Dialog Consult / VATM

13. gemeinsame TK-Marktanalyse 2011

Ergebnisse einer Befragung der Mitgliedsunternehmen im Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e. V. im dritten Quartal 2011

DIALOG CONSULT GMBH

vatm
Wettbewerb verbindet

Inhalt

Kapitel I.
Gesamtmarkt für Telekommunikations-dienste in Deutschland

Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland (Schätzung 2011) 4

Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland (1998-2011) 5

Anteil der Vorleistungsentgelte eines Vollanschluss-Wettbewerbsunternehmens pro Euro Umsatz (Schätzung 2011)..... 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

Dienstenutzung bei Telekommunikations- und TV-Breitbandkabel-Netzbetreibern 11

Entwicklung der Anzahl der Komplettanschlüsse in Telekommunikationsfestnetzen 12

Direkt geschaltete Breitband-Anschlüsse in Deutschland 13

Breitband-Kunden nach Unternehmen Ende 2010 14

Per Glasfaser (Fiber-to-the-Building/Home, FttB/H) erreichbare und aktive Haushalte 15

Verteilung der Breitband-Anschlüsse nach Downstream-Bandbreite .. 16

Volumenentwicklung Breitband-Internet-Verkehr in Deutschland 17

Kapitel III.
Mobilfunkmarkt

Von Festnetz- und Mobilfunkanschlüssen abgehende Sprachverbindungsminuten 19

Anzahl der SIM-Karten am Jahresende nach Mobilfunknetzbetreibern 20

Mobilfunkumsätze nach Netzbetreibern und Service-Providern (Schätzung 2011) 21

Anteil der Non-Voice-Umsätze an den Mobilfunkdiensteumsätzen in Deutschland 22

Volumenentwicklung Datenverkehr aus Mobilfunknetzen in Deutschland 23

SMS- und MMS-Nutzung in deutschen Mobilfunknetzen 24

Kapitel IV.
Markt für Mehrwertdienste

Wettbewerber-Minuten mit IN- und Auskunftsnummern nach Nummerntyp im Jahr 2011..... 26

Umsatz mit IN- und Auskunftsnummern im Jahr 2011 27

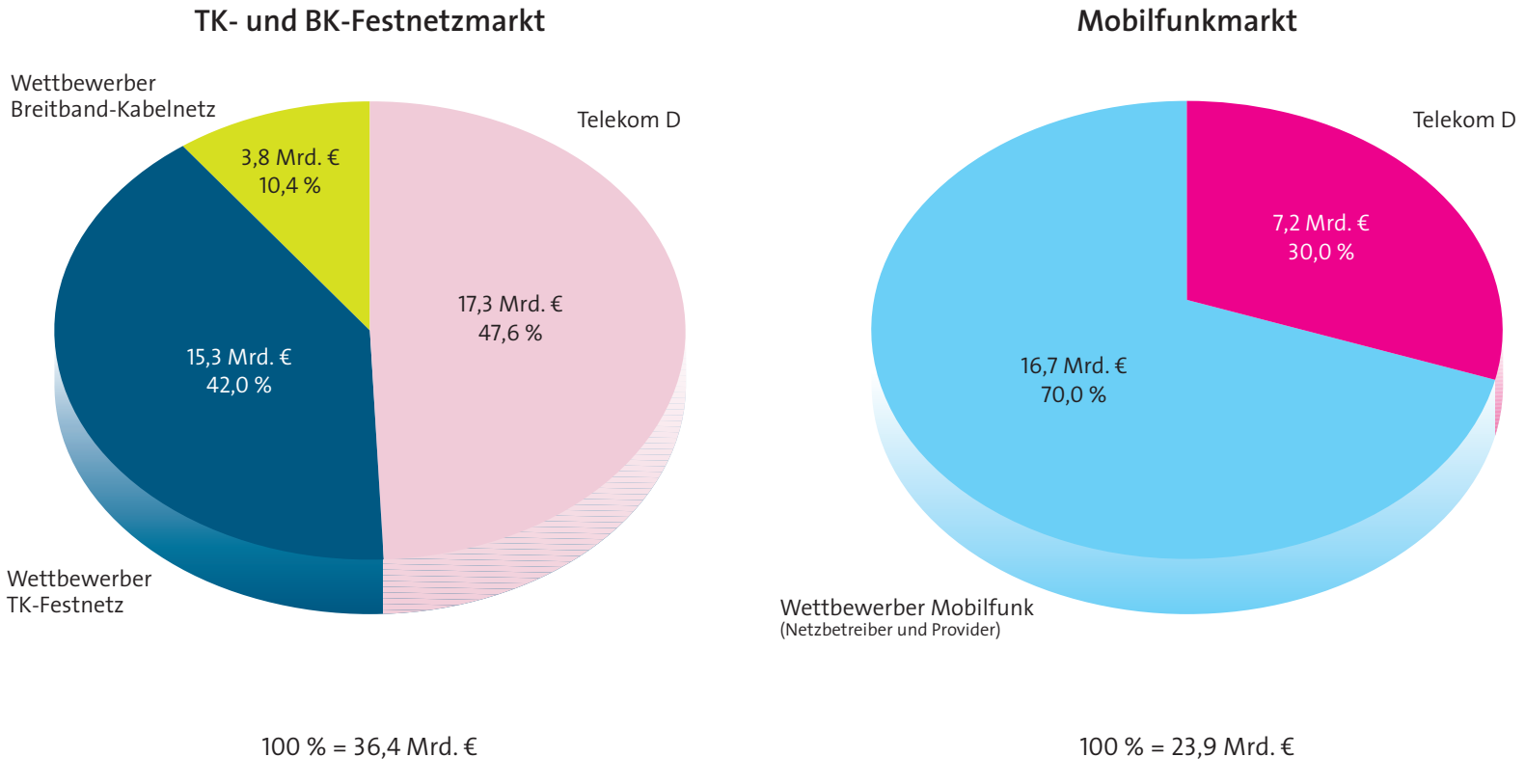
Premium-Messaging-Dienste in deutschen Mobilfunknetzen 28

Kapitel I.

Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland

Die Deutsche Telekom erzielt 2011 im Festnetzgeschäft, also 14 Jahre nach der Marktöffnung, noch nahezu den Umsatz, den sämtliche Wettbewerber zusammen erreichen

Abb. 1: Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland[a]
(Schätzung für 2011, Außenumsätze inkl. TV-Signaltransport)

