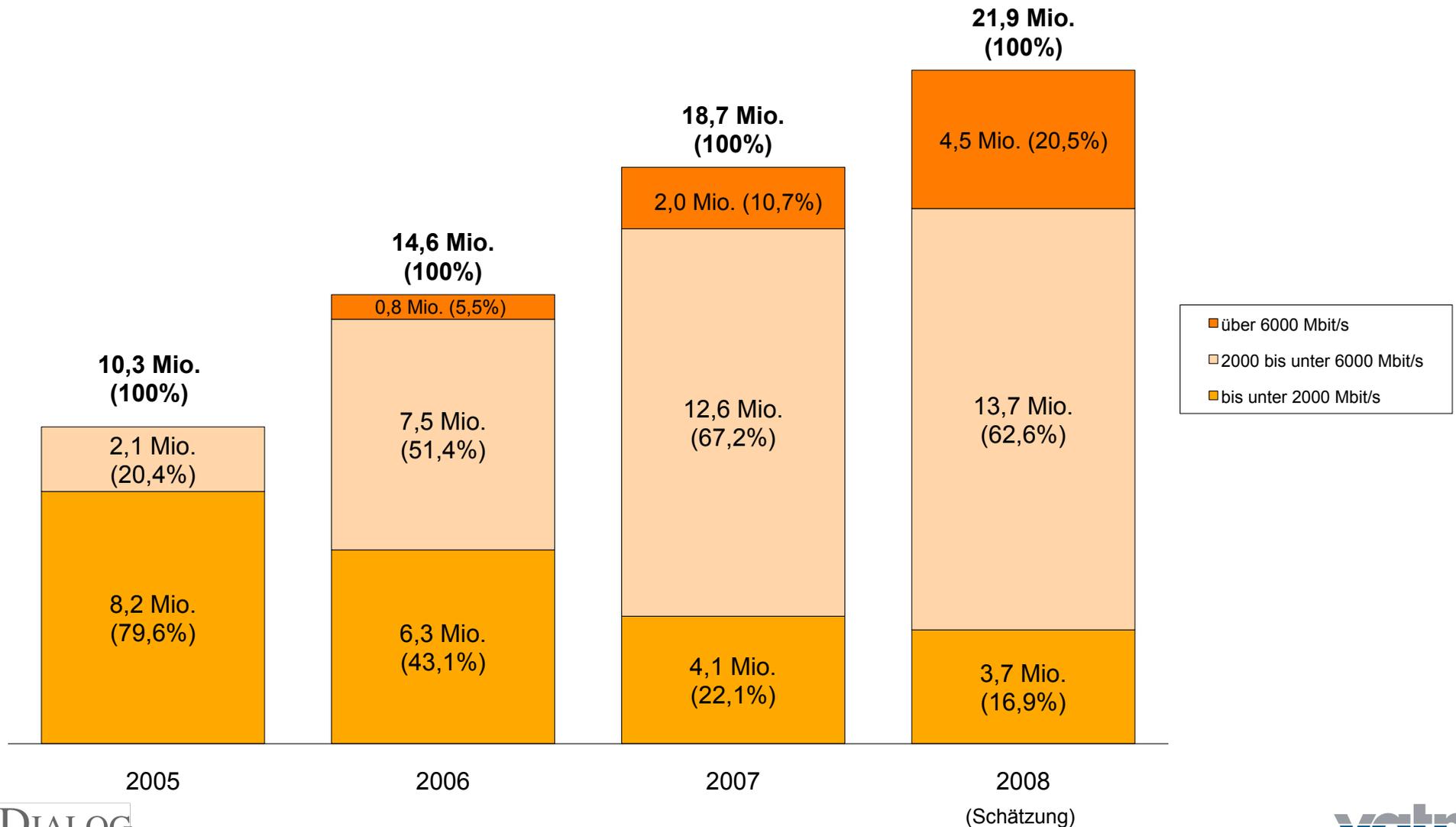


- a) Die DSL-Kundenzahlen sind in Summe größer als die DSL-Anschlusszahlen (s. Abb. 12), da einige Kunden ihren DSL-Anschluss und ihre DSL-Konnektivität bei unterschiedlichen Anbietern beziehen.
 b) Stand: 31.03.2008.

