



Dialog Consult / VATM

12. gemeinsame TK-Marktanalyse 2010

Ergebnisse einer Befragung der Mitgliedsunternehmen
im Verband der Anbieter von Telekommunikations- und
Mehrwertdiensten e. V. im dritten Quartal 2010

Inhalt

Kapitel I.

Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland

Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland (Schätzung 2010)	4
Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland (1998-2010)	5
Anteil der Vorleistungsentgelte eines Vollanschluss-Wettbewerbsunternehmens pro Euro Umsatz	6
Investitionen in Telekommunikations-Sachanlagen	7
Mitarbeiterzahlen der Deutschen Telekom und von Wettbewerbsunternehmen	8

Kapitel II.

Festnetzmarkt

Gesamtmarkt Wettbewerber Sprachdienste aus Festnetzen in Deutschland nach Verbindungsminuten	10
Festnetz-Telefon-Komplettanschlüsse der Wettbewerber	11
Dienstenutzung bei Telekommunikations- und TV-Breitbandkabel-Netzbetreibern	12
Entwicklung der Anzahl der Komplettanschlüsse in Telekommunikationsfestnetzen	13
Direkt geschaltete Breitband-Anschlüsse in Deutschland	14
Nettozuwachs an direkt geschalteten Breitband-Anschlüssen in Deutschland	15
Nettozuwachs an DSL-Anschlüssen nach Endkundenbeziehung in Deutschland	16

DSL-Kunden nach Unternehmen Ende 2009	17
Per Glasfaser (Fiber-to-the-building, FTTB) erreichbare und aktive Haushalte	18
Verteilung der DSL-Anschlüsse nach Downstream-Bandbreite	19
Volumenentwicklung Breitband-Internet-Verkehr in Deutschland	20

Kapitel III.

Mobilfunkmarkt

Von Festnetz- und Mobilfunkanschlüssen abgehende Sprachverbindungsminuten	22
Anzahl der SIM-Karten am Jahresende nach Mobilfunknetzbetreibern	23
Mobilfunkumsätze nach Netzbetreibern und Service Providern	24
Anteil der Non-Voice-Umsätze an den Mobilfunkdiensteumsätzen in Deutschland	25
Volumenentwicklung Datenverkehr aus Mobilfunknetzen in Deutschland	26
SMS- und MMS-Nutzung in deutschen Mobilfunknetzen	27

Kapitel IV.

Markt für Mehrwertdienste

Wettbewerber-Minuten mit IN- und Auskunftsnummern nach Nummerntyp	29
Wettbewerber-Umsatz mit IN- und Auskunftsnummern nach Nummerntyp	30

Kapitel I.

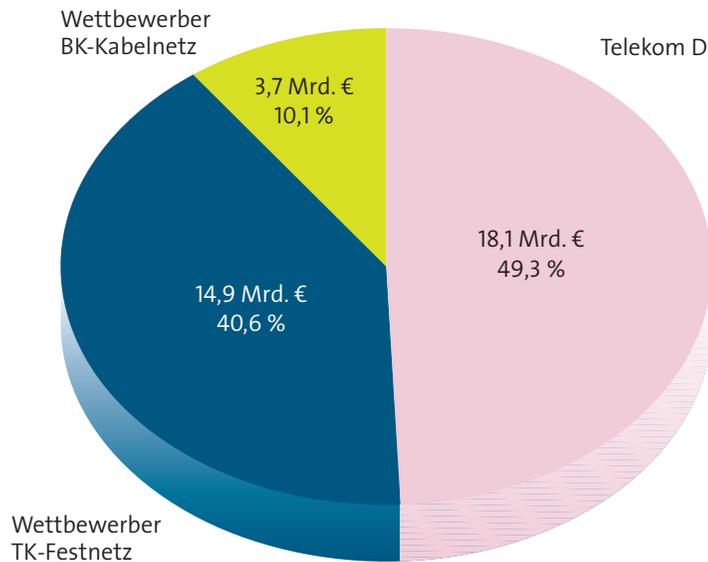
Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland

Die Deutsche Telekom erzielt 2010 im Festnetzgeschäft immer noch nahezu den Umsatz, den sämtliche Wettbewerber zusammen erreichen

Abb. 1: Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland^a
(Schätzung für 2010, Außenumsätze inkl. TV-Signaltransport)

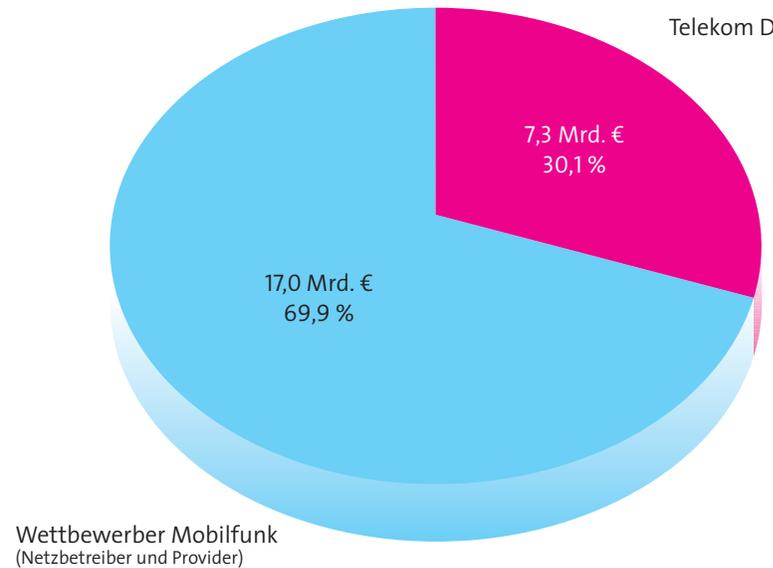


TK- und BK-Festnetzmarkt



100 % = 36,7 Mrd. €

Mobilfunkmarkt



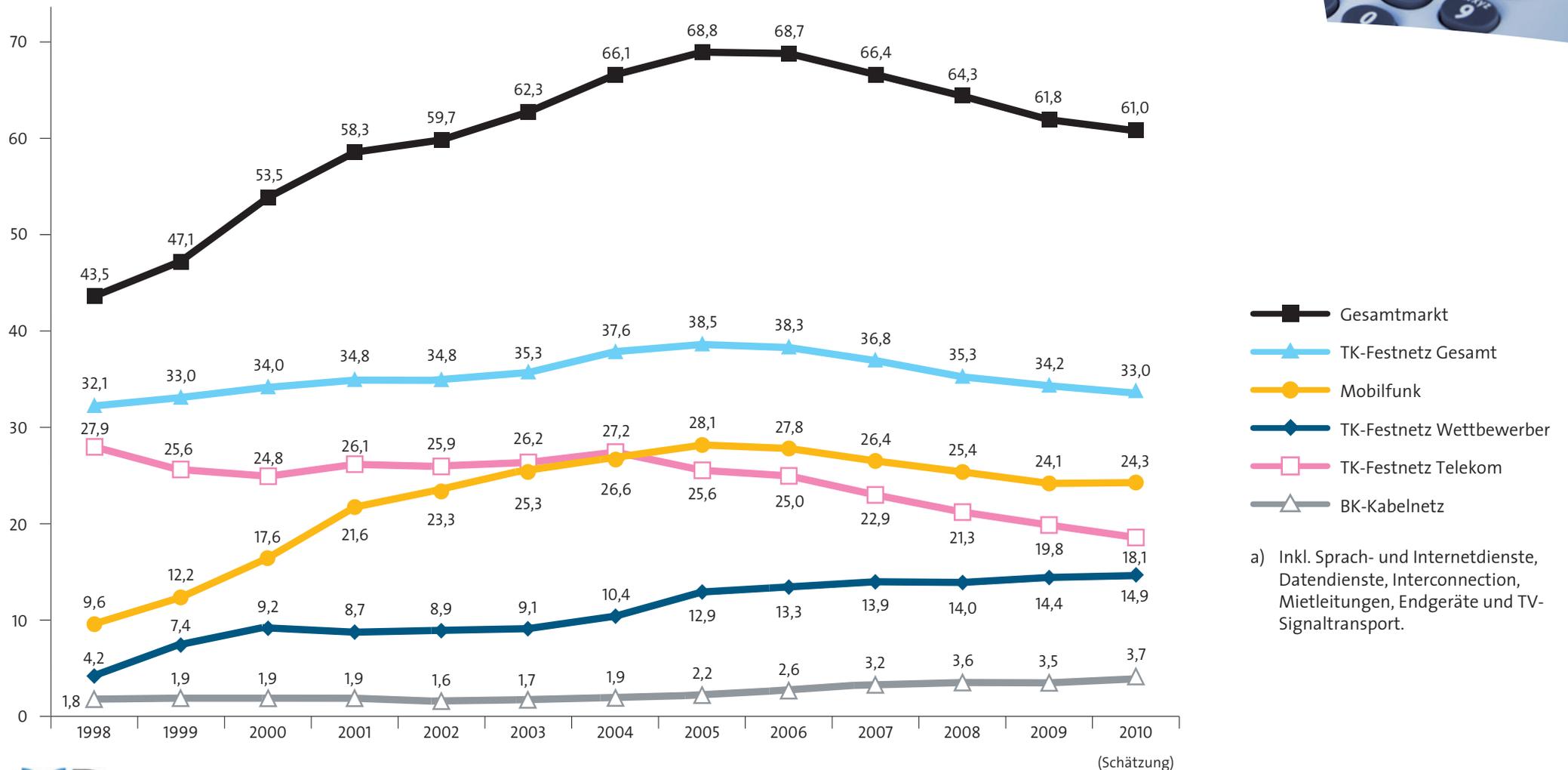
100 % = 24,3 Mrd. €

Gesamtmarkt 61,0 Mrd. €

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

Im Mobilfunk steigen 2010 die Umsätze seit 2005 zum ersten Mal wieder im Jahresvergleich. Dieser Zuwachs kompensiert den Rückgang der Festnetzumsätze jedoch nicht, so dass die Umsätze im Gesamtmarkt – wenn auch abgeschwächt – zurückgehen (-1,3 Prozent)

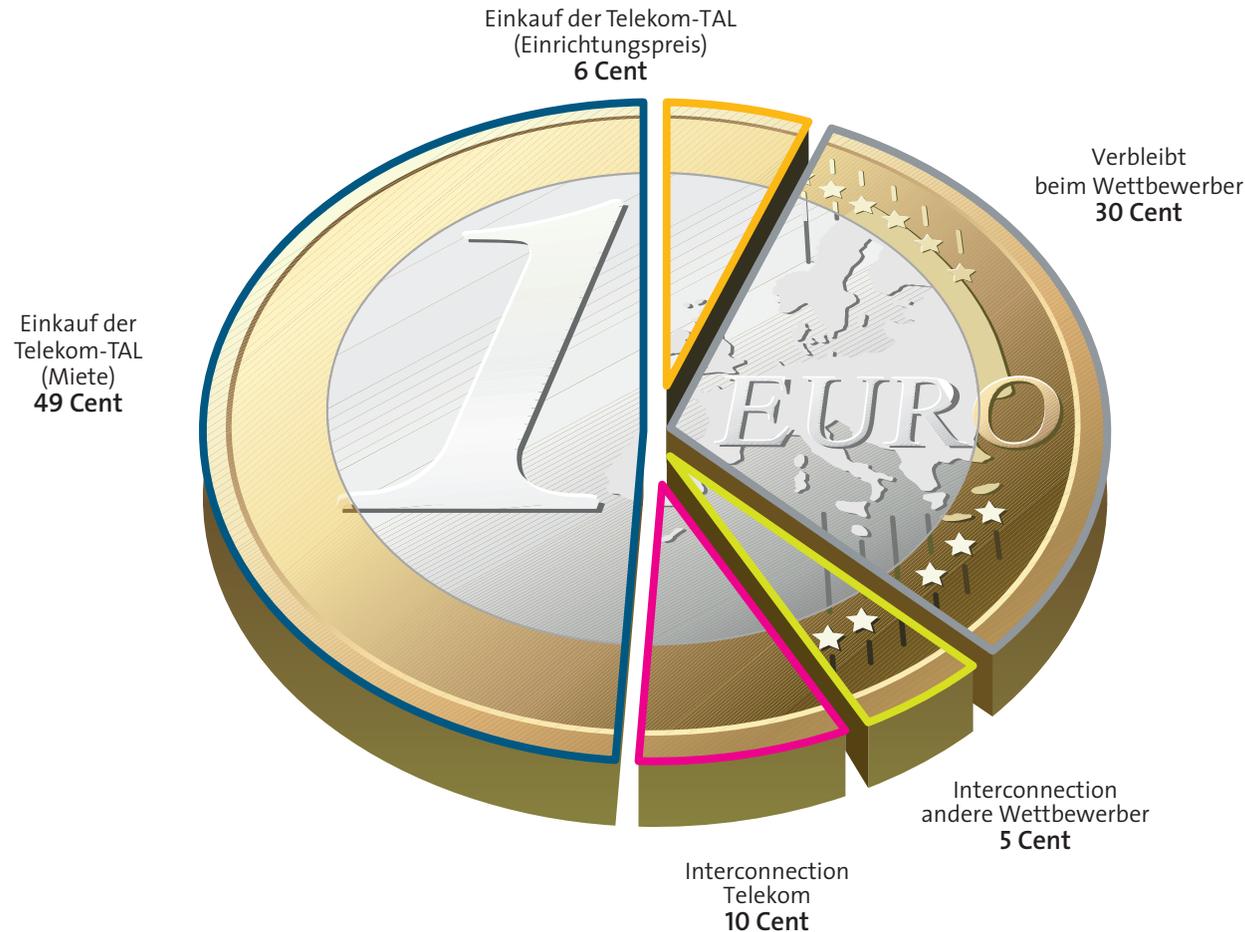
Abb. 2: Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland^a (Außenumsätze inkl. TV-Signaltransport) in Mrd. €



a) Inkl. Sprach- und Internetdienste, Datendienste, Interconnection, Mietleitungen, Endgeräte und TV-Signaltransport.