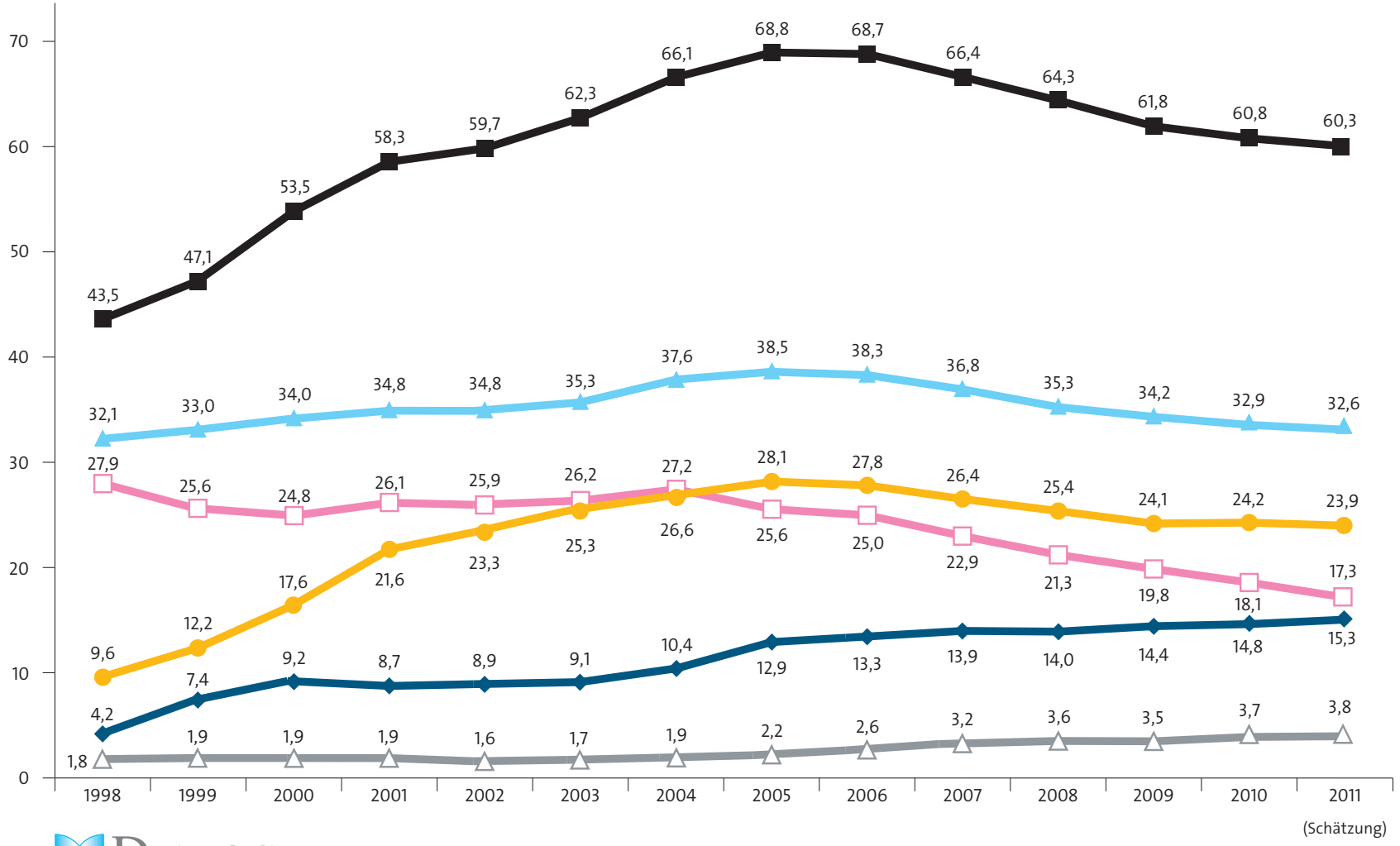


a) Inkl. Sprach- und Internetdienste, Datendienste, Interconnection, Mietleitungen, Endgeräte und Verteilung von TV-Inhalten.

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

Die Umsätze mit Telekommunikationsdiensten in Deutschland gehen 2011 weniger stark zurück als im Vorjahr

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

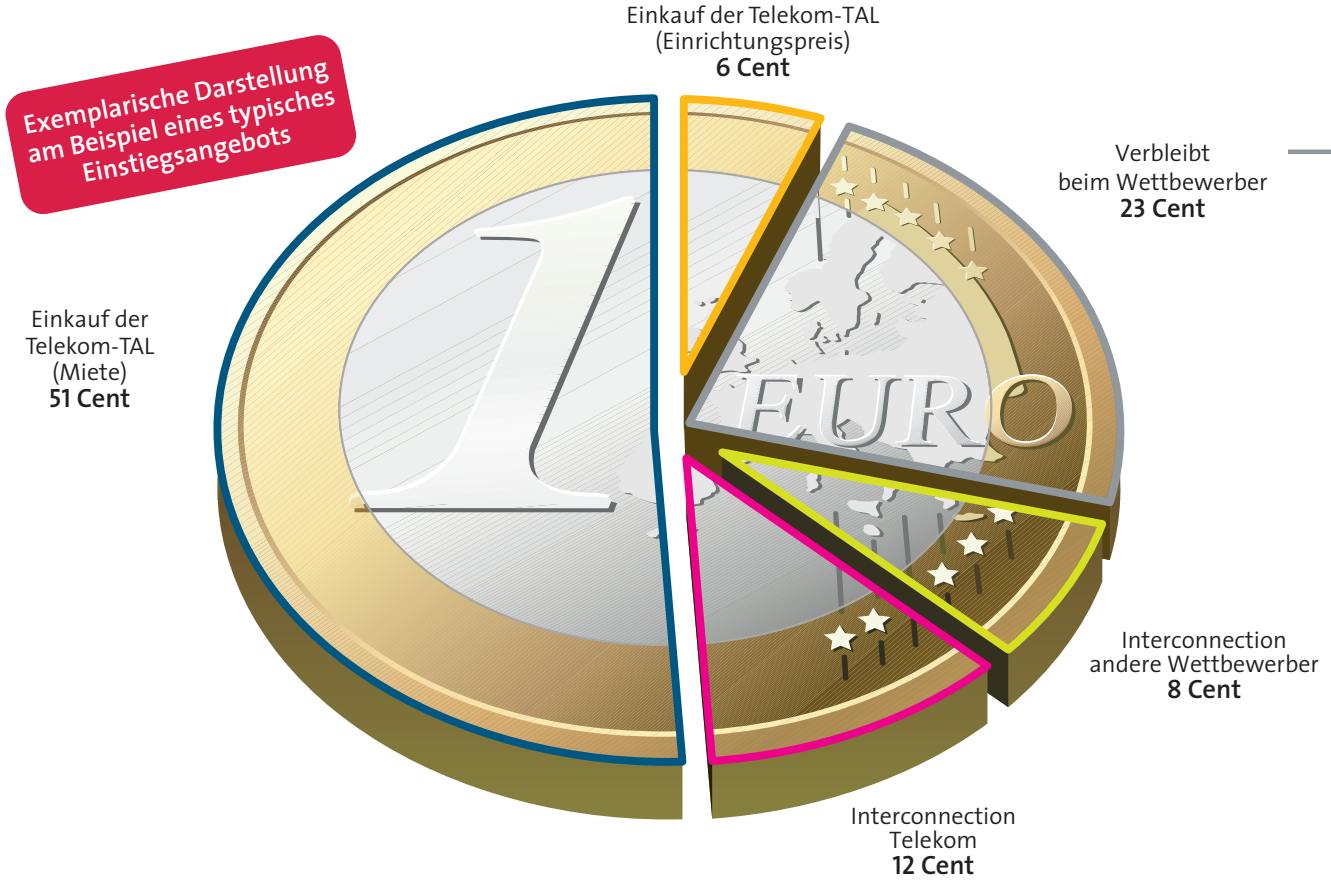


a) Inkl. Sprach- und Internetdienste, Datendienste, Interconnection, Mietleitungen, Endgeräte und TV-Signaltransport.

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

Da Wettbewerbsunternehmen überwiegend auf die Anschlussnetze der Telekom zurückgreifen müssen und sich deshalb technisch schwer differenzieren können, profilieren sie sich zumeist über den Preis – Bei entsprechenden Einstiegsangeboten fließen pro Euro Umsatz 69 Cent wieder an die Telekom zurück

Abb. 3: Anteil der Vorleistungsentgelte eines Vollanschluss-Wettbewerbsunternehmens pro Euro Umsatz[a]
(Schätzung für 2011)



Zur Finanzierung ...