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

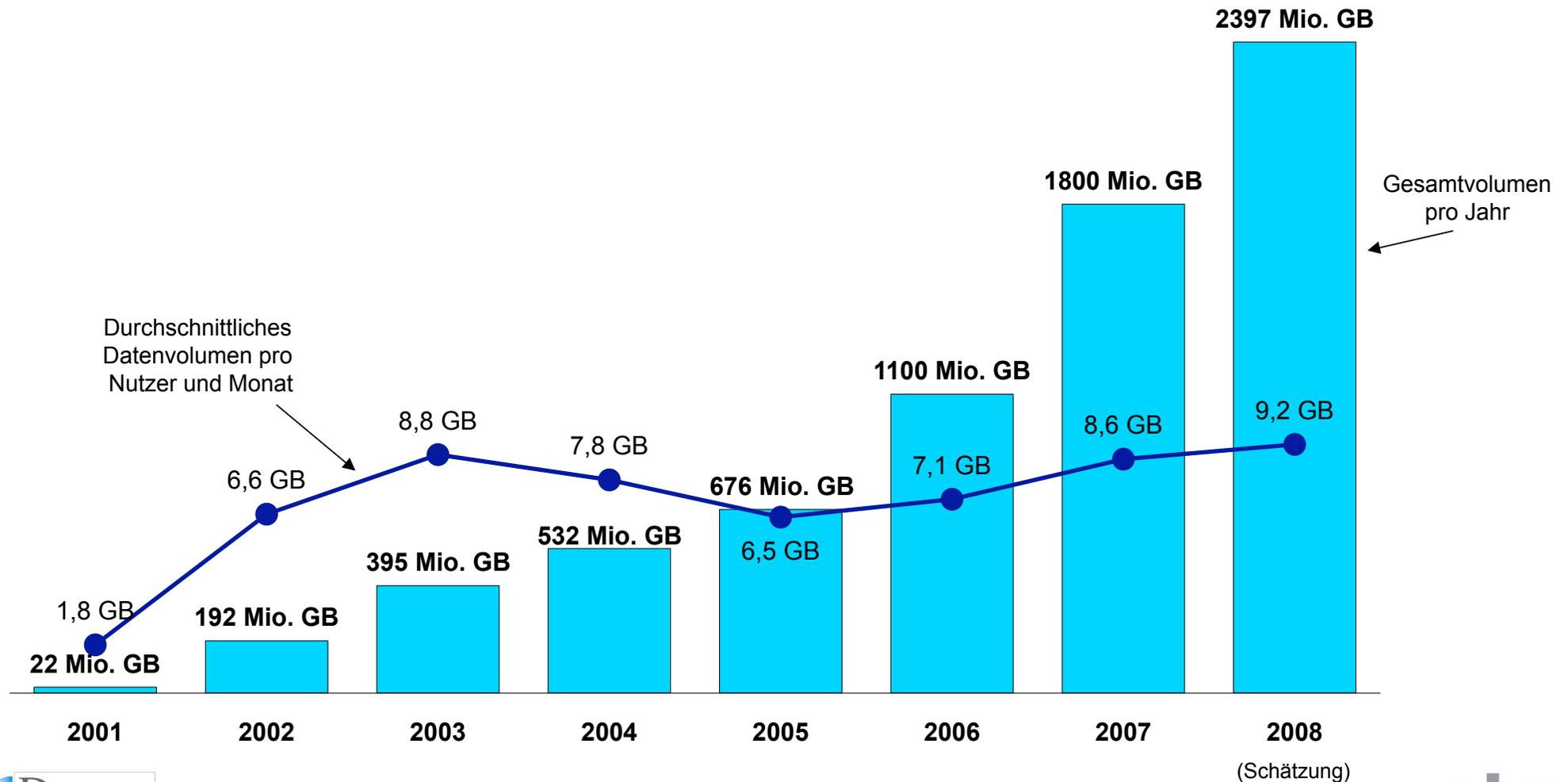
Knapp 80 Prozent der in Deutschland betriebenen Breitband-Anschlüsse weisen Ende 2008 Downstream-Geschwindigkeiten von mindestens zwei Megabit pro Sekunde auf