Die Vorleistungsentgelte, die die Wettbewerbsunternehmen pro Euro Umsatz an die Telekom zahlen müssen, bleiben auch 2010 mit 65 Cent auf einem hohen Niveau

Abb. 3: Anteil der Vorleistungsentgelte eines Vollanschluss-Wettbewerbsunternehmens pro Euro Umsatz^a (Schätzung für 2010)



Zur Finanzierung ...

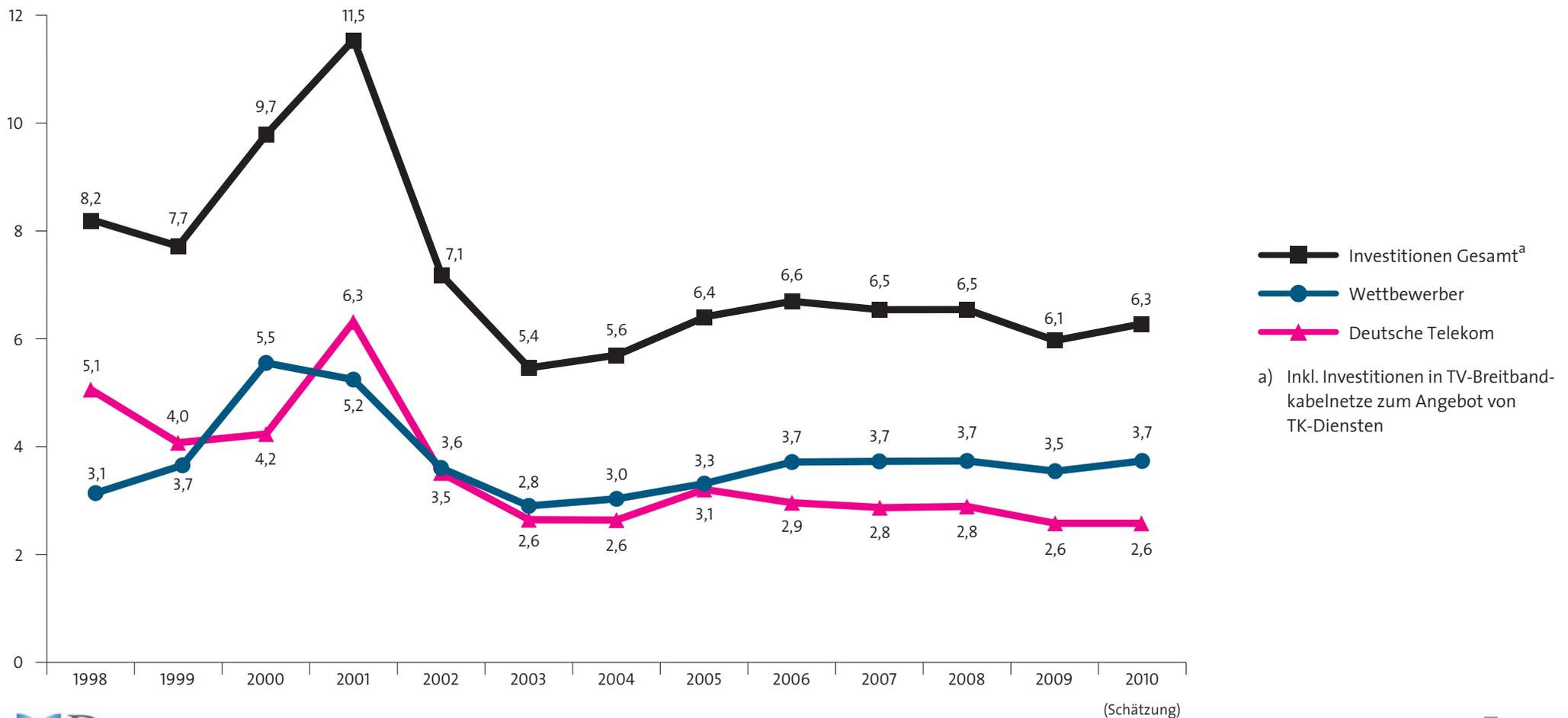
- weiterer Vorleistungen bzw. Vorprodukte
- des Zugangsnetzes (Access)
- des Weitverkehrs-TK-Netzes (Backbone)
- der IP-Netzinfrastruktur
- der Betriebskosten

TAL = Teilnehmeranschlussleitung

- a) Annahme: Komplettanschluss mit Festnetz-Flatrate und DSL-Anschluss mit max. 6 Mbit/s zum Preis von 24,95 EUR inkl. MwSt.; 600 Verbindungsminuten in deutsche Festnetze, Interconnection-Entgelte von durchschnittlich 0,5 EUR-Cent pro Min.; Verbindungen zu Mobilfunk-, IN- und ausländischen Netzen sind nicht dargestellt.

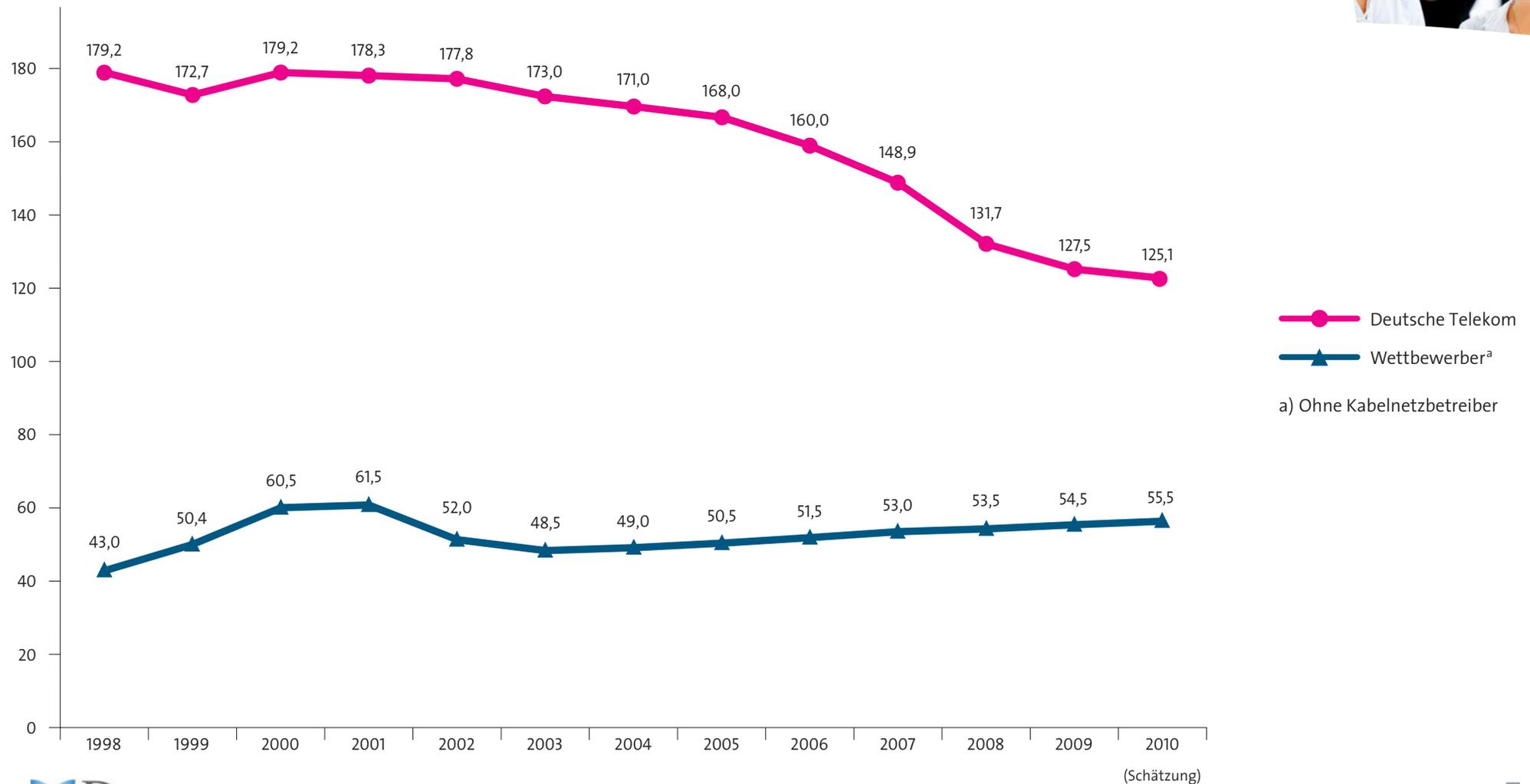
Der Anteil der Wettbewerbsunternehmen an den TK-Sachanlageinvestitionen in Deutschland nimmt 2010 auf fast 60 Prozent zu

Abb. 4: Investitionen in Telekommunikations-Sachanlagen in Mrd. €



Die Zahl der Beschäftigten bei alternativen Carriern und Diensteanbietern wächst 2010 zum siebten Mal in Folge. Der Personalabbau bei der Telekom geht, abgeschwächt, weiter

Abb. 5: Mitarbeiterzahlen der Deutschen Telekom und von Wettbewerbsunternehmen in Tsd. Vollzeitäquivalente



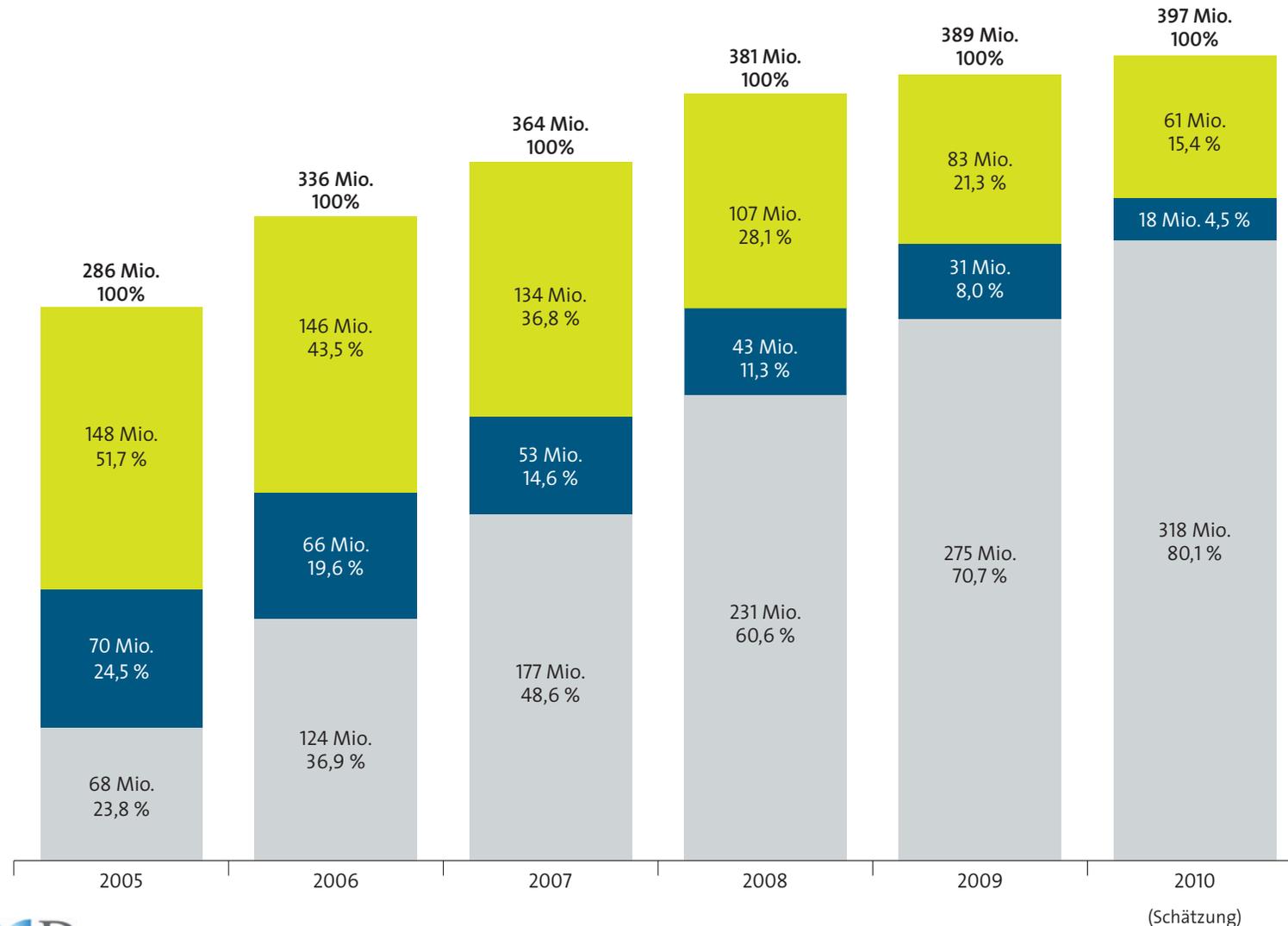
a) Ohne Kabelnetzbetreiber

Kapitel II.