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

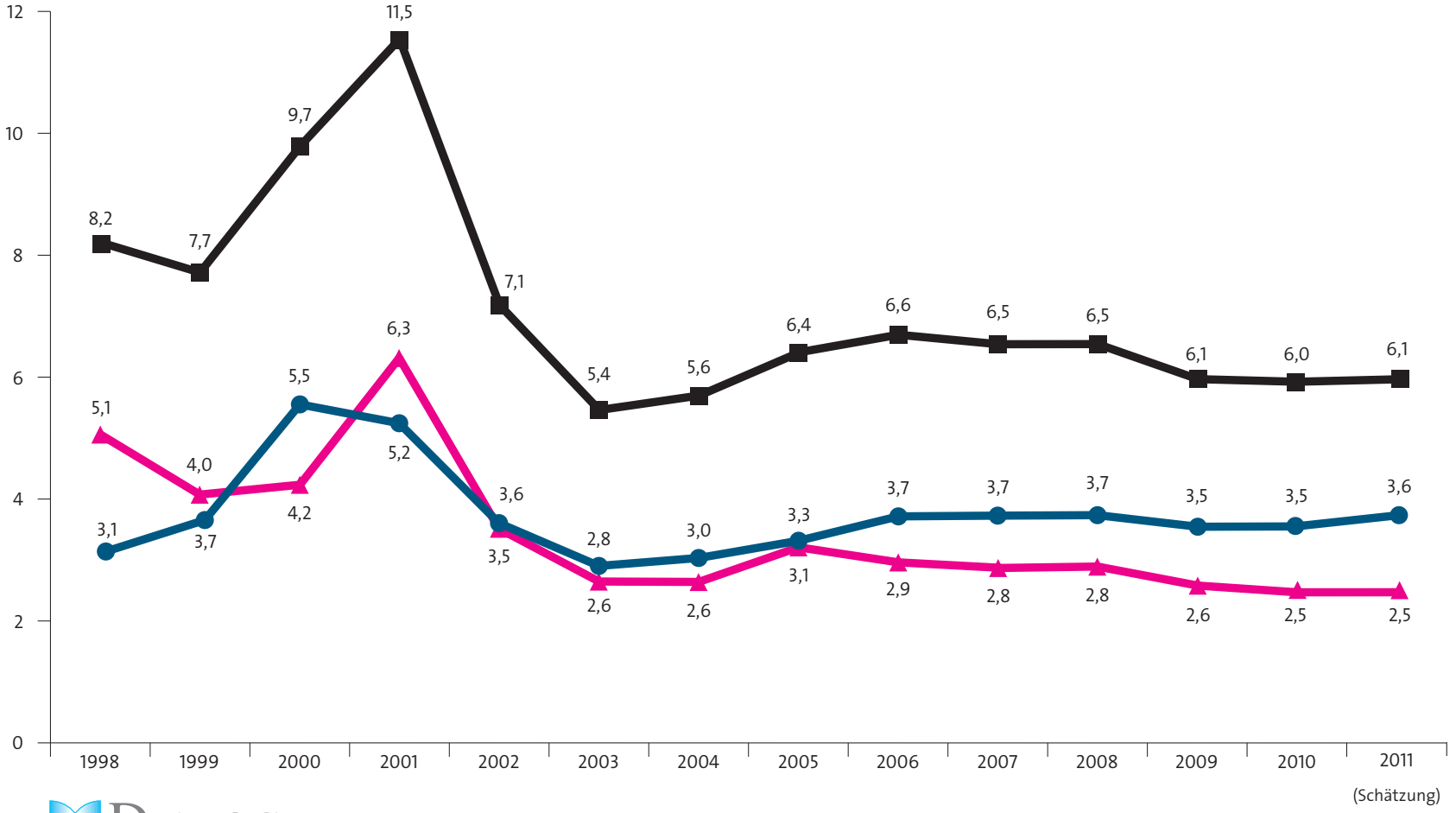
TAL = Teilnehmeranschlussleitung

a) Annahme: Komplettanschluss mit Festnetz-Flatrate und DSL-Anschluss mit max. 6 Mbit/s zum Preis von 19,99 EUR inkl. MwSt.; 600/20 Verbindungsminuten in deutsche Festnetze/Mobilfunknetze, Interconnection-Entgelte von durchschnittl. 0,5/5 EUR-Cent/Min.; Diese Darstellung entspricht nicht der durchschnittlichen Marktverteilung.

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

Der Anteil der Wettbewerbsunternehmen an den TK-Sachanlageinvestitionen in Deutschland nimmt 2011 auf fast 60 Prozent zu

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

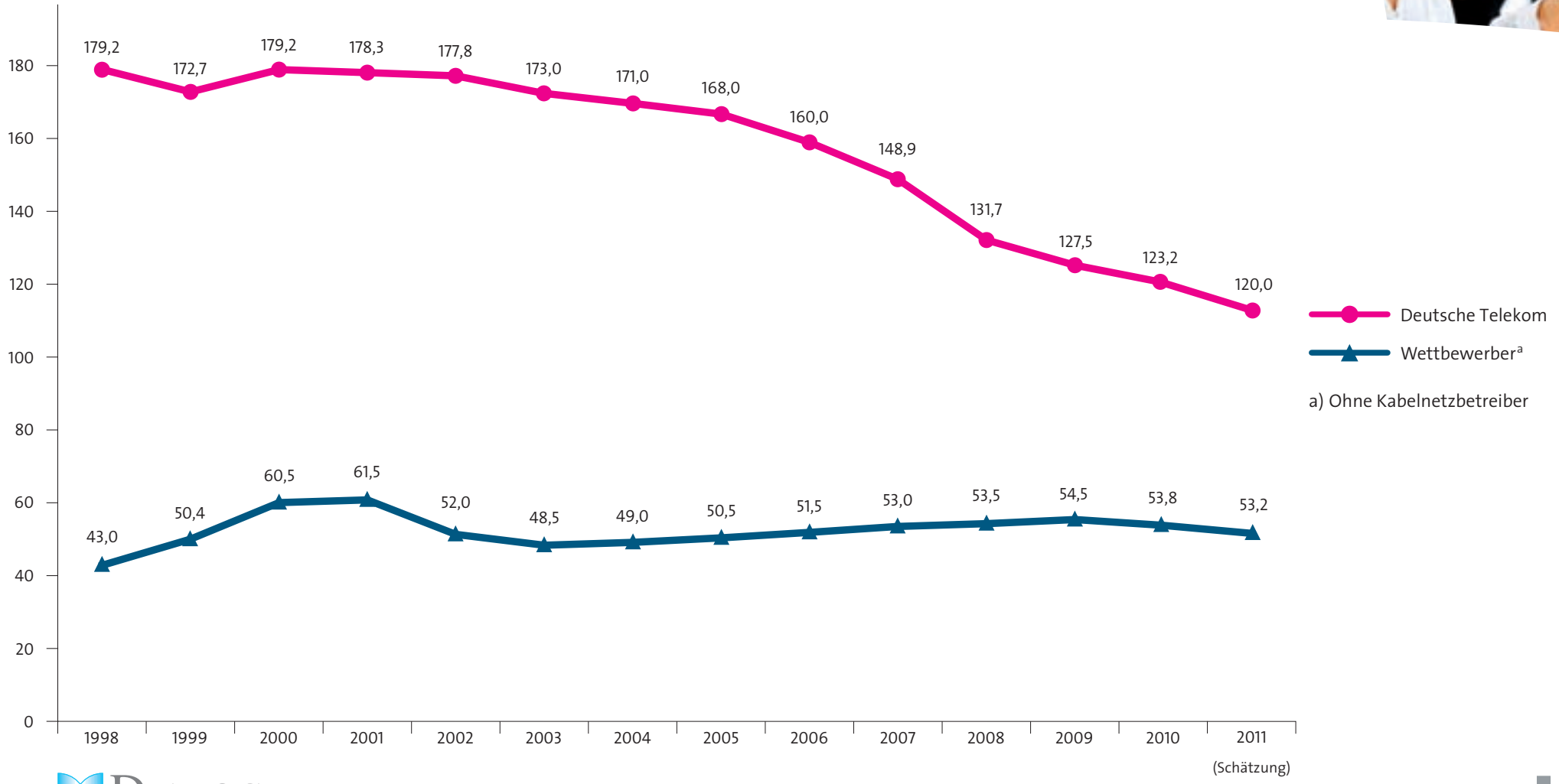


a) Inkl. Investitionen in TV-Breitbandkabelnetze zum Angebot von TK-Diensten

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

Die Zahl der Beschäftigten bei alternativen Carriern und Diensteanbietern geht leicht zurück – Der Personalabbau bei Telekom Deutschland geht leicht abgeschwächt weiter