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



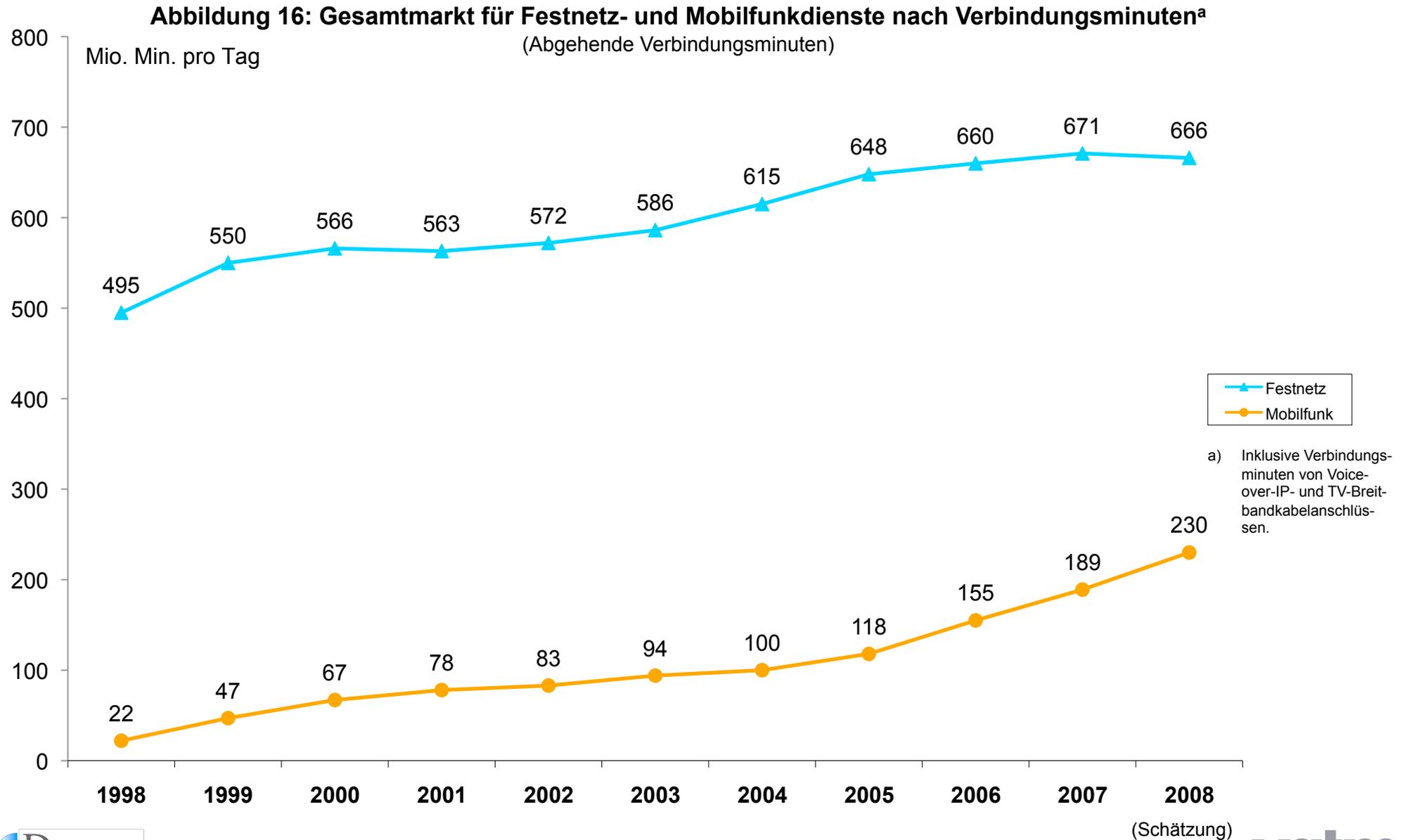
Das Breitband-Verkehrsvolumen in Deutschland steigt im Jahr 2008 gegenüber dem Vorjahr aufgrund höherer Nutzerzahlen und Einzelnutzung wiederum an