Festnetzmarkt

2010 gehen über 80 Prozent der von den Kunden der Wettbewerber aus Festnetzen generierten Sprachminuten von Komplettanschlüssen ab

Abb. 6: Gesamtmarkt Wettbewerber Sprachdienste aus Festnetzen in Deutschland nach Verbindungsminuten (Gesamtmarkt inkl. Orts-, Nah-, Fern-, Auslands- und Mobilfunkverbindungen; in Mio. Minuten pro Tag)



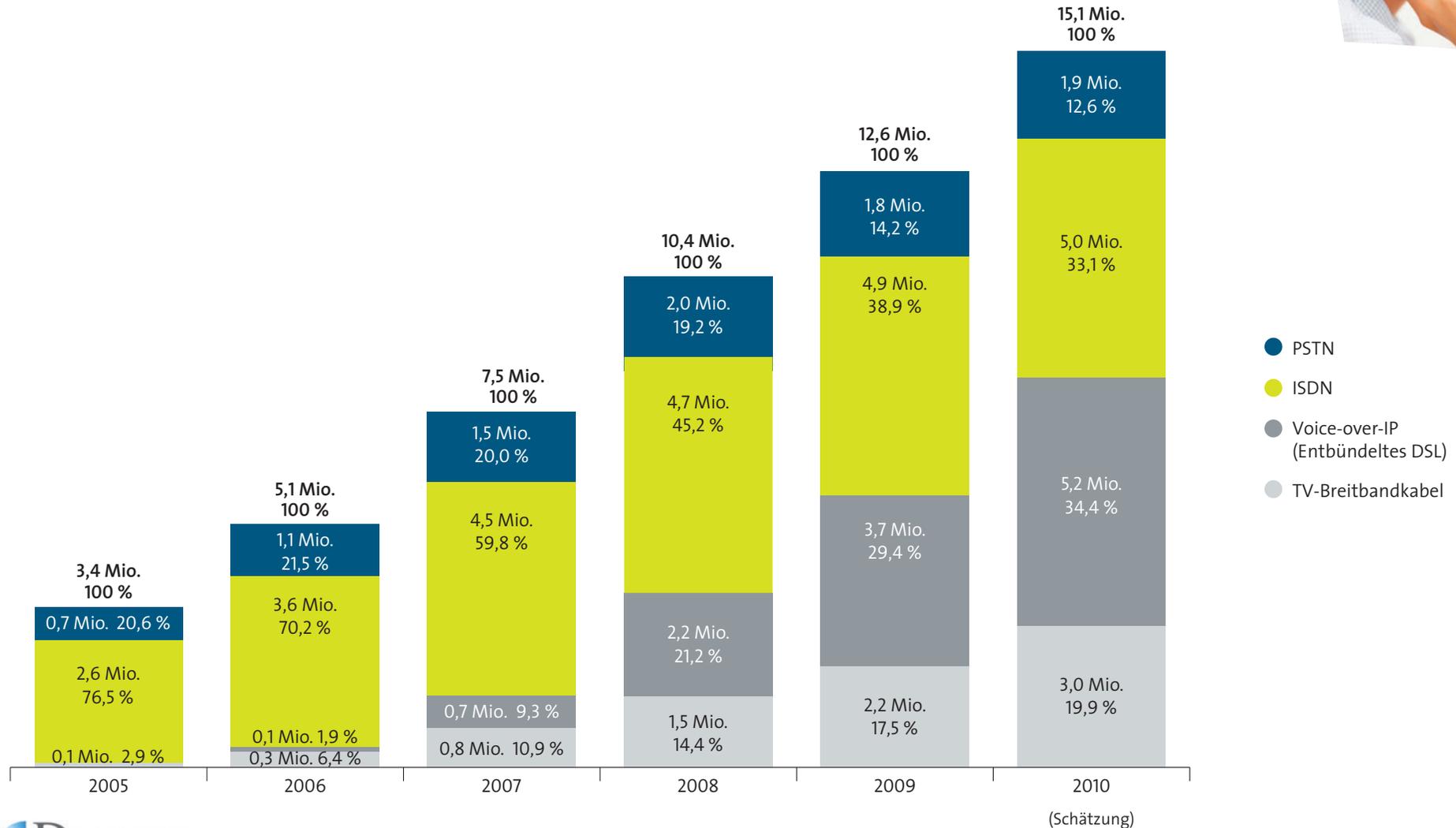
- Call-by-Call
- Preselection
- Komplettanschluss^a

a) Inklusive Verbindungsminute von Voice-over-IP- und TV-Breitbandkabelanschlüssen

Die Wettbewerber erhöhen die Zahl der Voice-over-IP-Festnetzanschlüsse 2010 um mehr als 40 Prozent auf 5,2 Millionen



Abb. 7: Festnetz-Telefon-Komplettanschlüsse der Wettbewerber

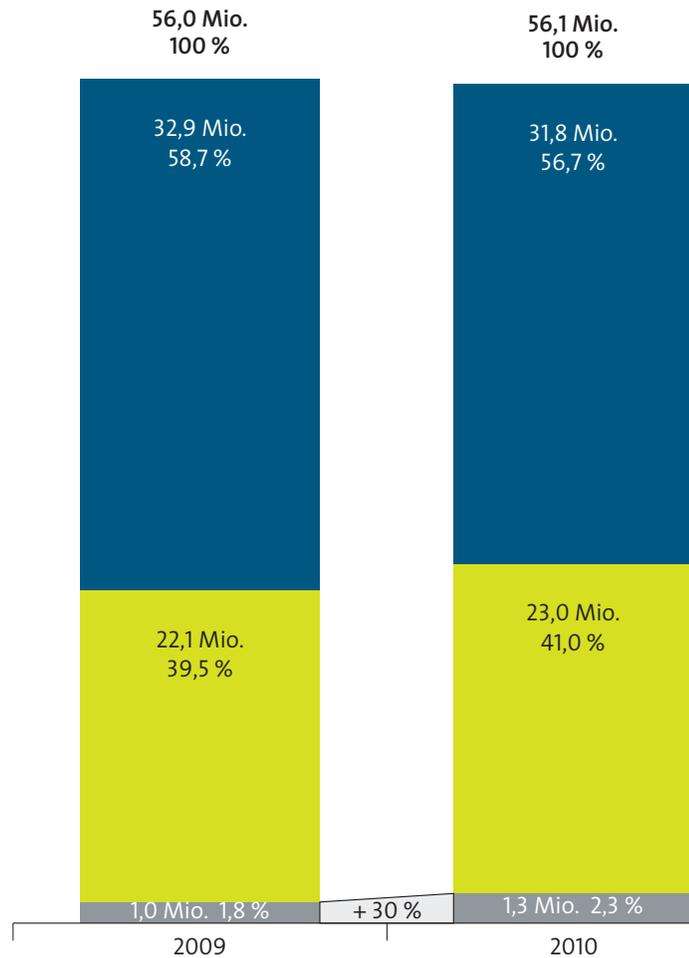


Kabelnetzbetreiber legen bei Telefon- und Internetanschlüssen in absoluten Zahlen stärker zu als TK-Netzbetreiber bei TV-Angeboten (IPTV-Abonnements). Prozentual ist der Anstieg jedoch nahezu gleich

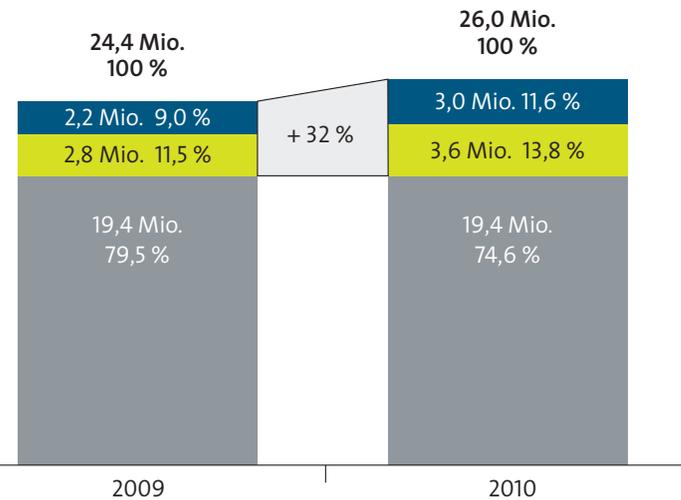
Abb. 8: Dienstenutzung bei Telekommunikations- und TV-Breitbandkabel-Netzbetreibern (Schätzung der Nutzerzahlen Ende 2010)



Dienste auf Basis von TK-Netzanschlüssen



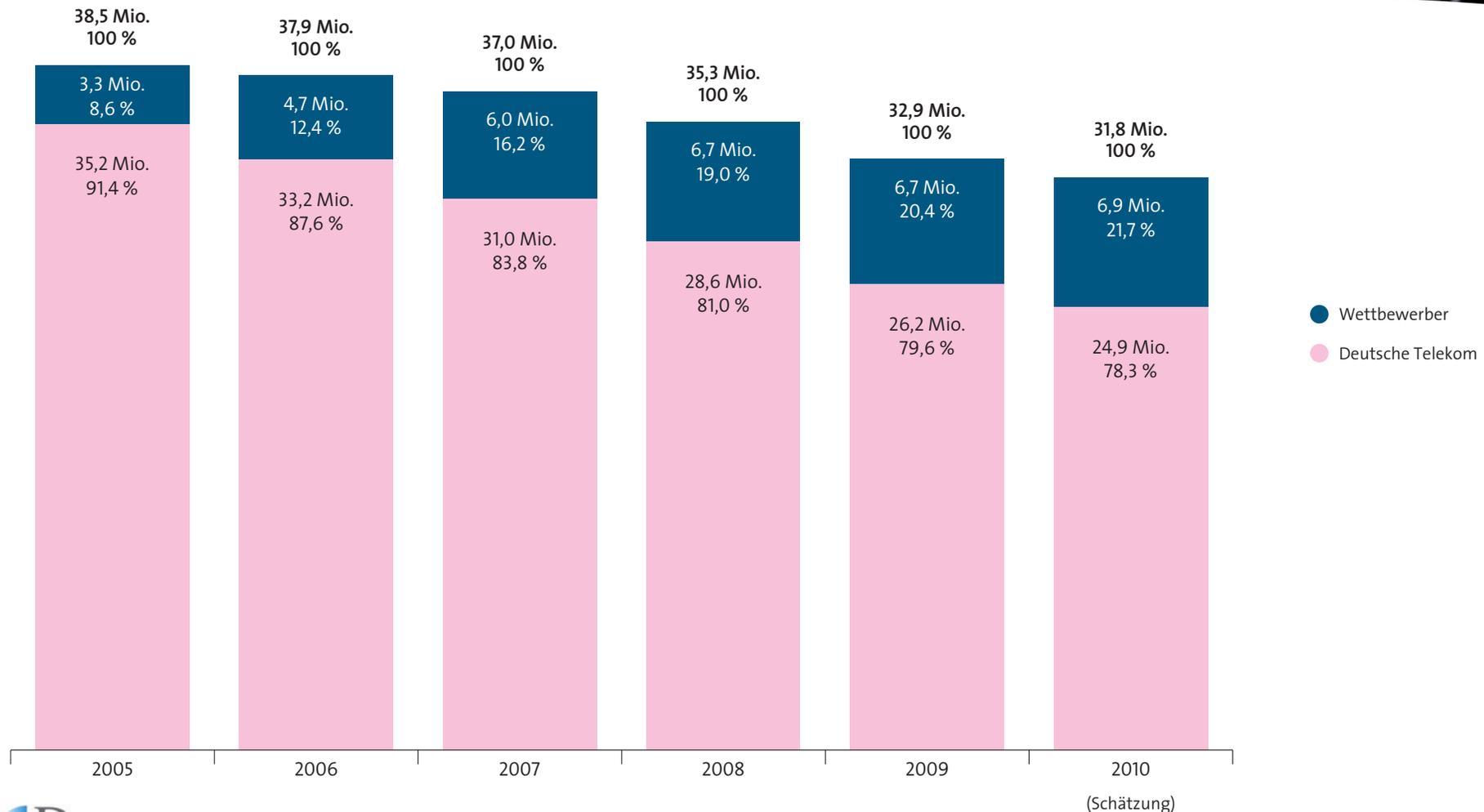
Dienste auf Basis von TV-BK-Netzanschlüssen