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



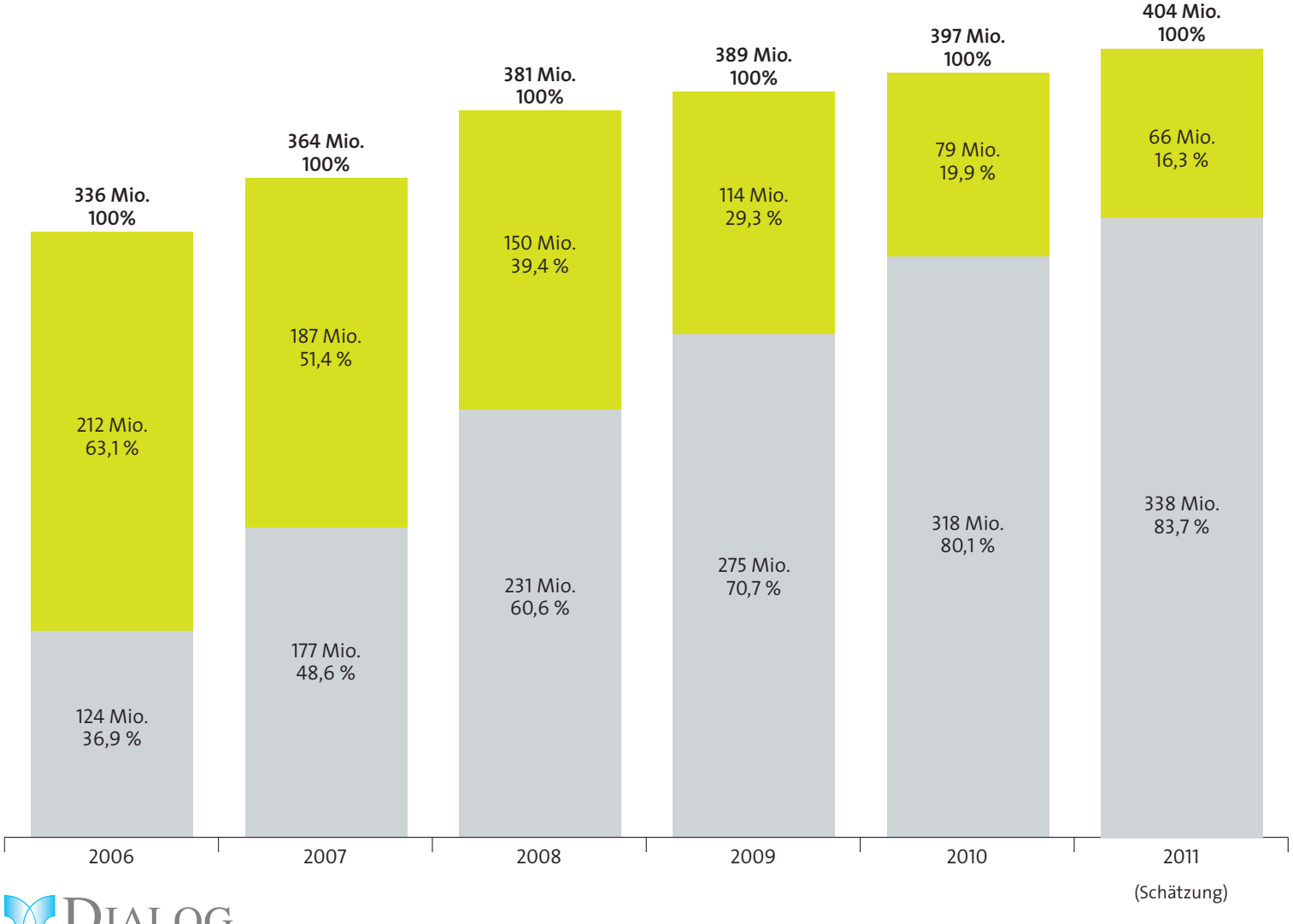
Quelle: DIALOG CONSULT-/VATM-Analysen und -Prognosen

Kapitel II.

Festnetzmarkt

Fast jede fünfte Festnetzminute bei den Wettbewerbern wird 2011 über eine Call-by-Call- oder Preselection-Verbindung telefoniert

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



VNB-Vorwahl (Call-by-Call, Preselection)

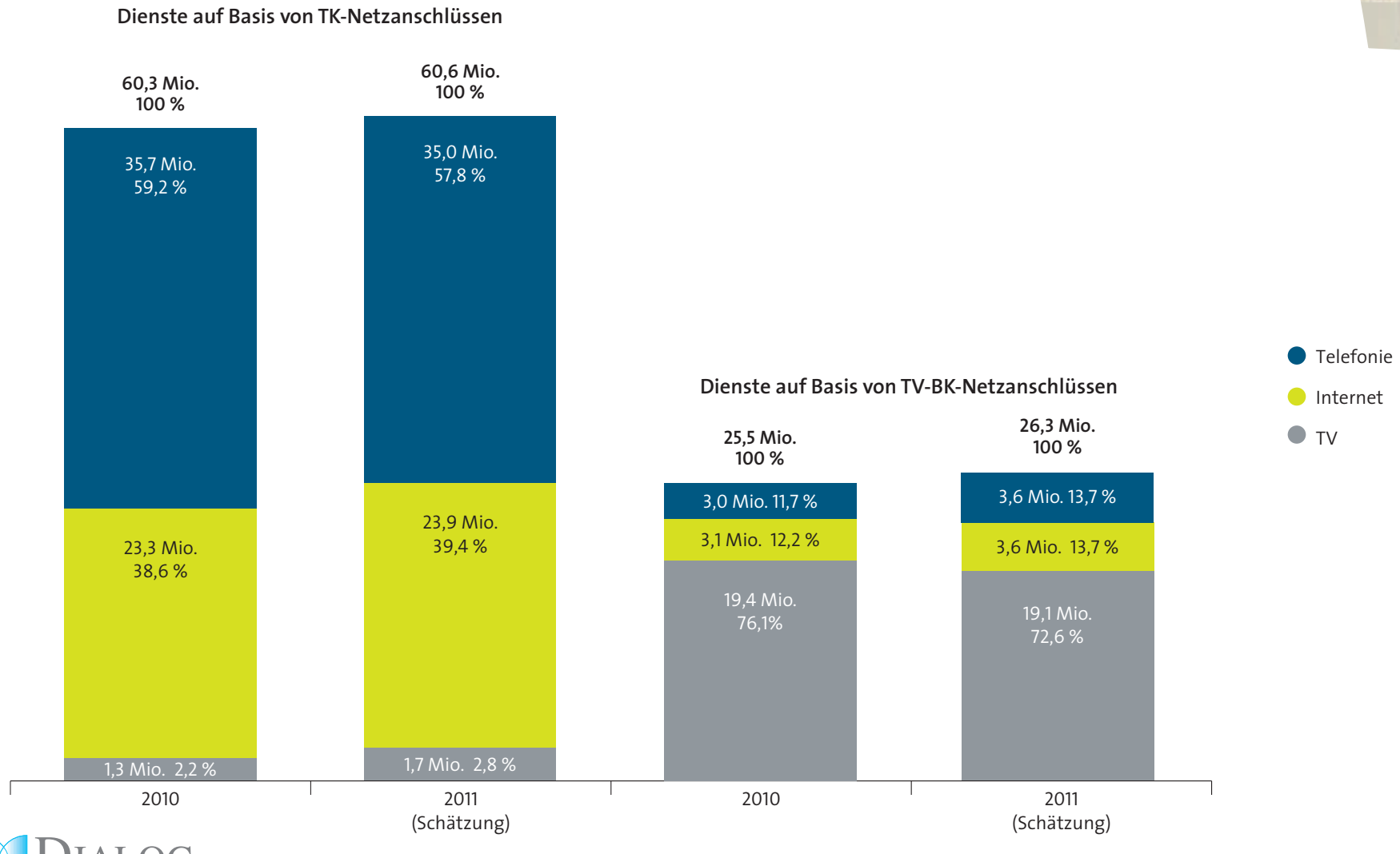
Komplettanschluss[a]

a) Inklusive Verbindungsminuten von Voice-over-IP- und TV-Breitbandkabel-anschlüssen

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

Kabelnetzbetreiber legen bei Telefon- und Internetanschlüssen in absoluten Zahlen stärker zu als TK-Netzbetreiber bei TV-Angeboten (IPTV-Abonnements)