Abbildung 15: Volumenentwicklung Breitband-Internet-Verkehr in Deutschland



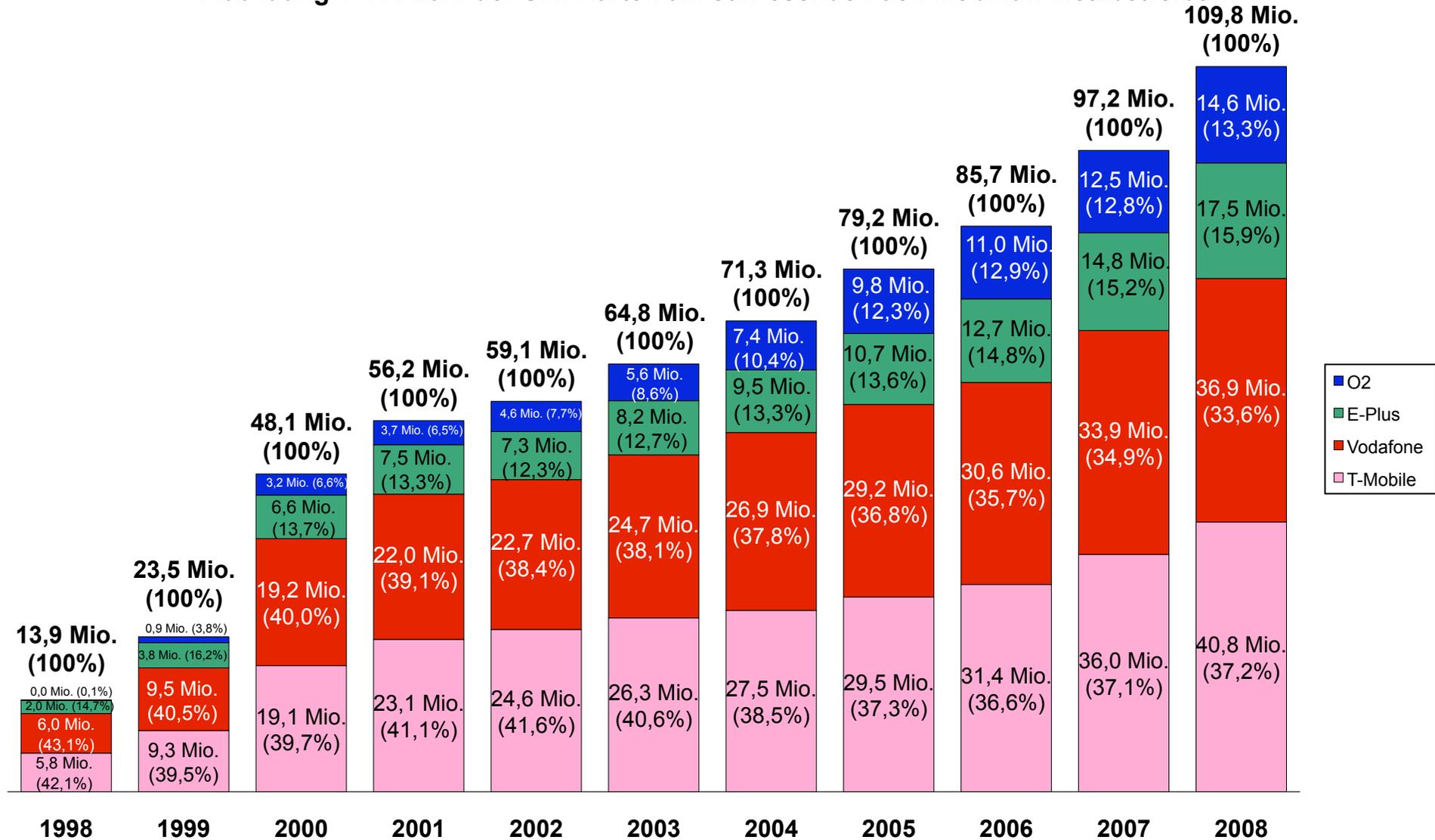
III. Mobilfunkmarkt

Während das Verkehrsvolumen im Festnetz stagniert, nimmt es im Mobilfunk 2008 stark zu



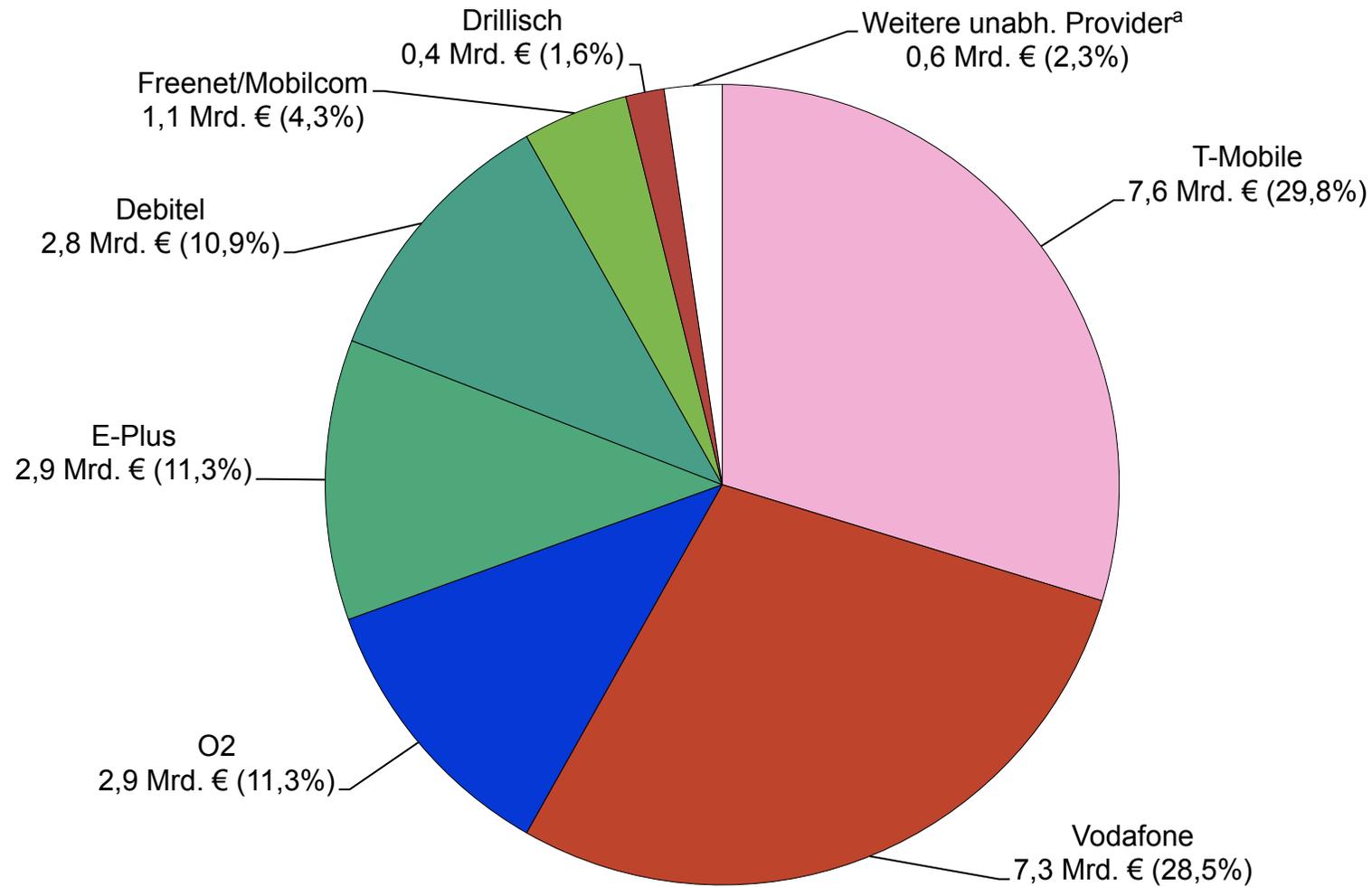
Seit Mitte 2008 gibt es in Deutschland mehr als 100 Millionen Mobilfunk-Verträge