- Telefonie
- Internet
- TV

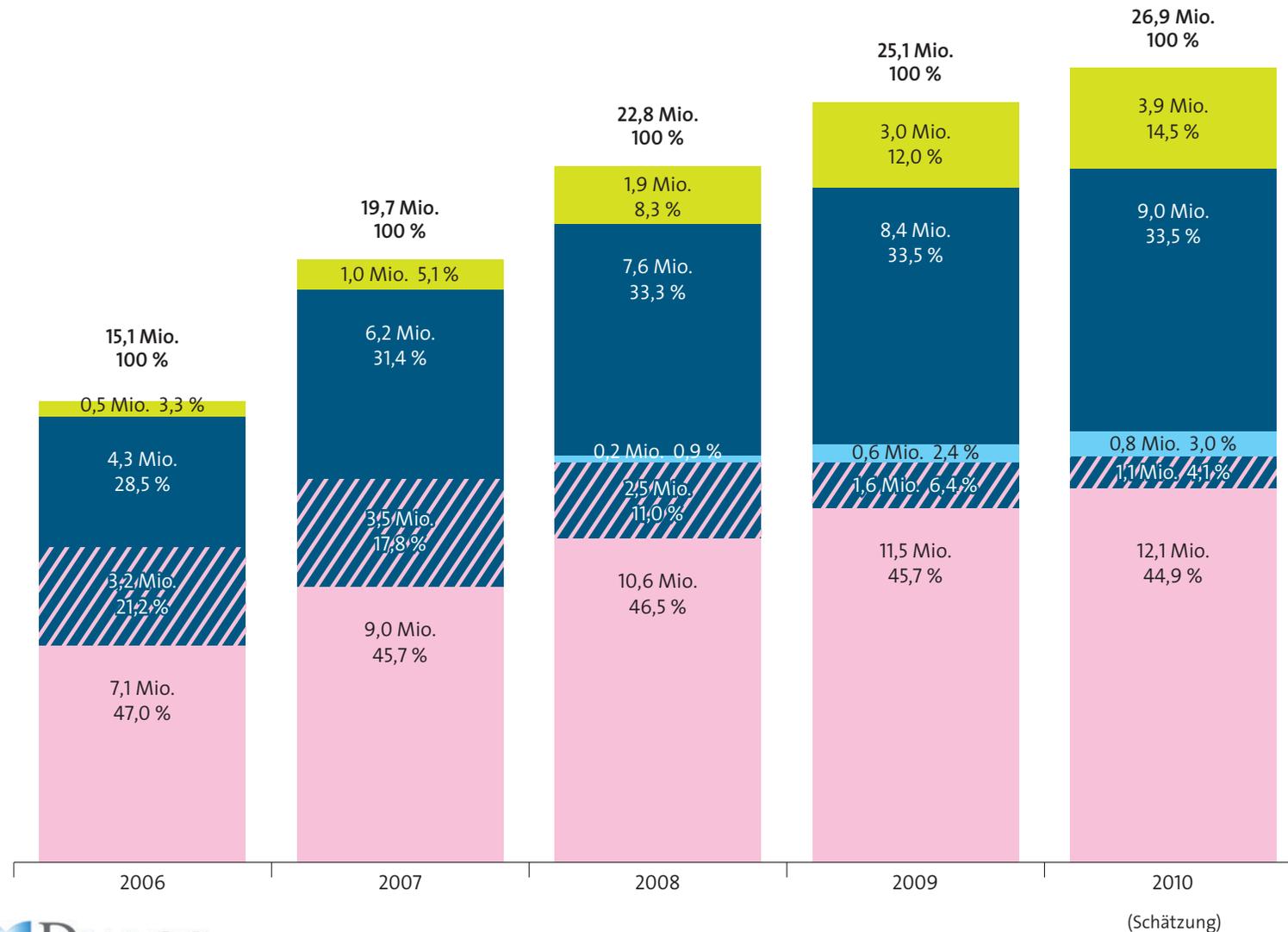
Der Rückgang bei der Zahl der Telekom-Komplettanschlüsse schwächt sich 2010 mit 1,3 Millionen ab. Die Telekom dominiert fast 13 Jahre nach der Marktöffnung noch klar das Festnetzanschlussgeschäft

Abb. 9: Entwicklung der Anzahl der Komplettanschlüsse in Telekommunikationsfestnetzen (ohne VoIP- und Kabelmodemanschlüsse)



2010 nimmt die Zahl der Festnetz-Breitbandanschlüsse um ca. 1,7 Millionen auf knapp 27 Millionen zu. Dennoch hat noch etwa ein Drittel aller Haushalte in Deutschland keinen stationären Breitbandzugang zum Internet

Abb. 10: Direkt geschaltete Breitband-Anschlüsse in Deutschland

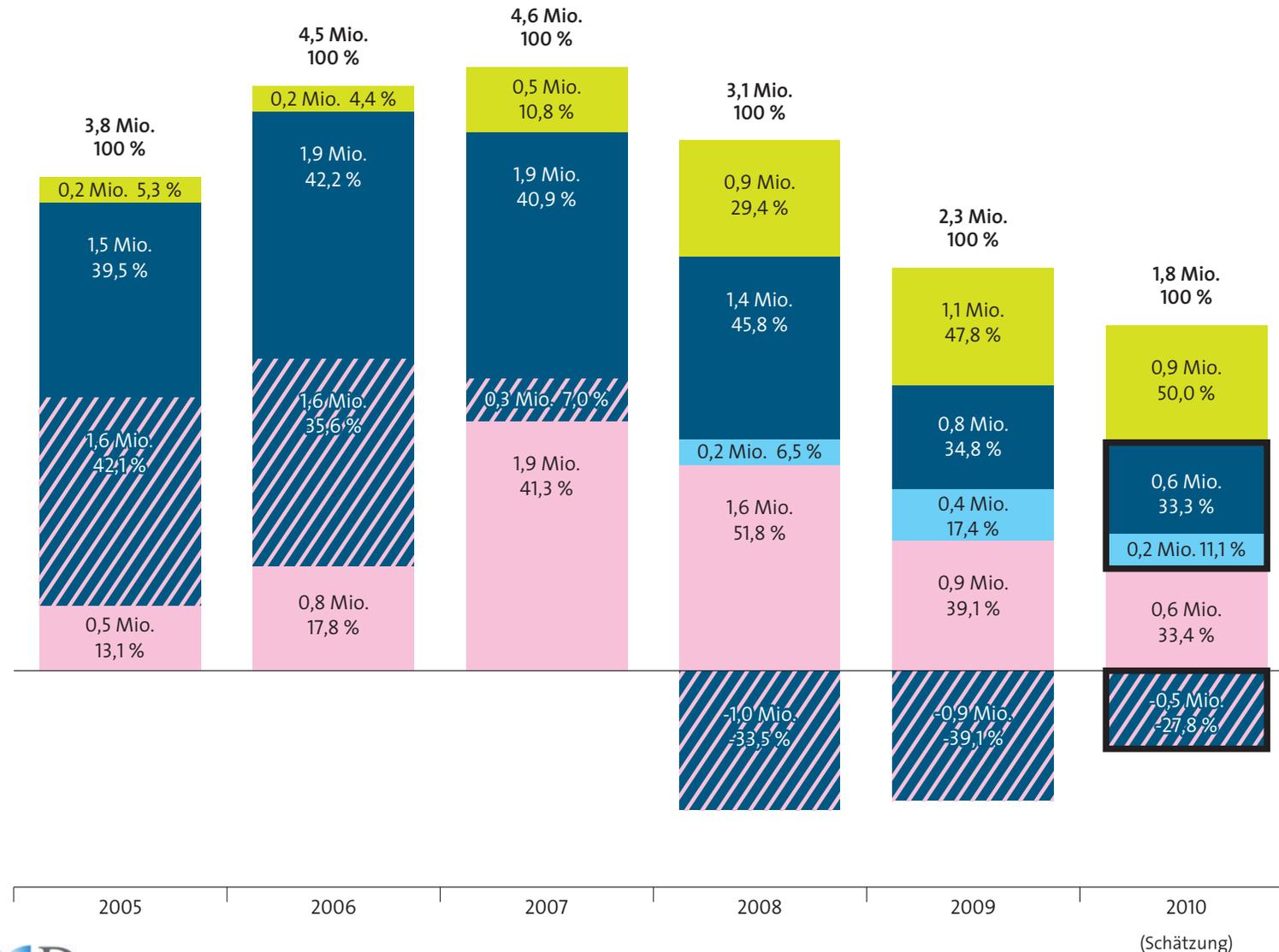


- Andere Anschlussarten^a
- DSL Alternativer ANB^b
- DSL DT Bitstrom
- DSL DT Weiterverkauf^c
- DSL DT Direkt

- a) Hierzu zählen hauptsächlich breitbandige Kabelmodemanschlüsse sowie Glasfaser, Powerline-, Funk- und Satelliten-Anschlüsse – letztere werden nicht nur von Wettbewerbern, sondern teilweise auch von der Telekom Deutschland angeboten.
- b) Alternative Anschlussnetzbetreiber (ANB), die eigene Anschlussnetze (meist auf Basis von Telekom-Teilnehmeranschlussleitungen) betreiben.
- c) Von der Telekom Deutschland betriebene DSL-Anschlüsse, die von alternativen Anbietern vermarktet und betreut werden.

Der absolute Zuwachs bei Breitbandanschlüssen geht seit 2008 – in 2010 abgeschwächt – zurück

Abb. 11: Nettozuwachs an direkt geschalteten Breitband-Anschlüssen in Deutschland



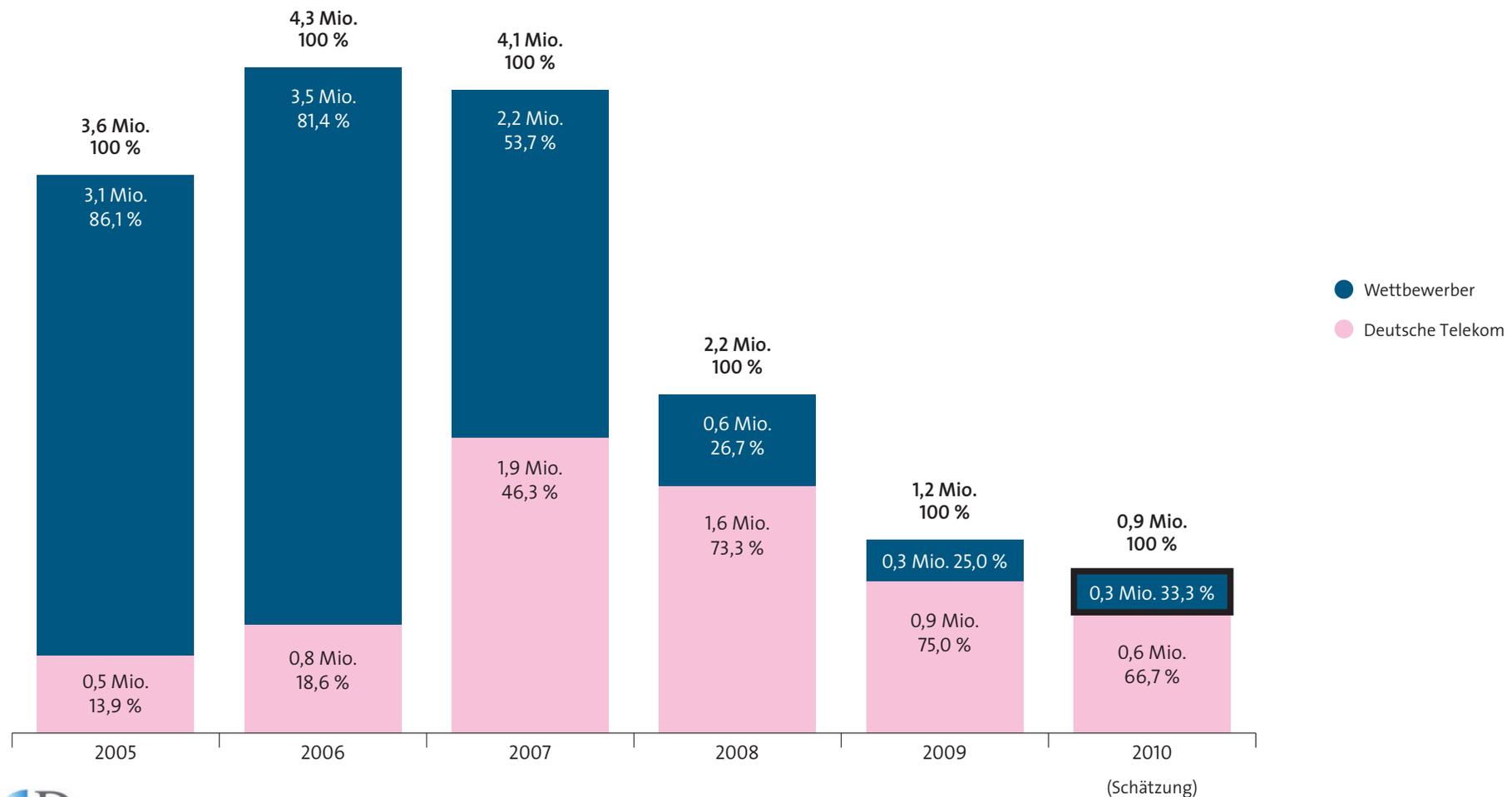
Summe schwarze Boxen = Netto-Neukundenzuwachs der TK-Wettbewerbsunternehmen

- Andere Anschlussarten ^a
- DSL Alternativer ANB ^b
- DSL DT Bitstrom
- DSL DT Weiterverkauf ^c
- DSL DT Direkt

- a) Hierzu zählen hauptsächlich breitbandige Kabelmodemanschlüsse sowie Glasfaser, Powerline-, Funk- und Satelliten-Anschlüsse – letztere werden nicht nur von Wettbewerbern, sondern teilweise auch von der Telekom Deutschland angeboten.
- b) Alternative Anschlussnetzbetreiber (ANB), die eigene Anschlussnetze (meist auf Basis von Telekom-Teilnehmeranschlussleitungen) betreiben.
- c) Von der Telekom Deutschland betriebene DSL-Anschlüsse, die von alternativen Anbietern vermarktet und betreut werden.