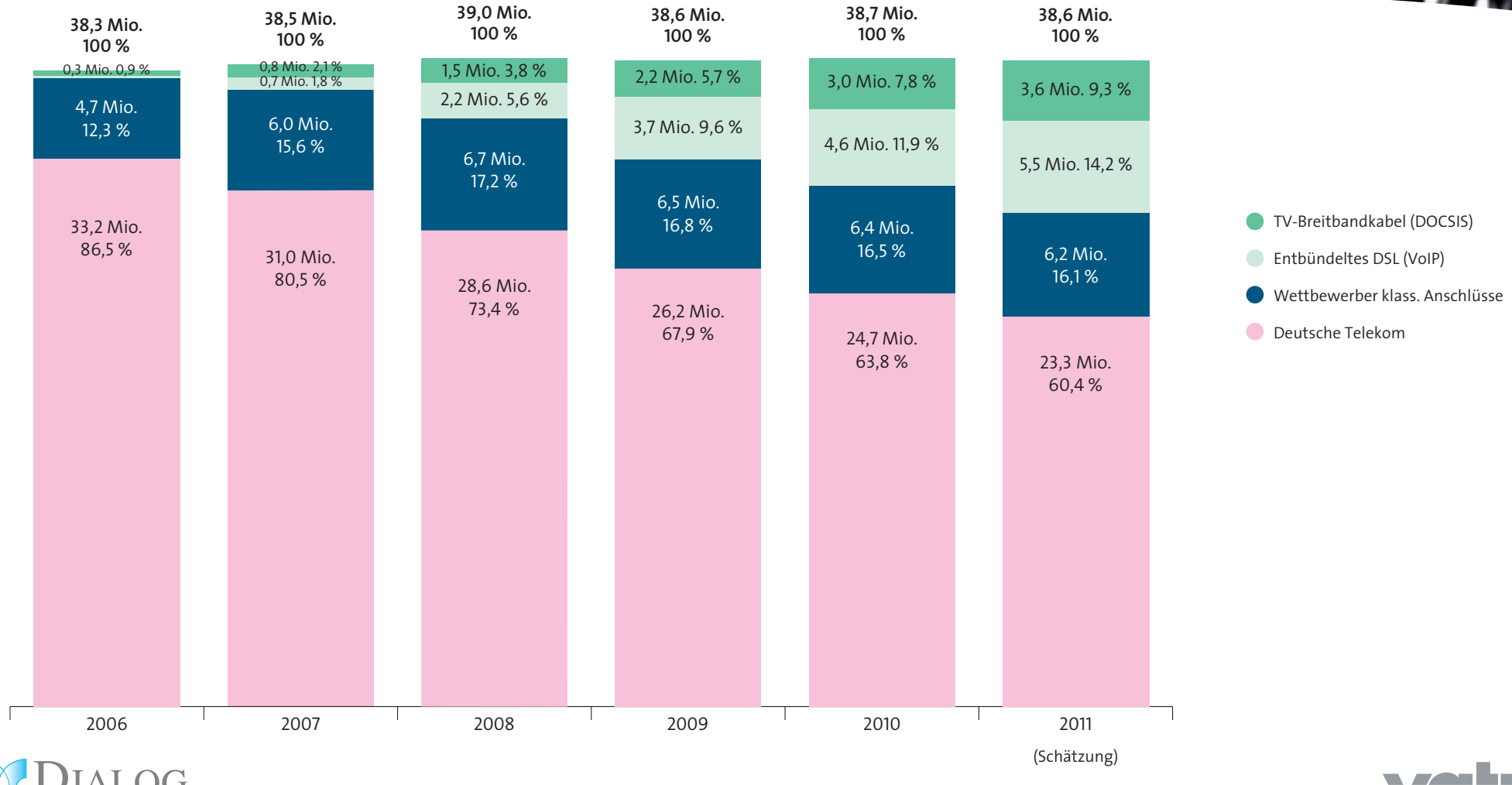
Abb. 7: Dienstenutzung bei Telekommunikations- und TV-Breitbandkabel-Netzbetreibern
(Schätzung der Nutzerzahlen Ende 2011)



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

Die Telekom dominiert 14 Jahre nach der Marktöffnung noch klar das Geschäft mit herkömmlichen stationären Telefonanschlüssen

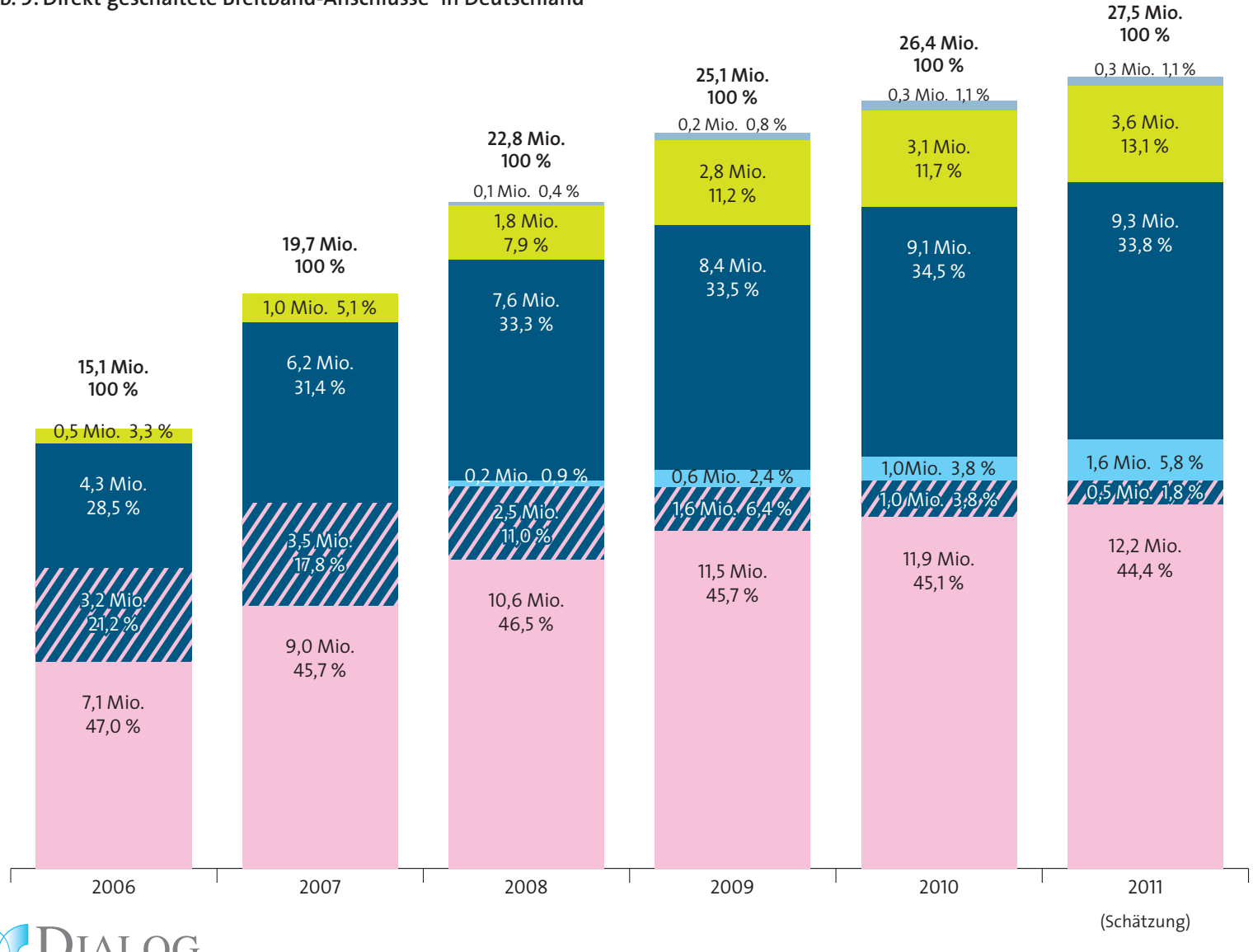
Abb. 8: Entwicklung der Anzahl der Komplettanschlüsse in Telekommunikationsfestnetzen



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

2011 nimmt die Zahl der Festnetz-Breitbandanschlüsse um zirka 1,1 Millionen auf gut 27,5 Millionen zu – Dennoch nutzen noch über 30 Prozent aller Haushalte in Deutschland keinen stationären Breitbandzugang zum Internet