Abbildung 17: Anzahl der SIM-Karten am Jahresende nach Mobilfunknetzbetreibern



Die drei größten Service Provider ohne eigenes Netz haben Ende 2008 zusammen nur noch einen Umsatz-Marktanteil von etwa 17 Prozent

Abbildung 18: Mobilfunkumsätze nach Netzbetreibern und Service Providern
(Schätzung für 2008)



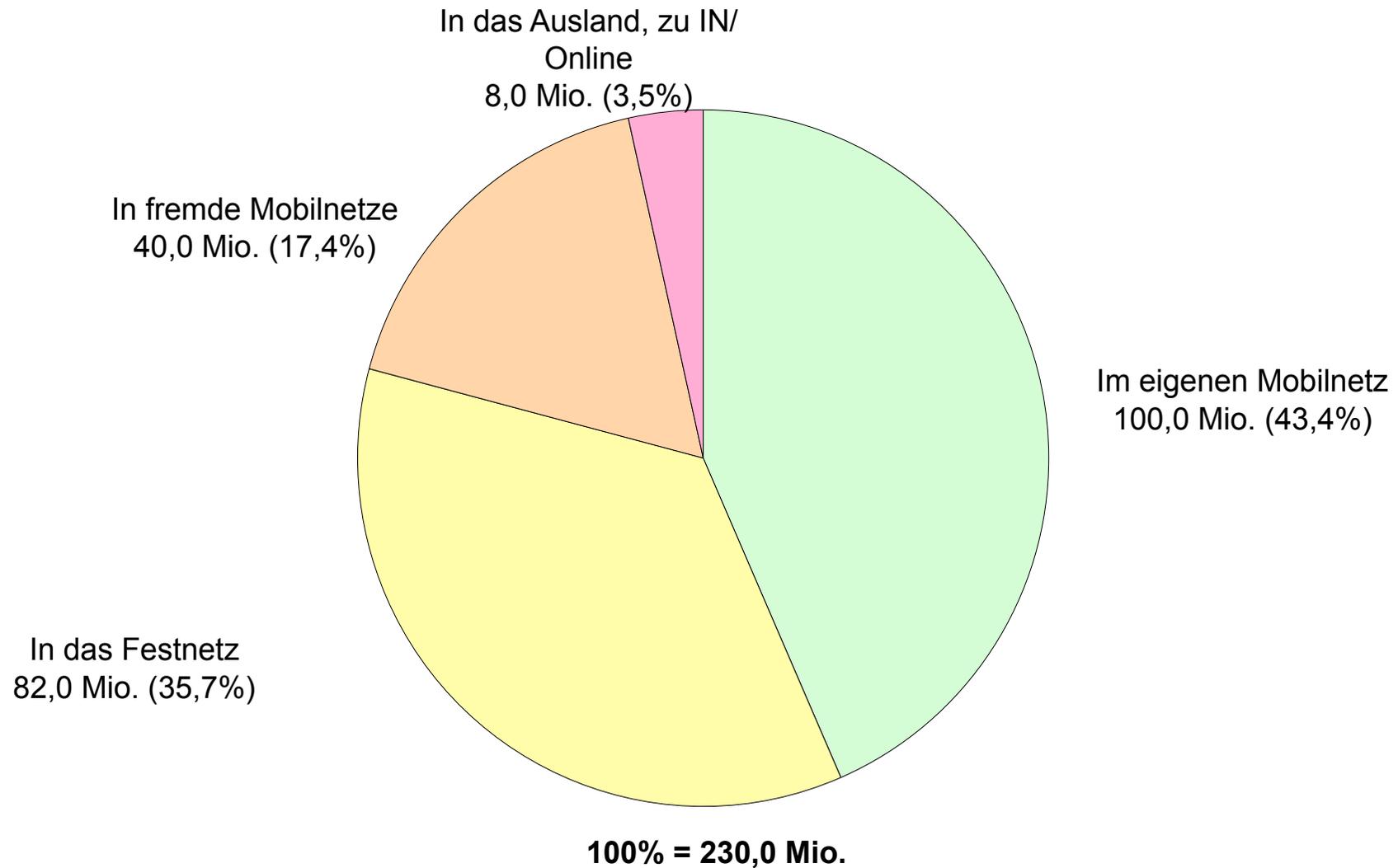
100% = 25,6 Mrd. €

a) Beispiele für weitere netzbetreiberunabhängige Provider: Tchibo.

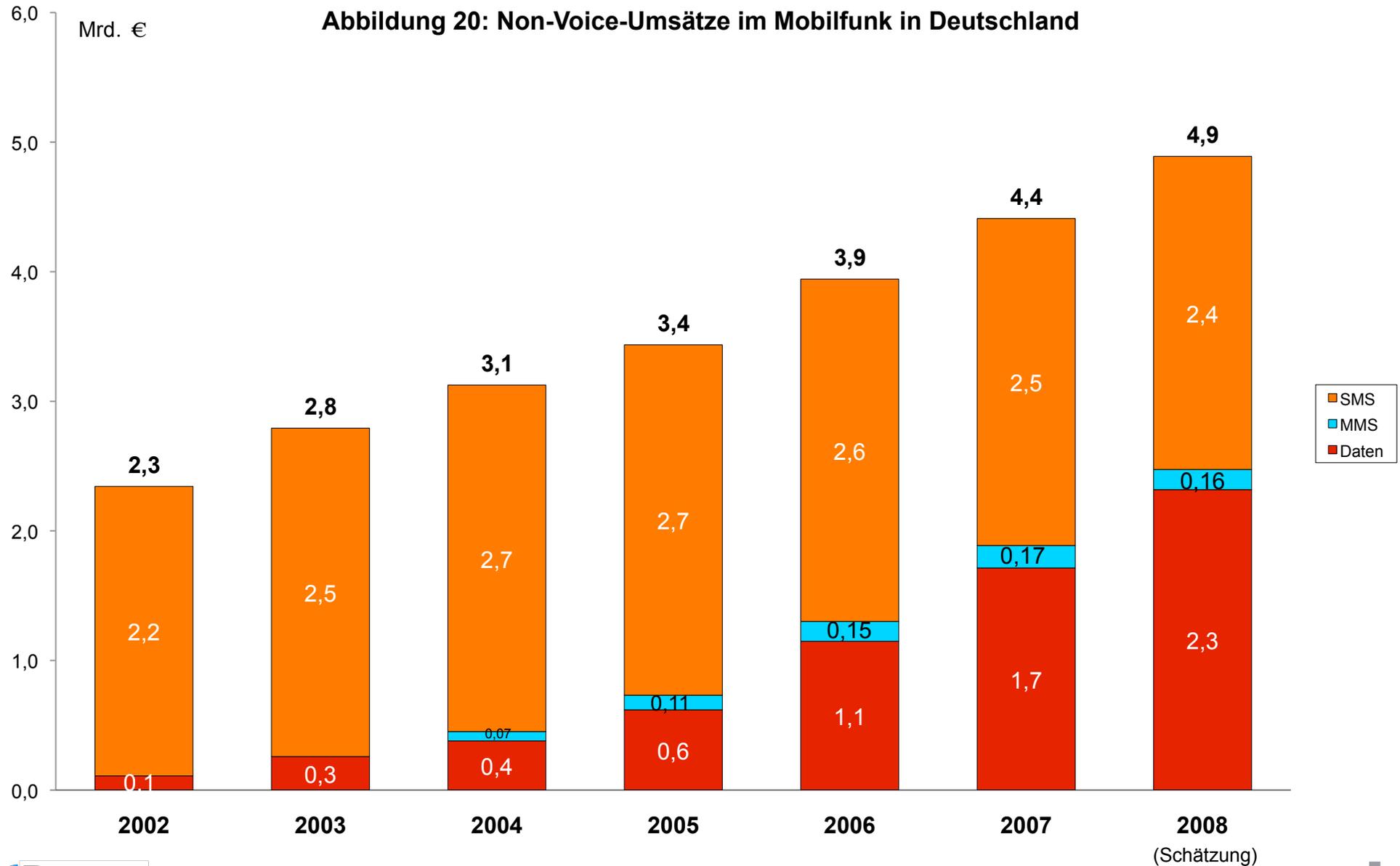
Quelle: DIALOG CONSULT-VATM-Analysen

Die Mobilfunknetzbetreiber halten durch geschickte Tarifgestaltung über 40 Prozent der Mobilfunkverbindungsminuten im eigenen Netz