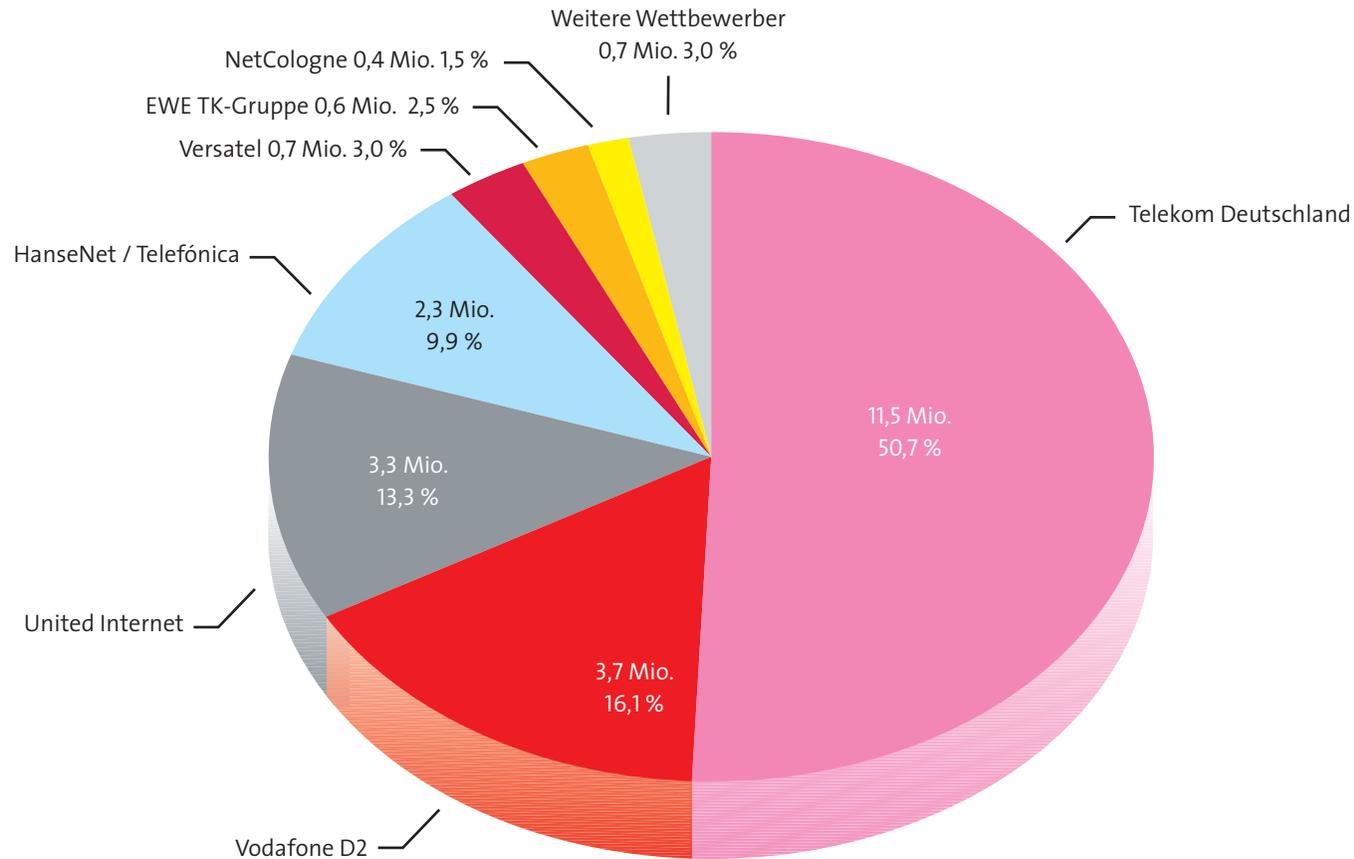
Zwei Drittel des Netto-Zuwachses bei DSL-Anschlüssen entfallen 2010 auf die Deutsche Telekom

Abb. 12: Nettozuwachs an DSL-Anschlüssen nach Endkundenbeziehung in Deutschland



Der Kundenbestand des größten Wettbewerbers im DSL-Markt umfasst ein Drittel des Bestandes der Telekom Deutschland. Drei größere und zahlreiche kleinere Unternehmen stehen der Telekom gegenüber

Abb. 13: DSL-Kunden nach Unternehmen Ende 2009^a
(Stand 31.12.2009)

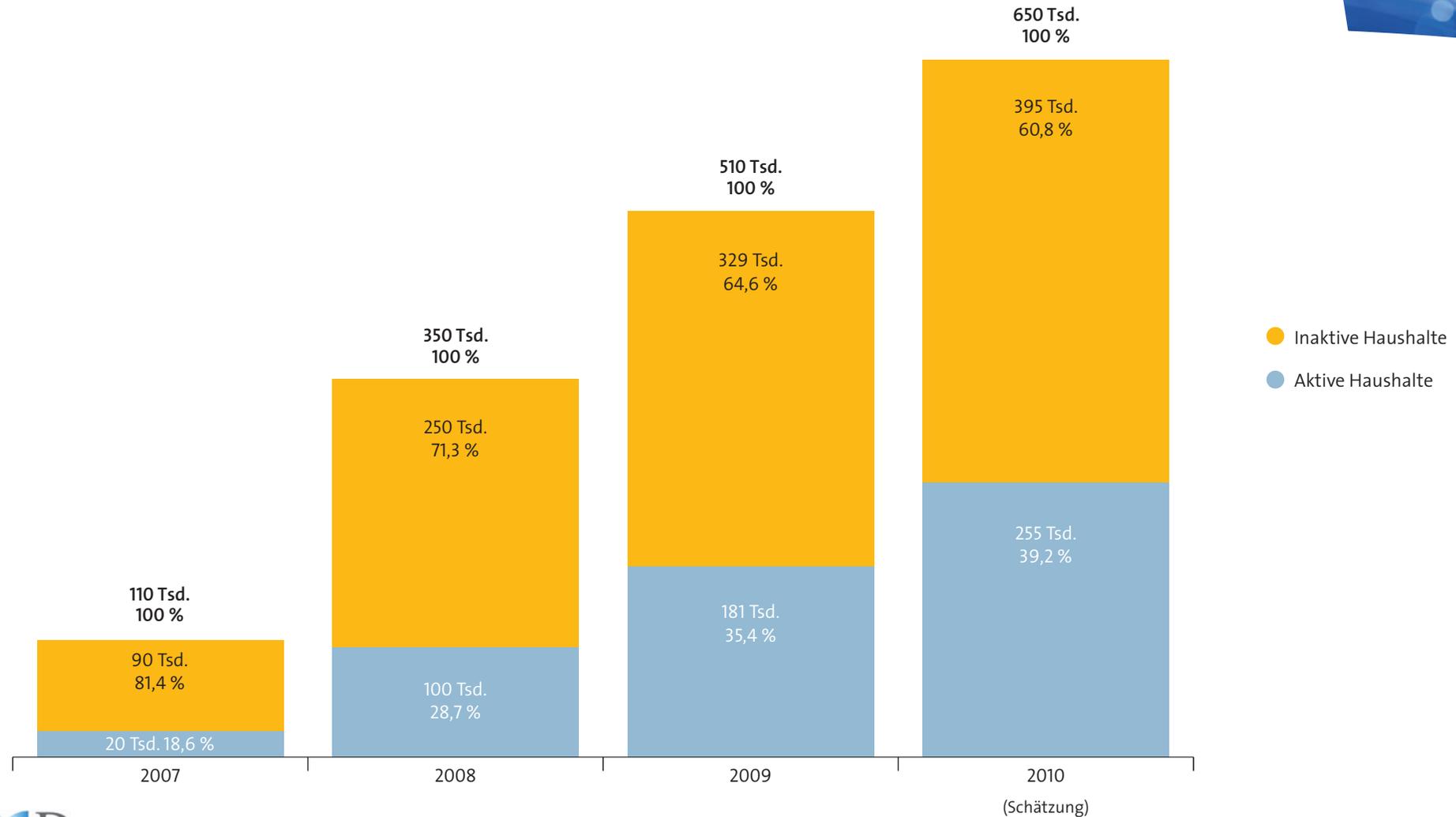


100 % = 23,2 Mio. (2009)

a) Die DSL-Kundenzahlen sind in Summe größer als die DSL-Anschlusszahlen (s. Abb. 10-12), da einige Kunden ihren DSL-Anschluss und ihre DSL-Konnektivität bei unterschiedlichen Anbietern beziehen.

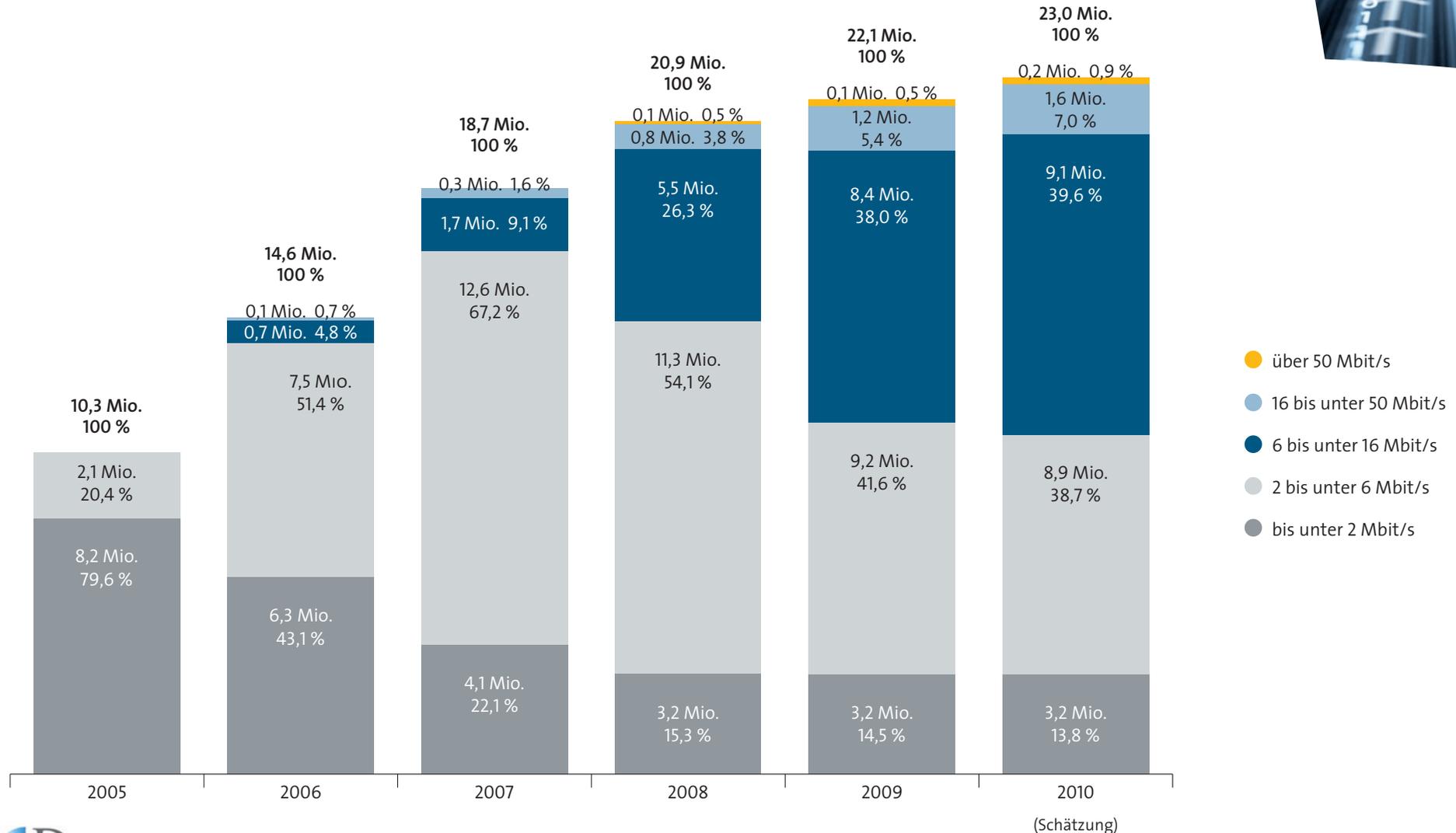
Rund 650.000 Haushalte in Deutschland sind Ende 2010 an Glasfasernetze bis zum Gebäudekeller angeschlossen. Etwa 40 Prozent dieser Haushalte konnten von Carriern als zahlende Kunden auf einen Glasfaseranschluss überführt werden