Abb. 9: Direkt geschaltete Breitband-Anschlüsse[a] in Deutschland

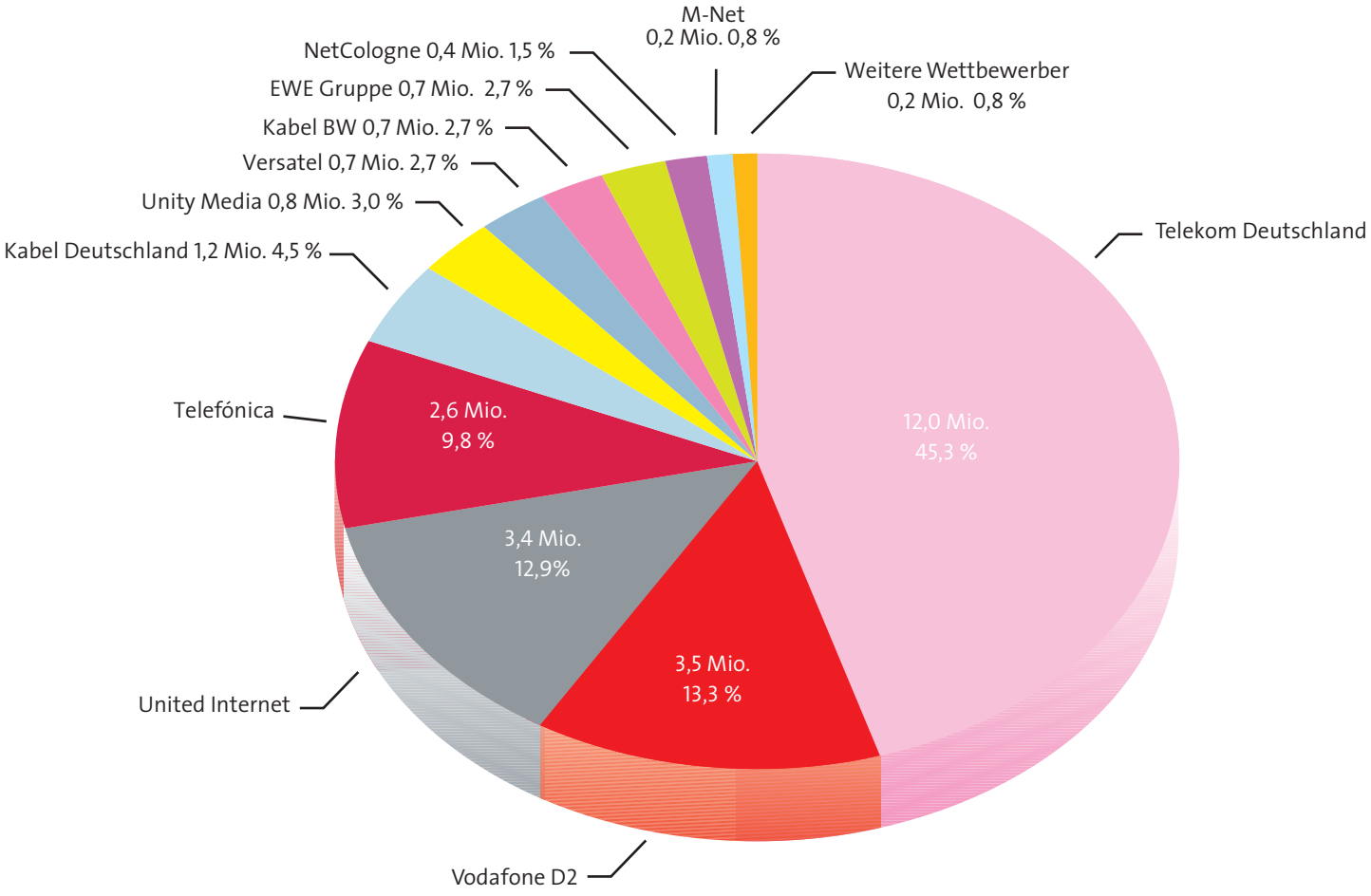


a) Andere Breitbandzugangsarten wie Powerline oder Satellit erreichen in dieser Darstellung keine signifikanten Anteile.
b) Alternative Anschlussnetzbetreiber (ANB), die eigene Anschlussnetze (meist auf Basis von Telekom-Teilnehmeranschlussleitungen) betreiben.
c) Von der Telekom Deutschland betriebene DSL-Anschlüsse, die von alternativen Anbietern vermarktet und betreut werden.

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

Immer noch fast die Hälfte (45,3 Prozent) der Endkundenbeziehungen im Breitbandanschlussmarkt lag Ende 2010 in der Hand der Telekom

Abb. 10: Breitband-Kunden nach Unternehmen Ende 2010
(Stand 31.12.2010)

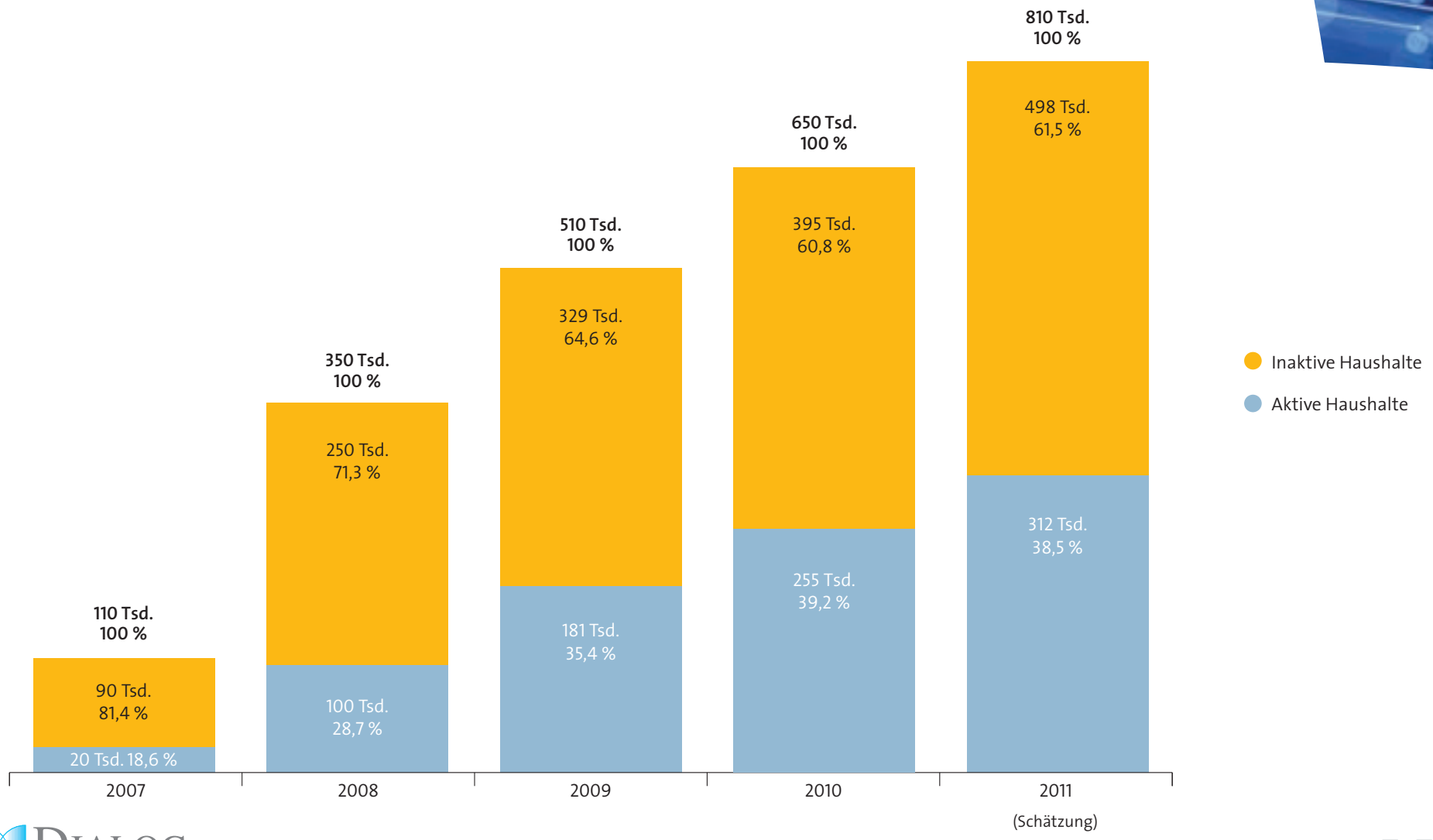


100 % = 26,4 Mio. (2010)

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

Rund 810.000 Haushalte sind in Deutschland Ende 2011 an Glasfasernetze mindestens bis zum Gebäudekeller angeschlossen – Etwa 39 Prozent dieser Haushalte konnten von Carriern als zahlende Kunden auf einen Glasfaseranschluss überführt werden