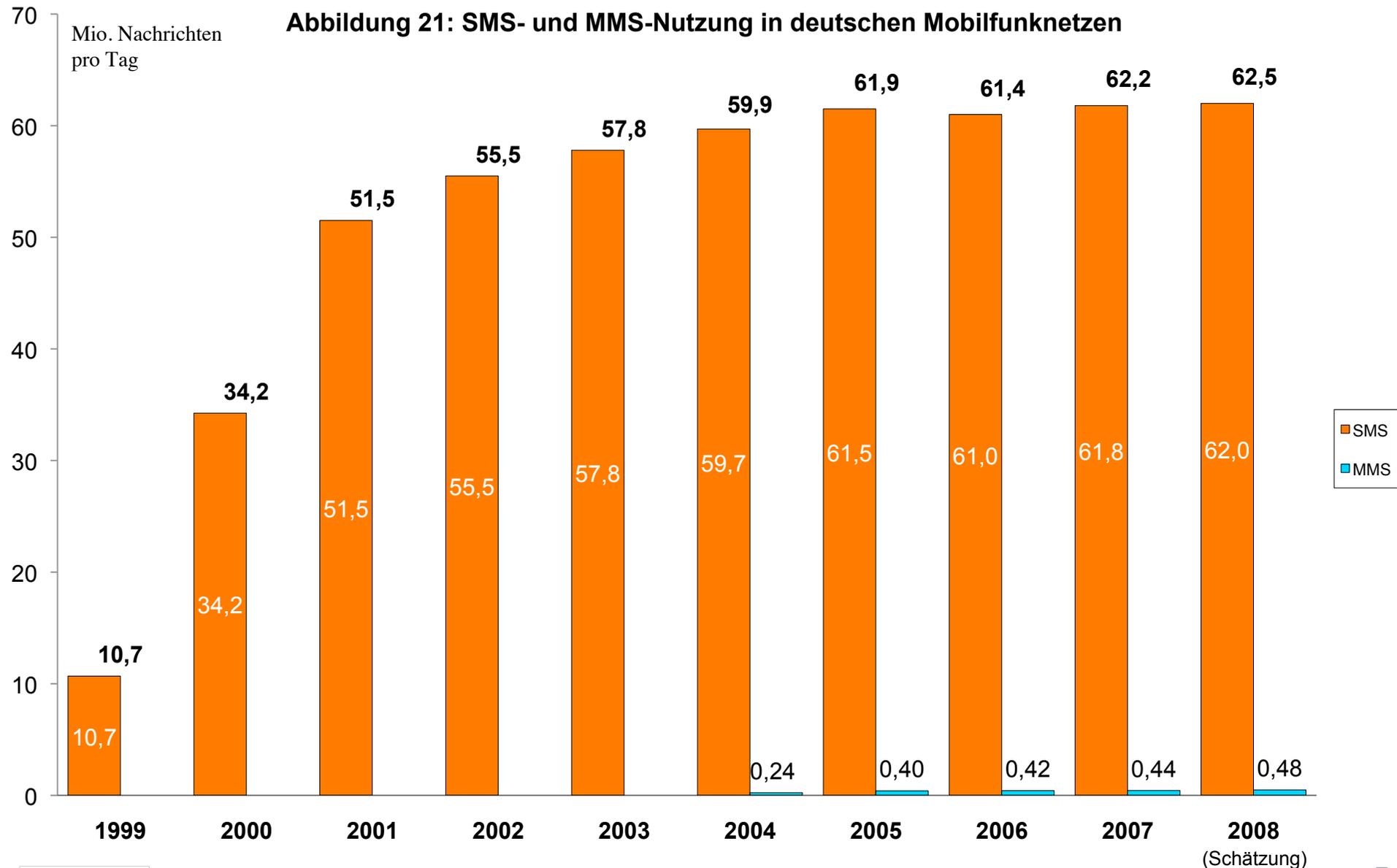
Abbildung 19: Verteilung der von deutschen Mobilfunknetzen abgehenden Verbindungsminuten nach Zielnetzen
(Schätzung für 2008, absolute Werte in Minuten pro Tag)