Abb. 14: Per Glasfaser (Fiber-to-the-building, FTTB) erreichbare und aktive Haushalte



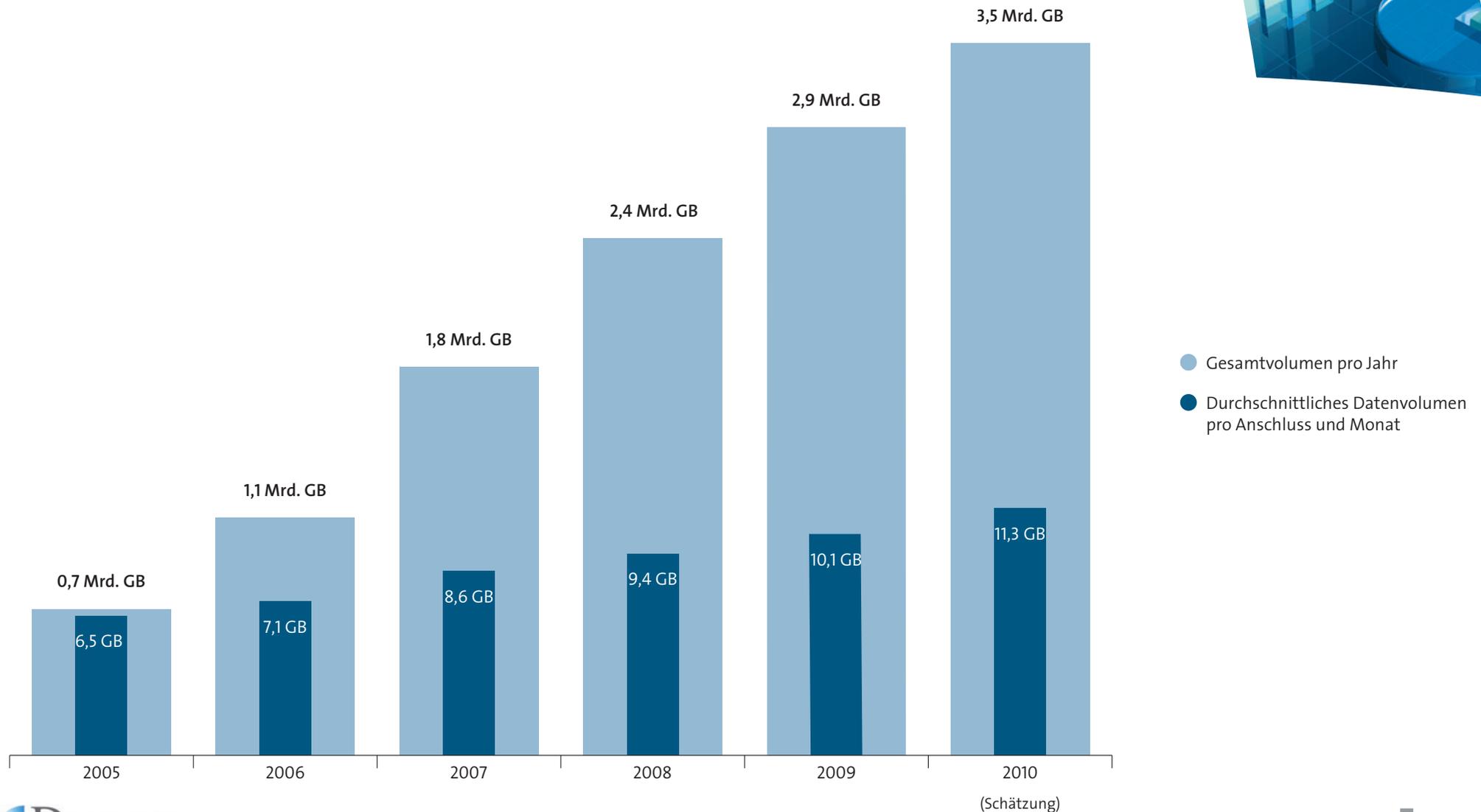
Bei 52 Prozent der DSL-Anschlüsse liegt Ende 2010 die Übertragungsgeschwindigkeit aus dem Netz bei maximal 6 Mbit/s. Der Anteil sehr schneller Anschlüsse mit mindestens 50 Mbit/s bewegt sich noch nicht einmal bei einem Prozent

Abb. 15: Verteilung der DSL-Anschlüsse nach Downstream-Bandbreite



Das pro Breitbandanschluss verbrauchte Datenvolumen nimmt 2010 um mehr als 10 Prozent und damit stärker als im Vorjahr zu

Abb. 16: Volumenentwicklung Breitband-Internet-Verkehr in Deutschland

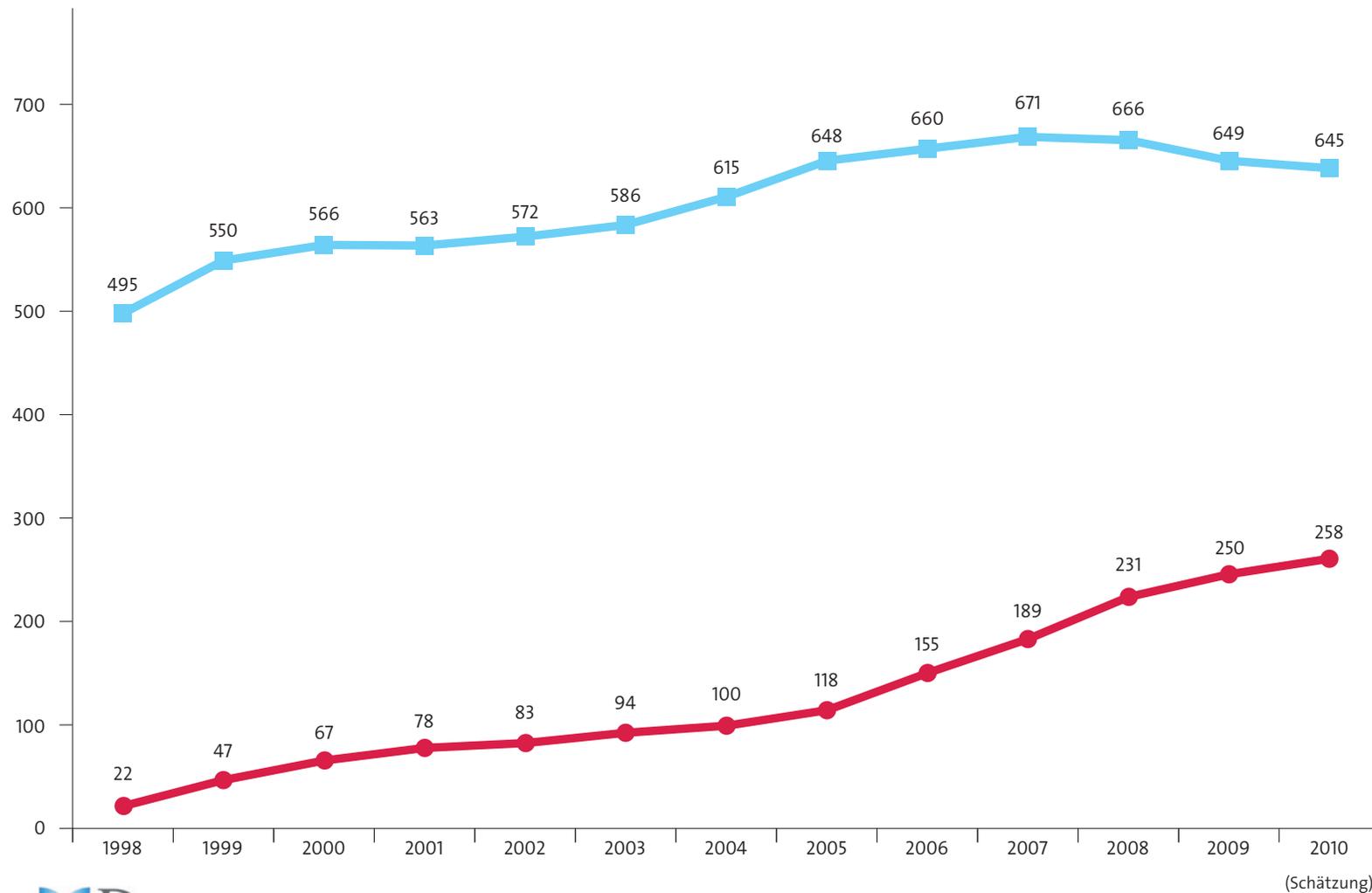


Kapitel III.

Mobilfunkmarkt

Der von Mobilfunkanschlüssen abgehende Sprachverkehr gleicht 2010 den entsprechenden Rückgang bei den Festnetz-Sprachminuten aus

Abb. 17: Von Festnetz- und Mobilfunkanschlüssen abgehende Sprachverbindungsminuten^a in Mio. Min. pro Tag



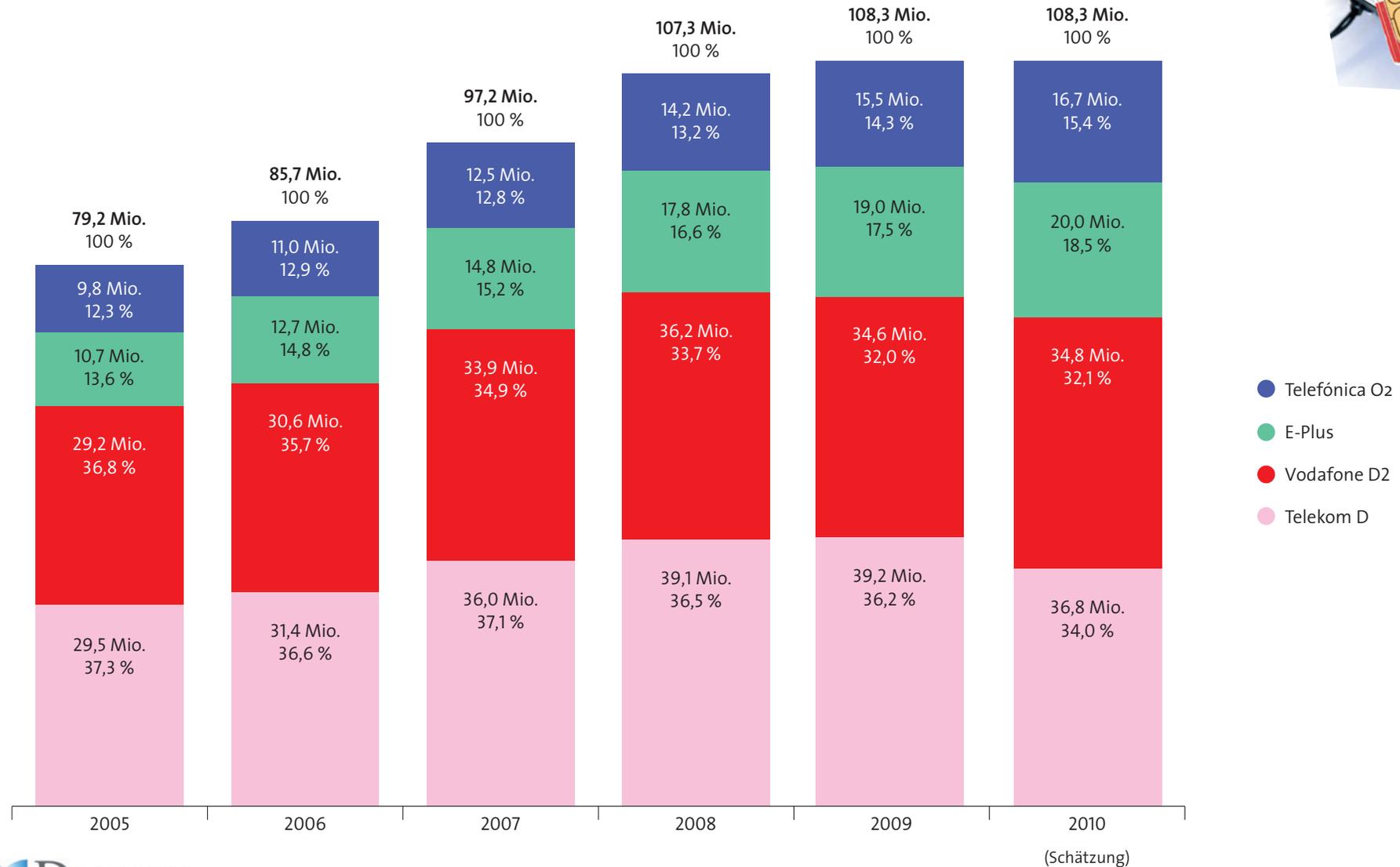
—■— Festnetz
—●— Mobilfunk

a) Inklusive Verbindungsminuten von Voice-over-IP- und TV-Breitband-kabelanschlüssen