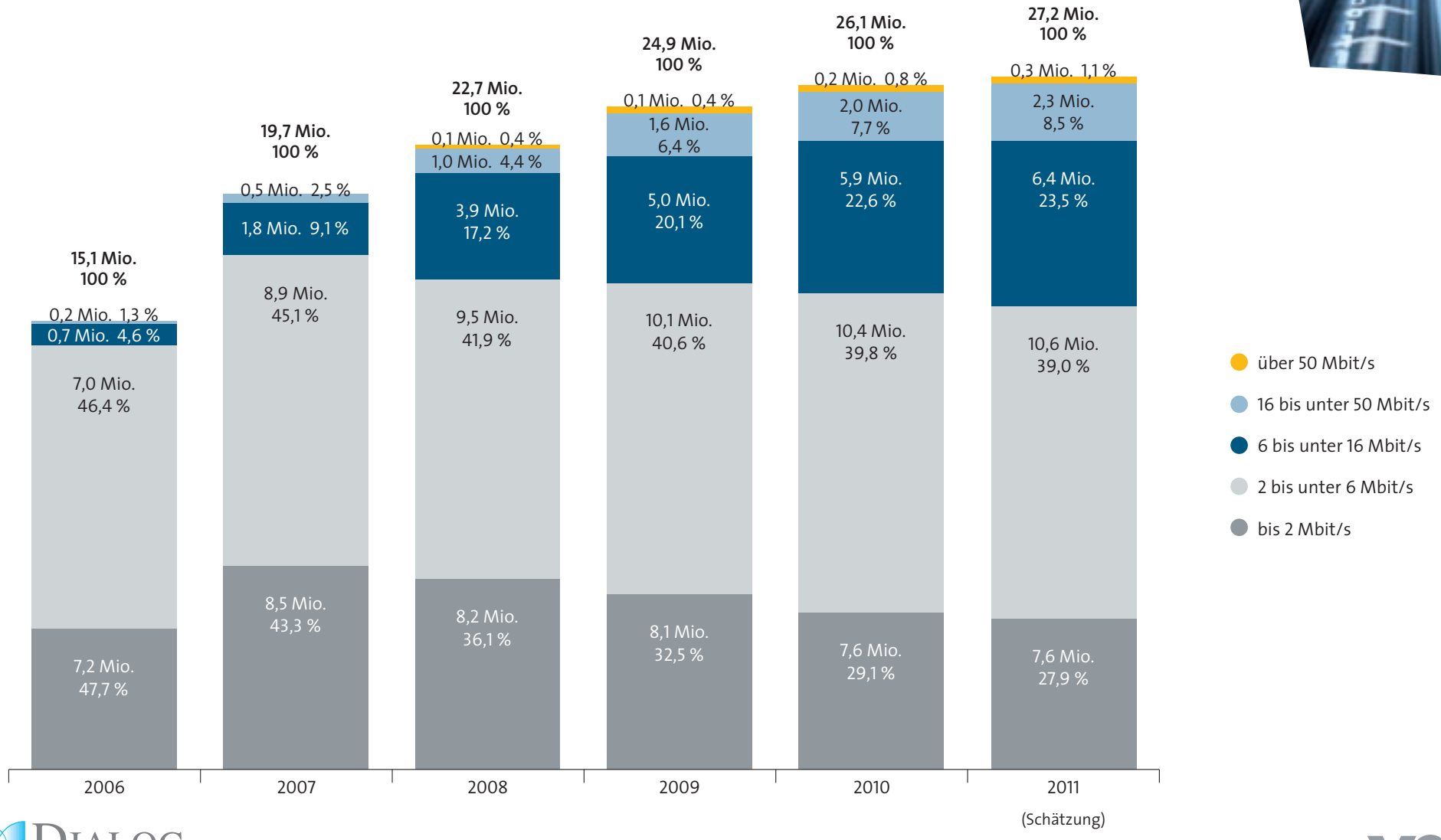
Abb. 11: Per Glasfaser (Fiber-to-the-building, FttB/H) erreichbare und aktive Haushalte



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

Mehr als 60 Prozent der Breitband-Nachfrage entfällt Ende 2011 auf Anschlüsse mit einer Empfangsgeschwindigkeit von maximal weniger als 6 Mbit/s – Der Anteil sehr schneller Anschlüsse mit über 50 Mbit/s liegt erst bei 1,1 Prozent

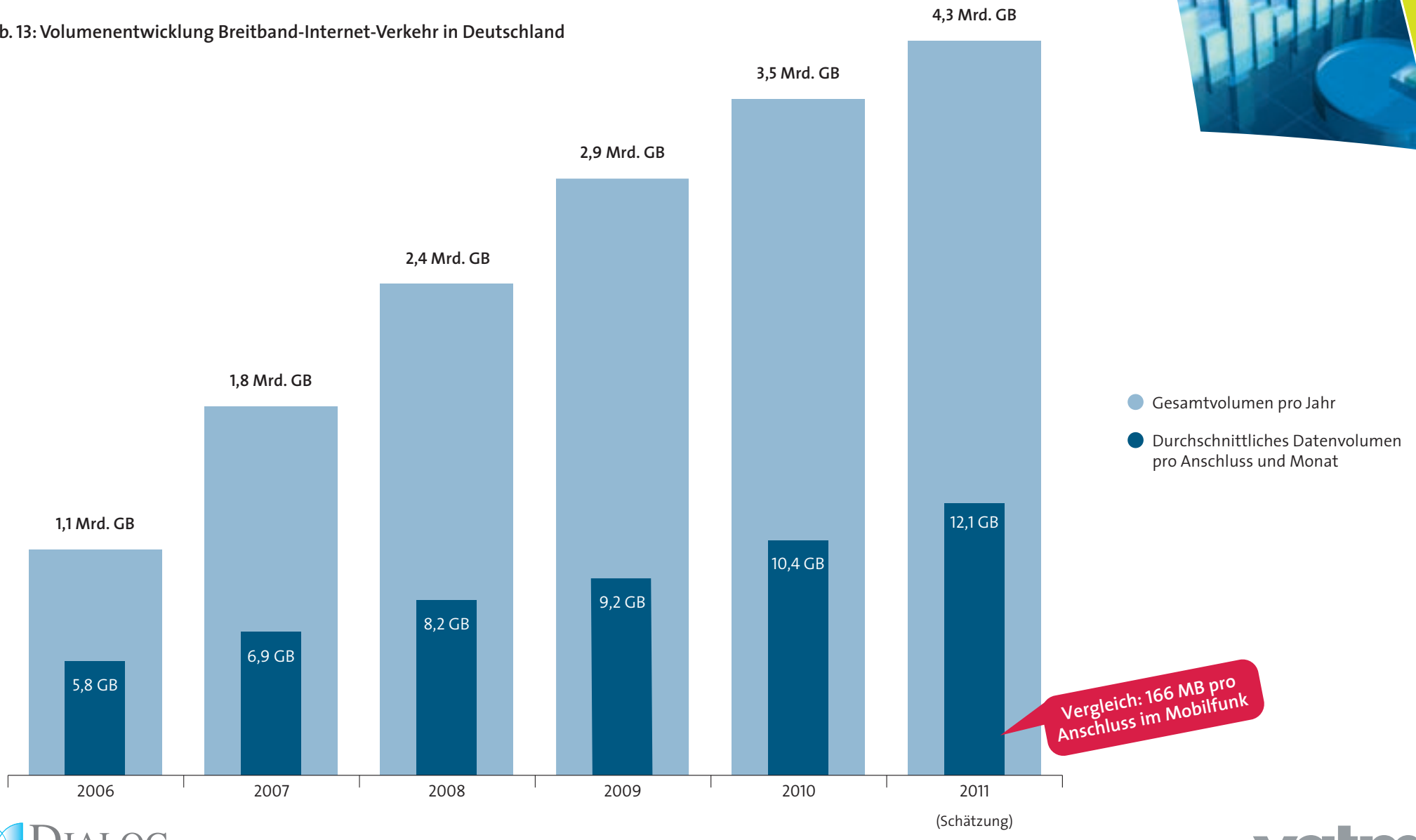
Abb. 12: Verteilung der aktiven Breitband-Anschlüsse nach Downstream-Bandbreite



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

Das pro Breitbandanschluss verbrauchte Datenvolumen nimmt 2011 um knapp 16 Prozent und damit leicht stärker als im Vorjahr zu