Der Umsatz mit Non-Voice-Diensten im Mobilfunk steigt auch 2008 erheblich an



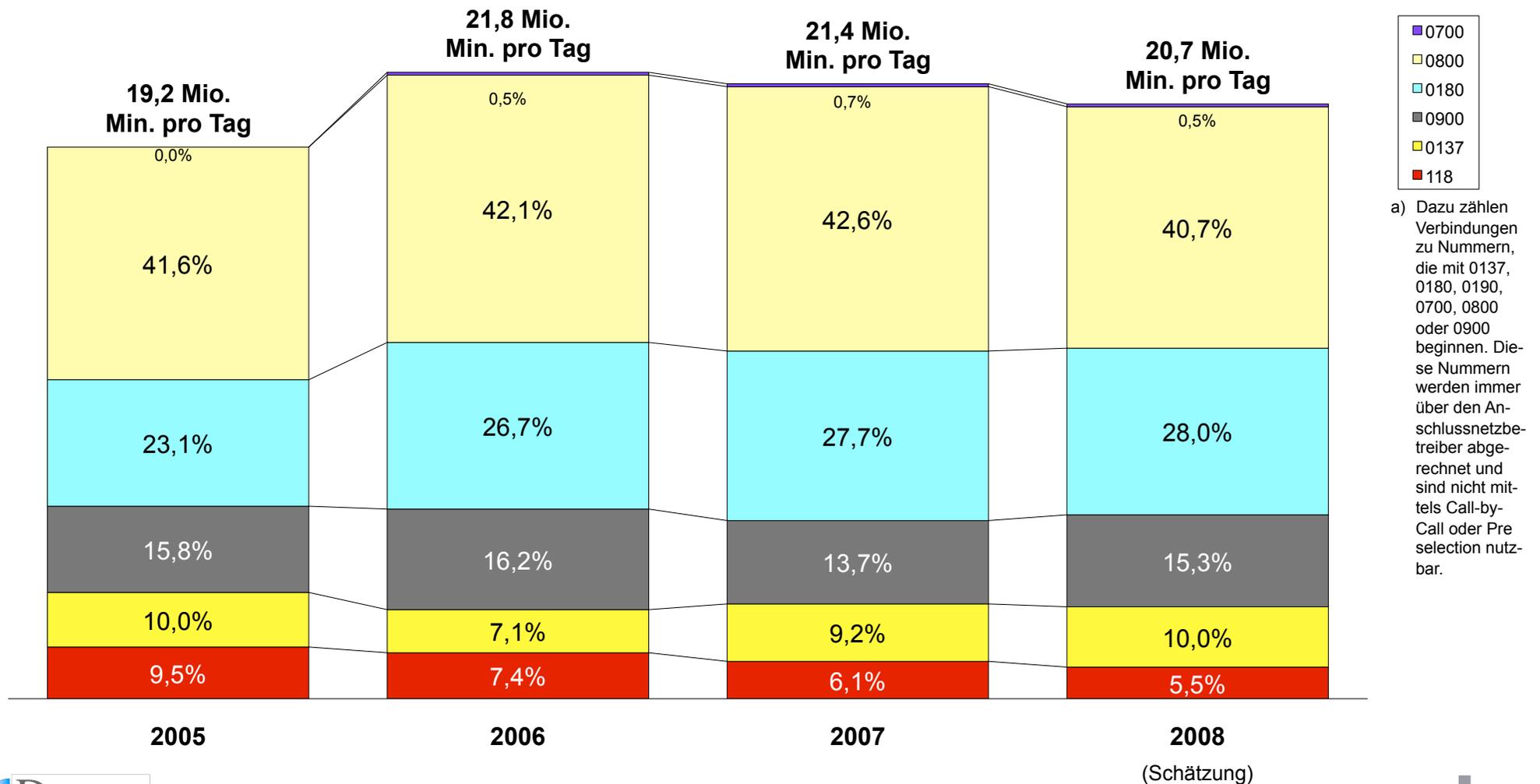
Bei Nutzung von MMS sind ebenso wie bei der SMS-Nutzung Sättigungstendenzen zu erkennen – Die MMS-Anzahl erreicht nicht einmal 1 Prozent der SMS-Anzahl



IV. Markt für Mehrwertdienste

Die Nutzungsdauer von Mehrwertdiensten nimmt 2008 gegenüber dem Vorjahr erneut ab

Abbildung 22: Wettbewerber-Minuten mit IN^a- und Auskunftsnummern nach Nummerntyp
(Verbindungen zu diesen Nummern)



Entsprechend sinken Umsätze der Wettbewerber bei Mehrwertdiensten 2008 um 3,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr– Die Erlöse durch die Telefonauskunft gehen überdurchschnittlich zurück

Abbildung 23: Wettbewerberumsatz mit IN^a- und Auskunftsnummern nach Nummerntyp