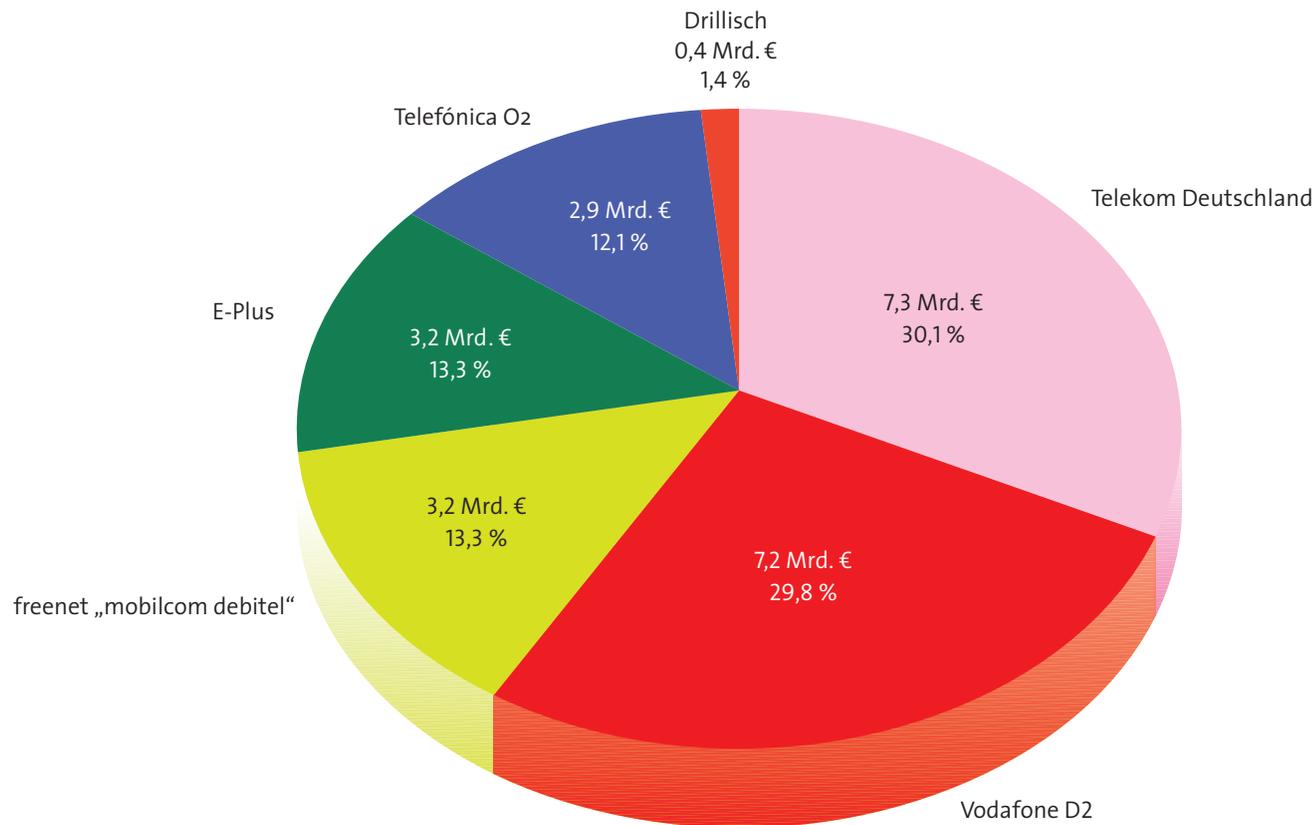
Aufgrund der Ausbuchung inaktiver Prepaid-Kunden stagniert 2010 die Gesamtzahl der aktivierten SIM-Karten im Mobilfunk

Abb. 18: Anzahl der SIM-Karten am Jahresende nach Mobilfunknetzbetreibern



Auf die Telekom und Vodafone entfallen 2010 fast 60 Prozent der Endkundenumsätze im deutschen Mobilfunk

Abb. 19: Mobilfunkumsätze nach Netzbetreibern und Service Providern (Schätzung für 2010)

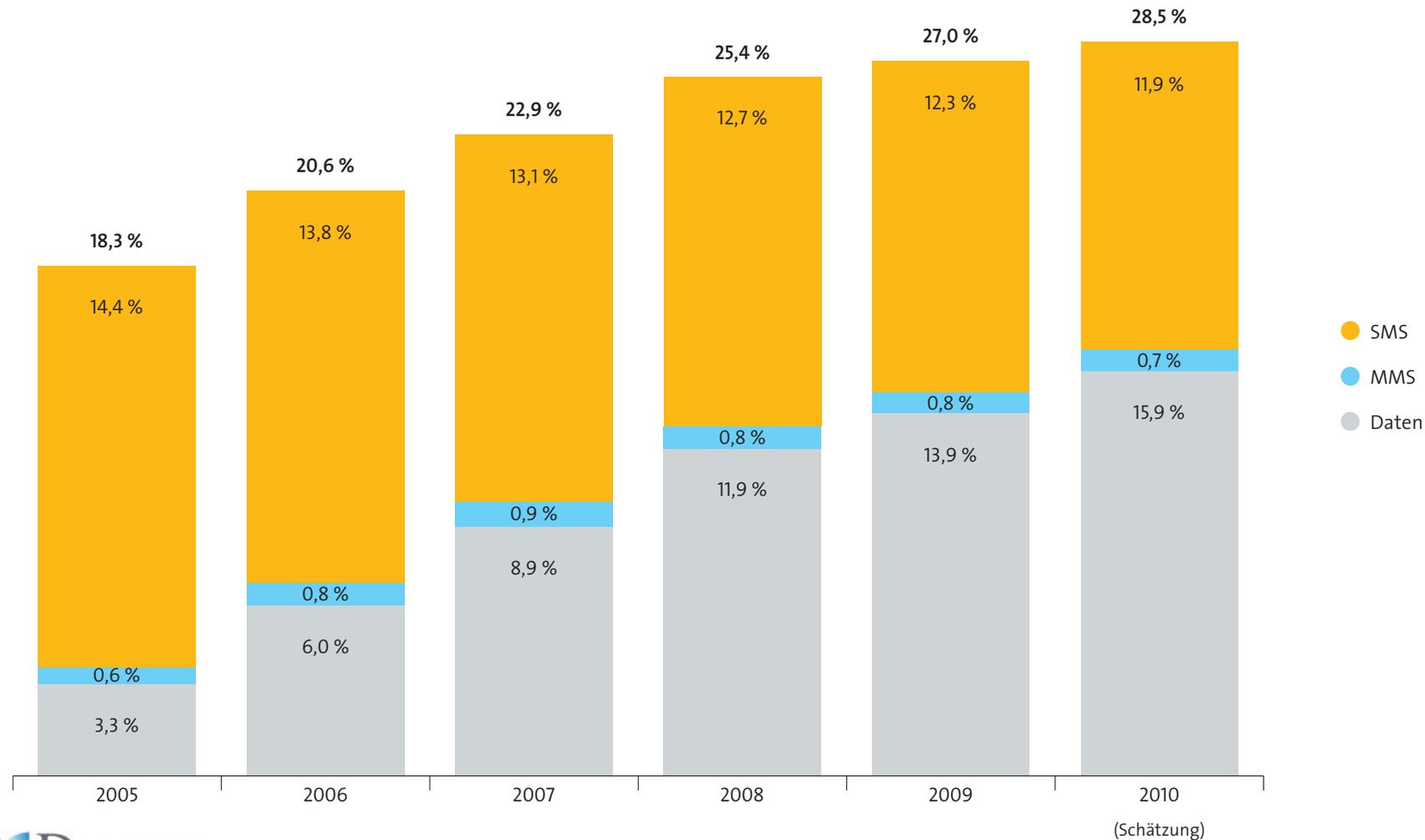


100 % = 24,3 Mrd. €^a

a) Abweichung zur Summe der Tortensegmente durch Rundungseffekte

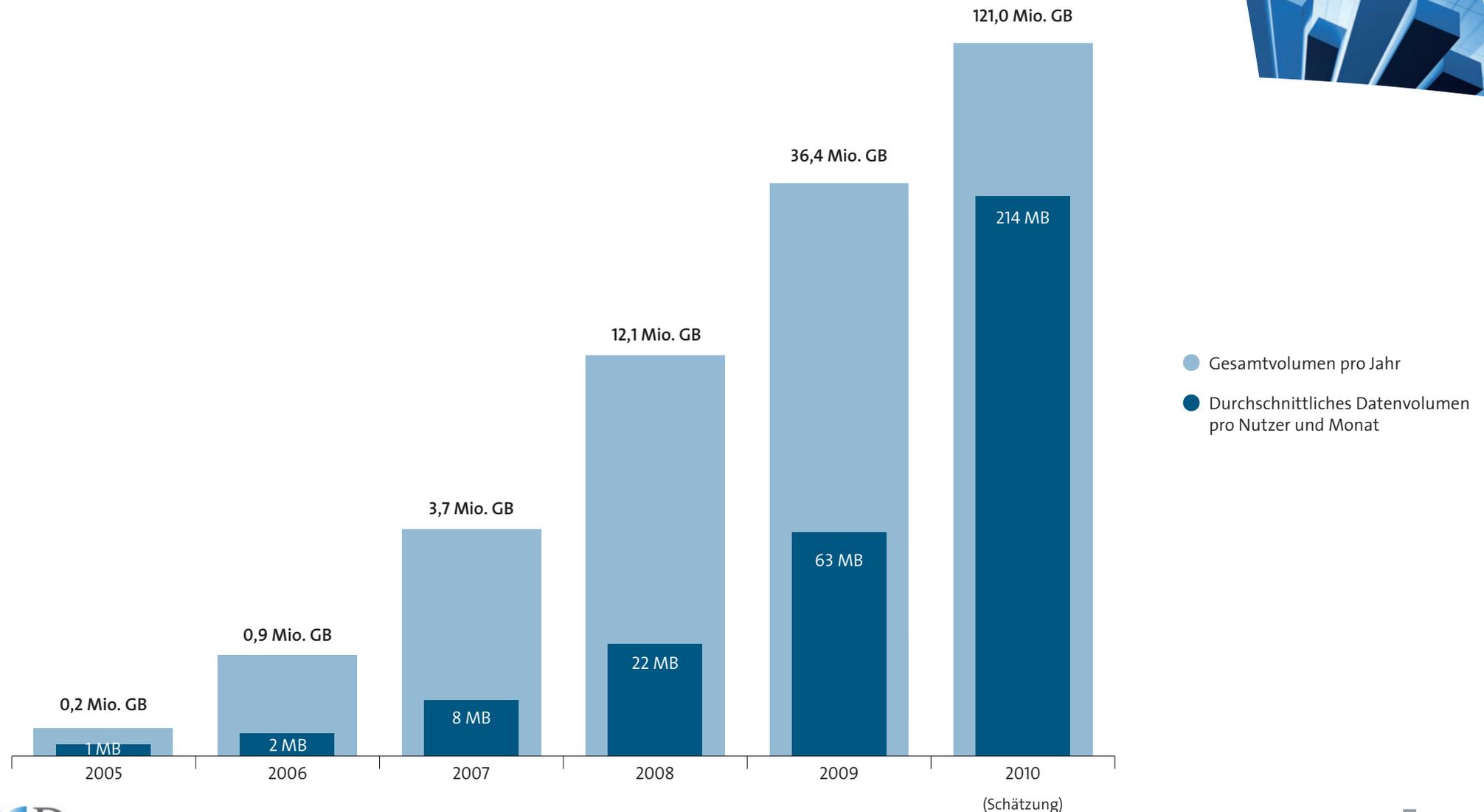
Die zunehmende Ausbreitung von mobilen Internetzugängen spiegelt sich in einem Anstieg der Datendiensteumsätze im Mobilfunk wider. Mehr als die Hälfte des Non-Voice-Umsatzes (56 Prozent) entfällt auf den Datenverkehr

Abb. 20: Anteil der Non-Voice-Umsätze an den Mobilfunkdienstumsätzen in Deutschland



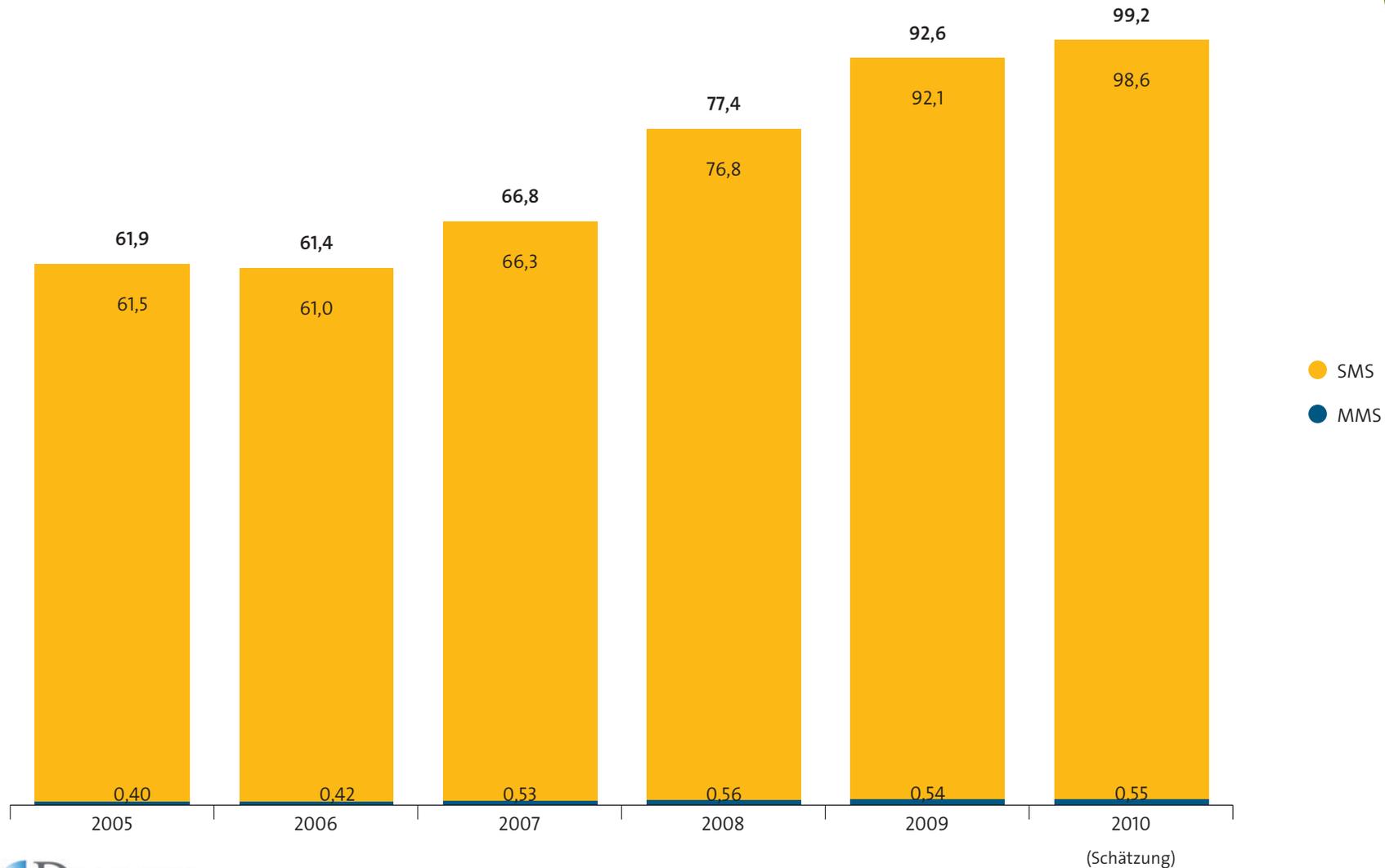
Das in Mobilfunknetzen erzeugte Datenübertragungsvolumen ist von 2005 bis 2010 sehr stark gestiegen. Trotzdem liegt die pro Nutzer übertragene Menge unter zwei Prozent des vergleichbaren Wertes im Bereich Festnetz-Internet

Abb. 21: Volumenentwicklung Datenverkehr aus Mobilfunknetzen in Deutschland



2010 gehen in Deutschland pro Tag fast 100 Millionen SMS aus Mobilfunknetzen ab. Demgegenüber stagniert die Marktrelevanz von MMS auf sehr niedrigem Niveau

Abb. 22: SMS- und MMS-Nutzung in deutschen Mobilfunknetzen in Mio. Nachrichten pro Tag

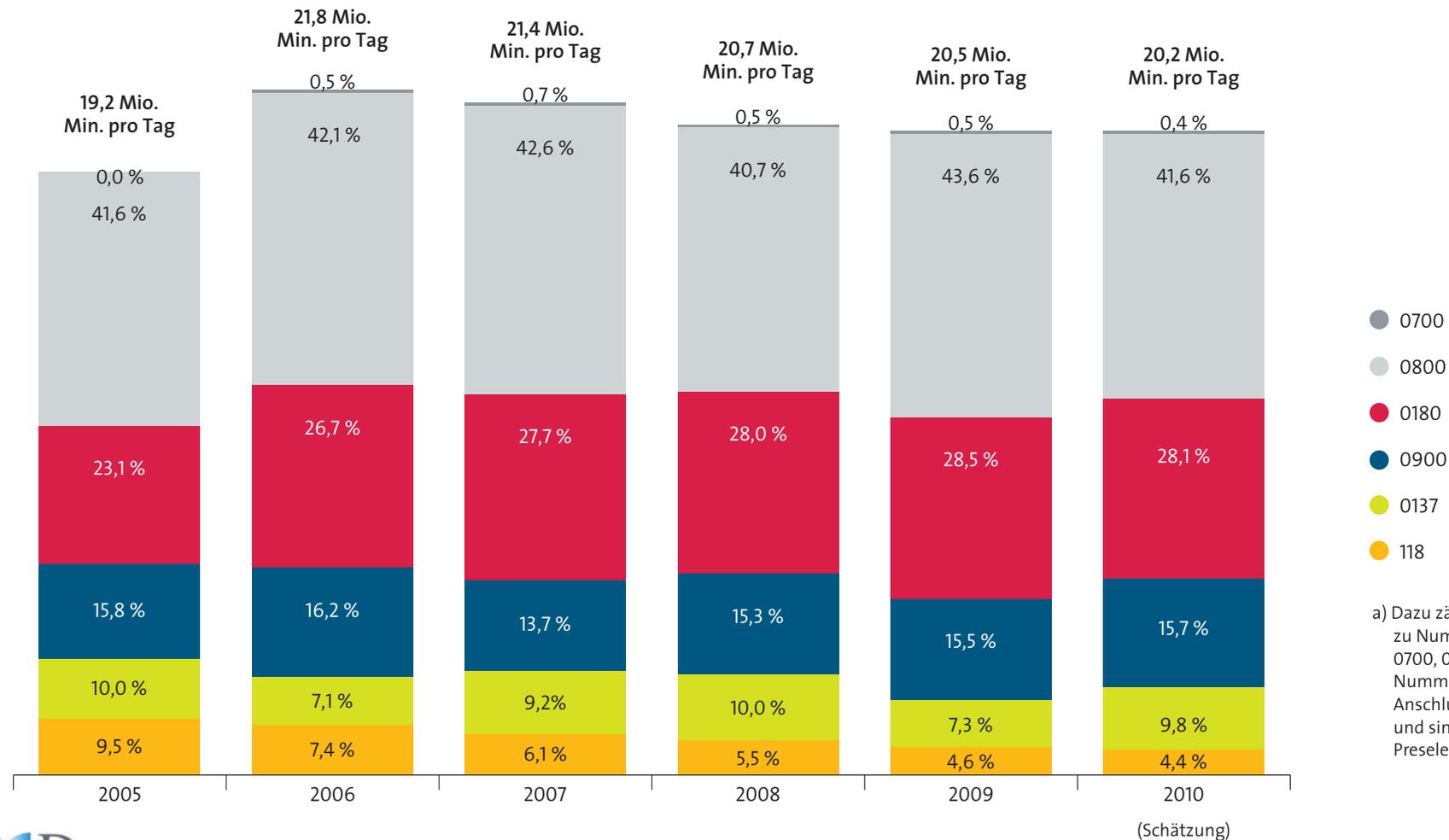


Kapitel IV.

Markt für Mehrwertdienste

Die Nachfrage von Mehrwertdiensten, die von Telekom-Wettbewerbern angeboten werden, liegt 2010 auf einem ähnlichen Niveau wie im Vorjahr. Lediglich das 0137-Televoting-Verkehrsvolumen steigt erkennbar

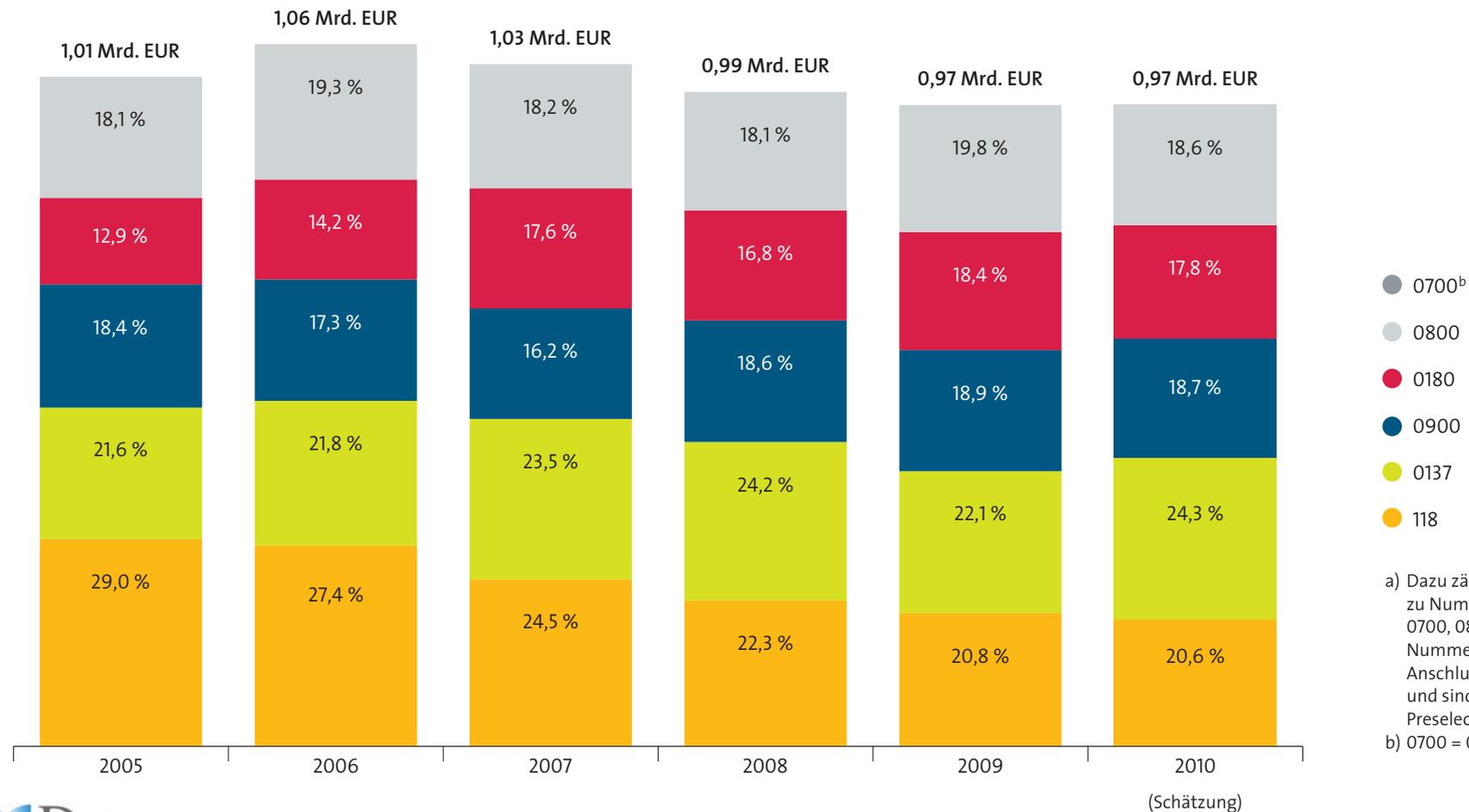
Abb. 23: Wettbewerber-Minuten mit IN^a- und Auskunftsnummern nach Nummerntyp (Verbindungen zu diesen Nummern)



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

Der Wettbewerber-Umsatz mit IN- und Auskunftsdiensten liegt 2010 insgesamt auf Vorjahresniveau. Angesichts des nicht gestiegenen Verkehrsvolumens bei diesen Diensten bleiben die Endkundenpreise im Durchschnitt stabil

Abb. 24: Wettbewerberumsatz mit IN^a- und Auskunftsnummern nach Nummerntyp



- a) Dazu zählen Verbindungen zu Nummern, die mit 0137, 0180, 0190, 0700, 0800 oder 0900 beginnen. Diese Nummern werden immer über den Anschlussnetzbetreiber abgerechnet und sind nicht mittels Call-by-Call oder Preselection nutzbar.
- b) 0700 = 0 Prozent