Abb. 13: Volumenentwicklung Breitband-Internet-Verkehr in Deutschland



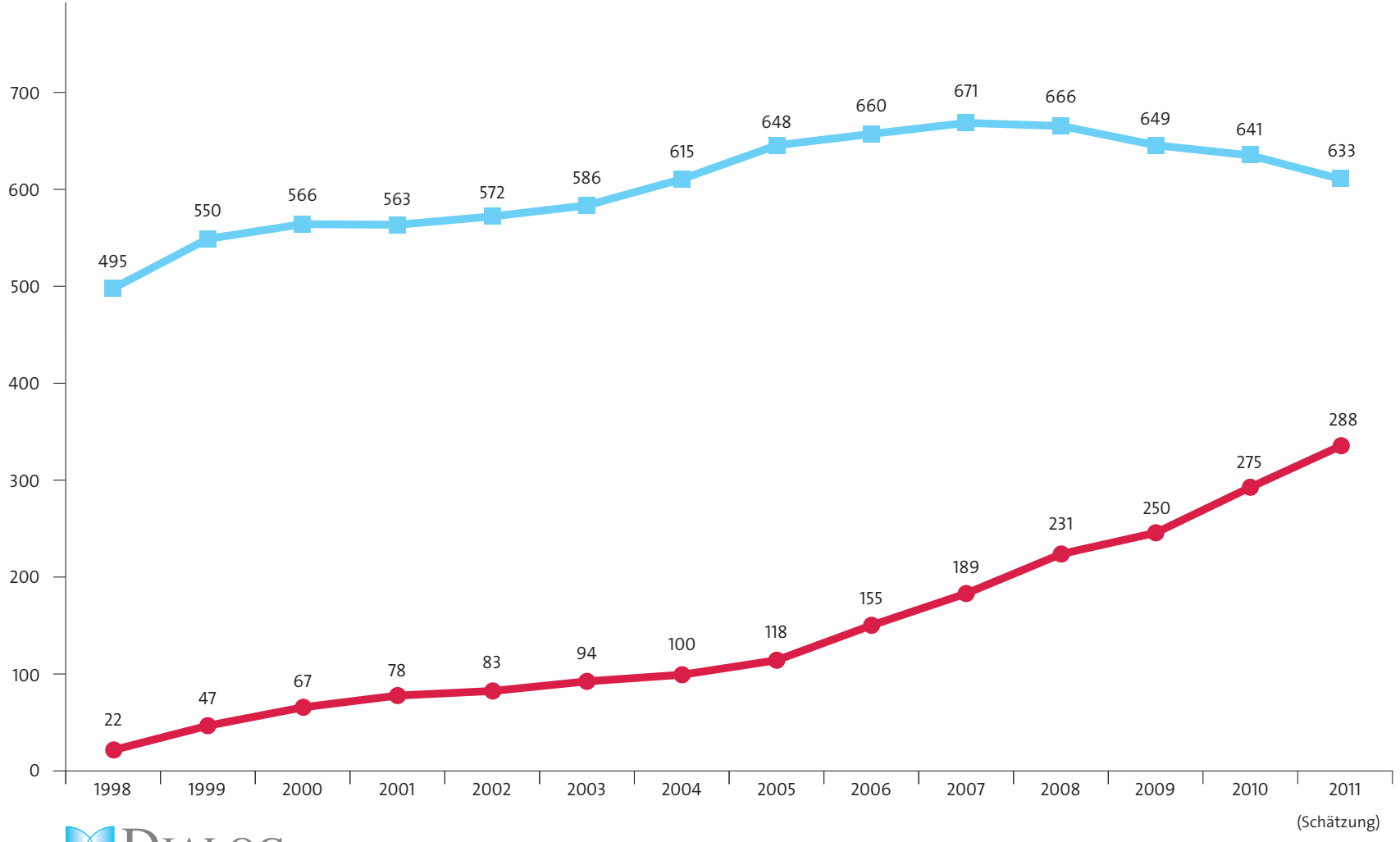
Quelle: DIALOG CONSULT-/VATM-Analysen und -Prognosen

Kapitel III.

Mobilfunkmarkt

Der von Mobilfunkanschlüssen abgehende Sprachverkehr nimmt 2011 weiter um 5 Prozent zu, während die Sprachminuten aus Festnetzen gegenüber dem Vorjahr leicht zurückgehen

Abb. 14: Von Festnetz- und Mobilfunkanschlüssen abgehende Sprachverbindungsminuten[a] in Mio. Min. pro Tag



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

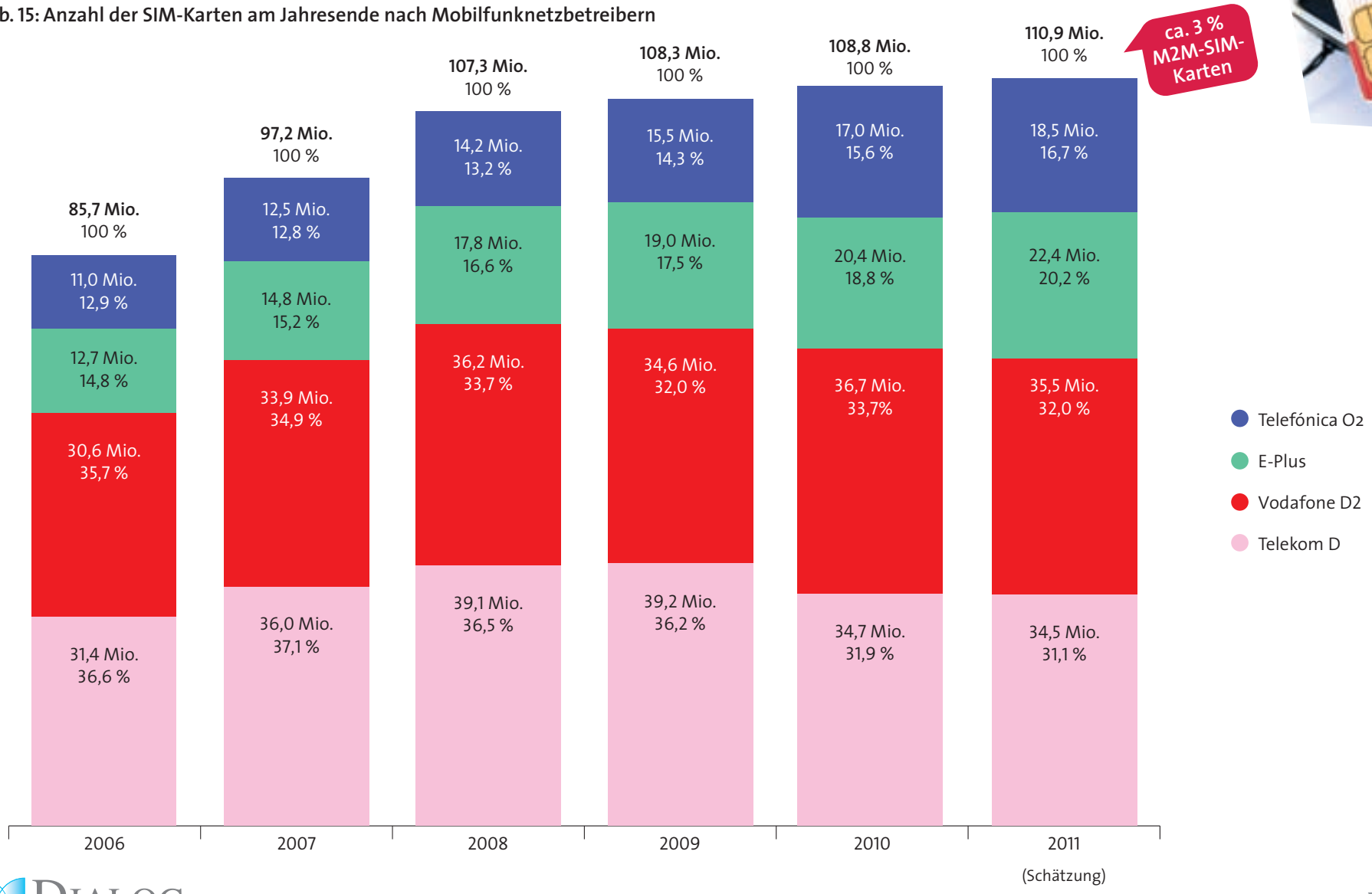
Quelle: DIALOG CONSULT-/VATM-Analysen und -Prognosen

DIALOG CONSULT GMBH

vatm Wettbewerb verbindet

Die Zahl der aktivierten SIM-Karten nimmt 2011 wieder um 2 Millionen zu – Hauptgrund für diesen Trend ist die Ausbreitung von Geräten zur mobilen Internet-Nutzung

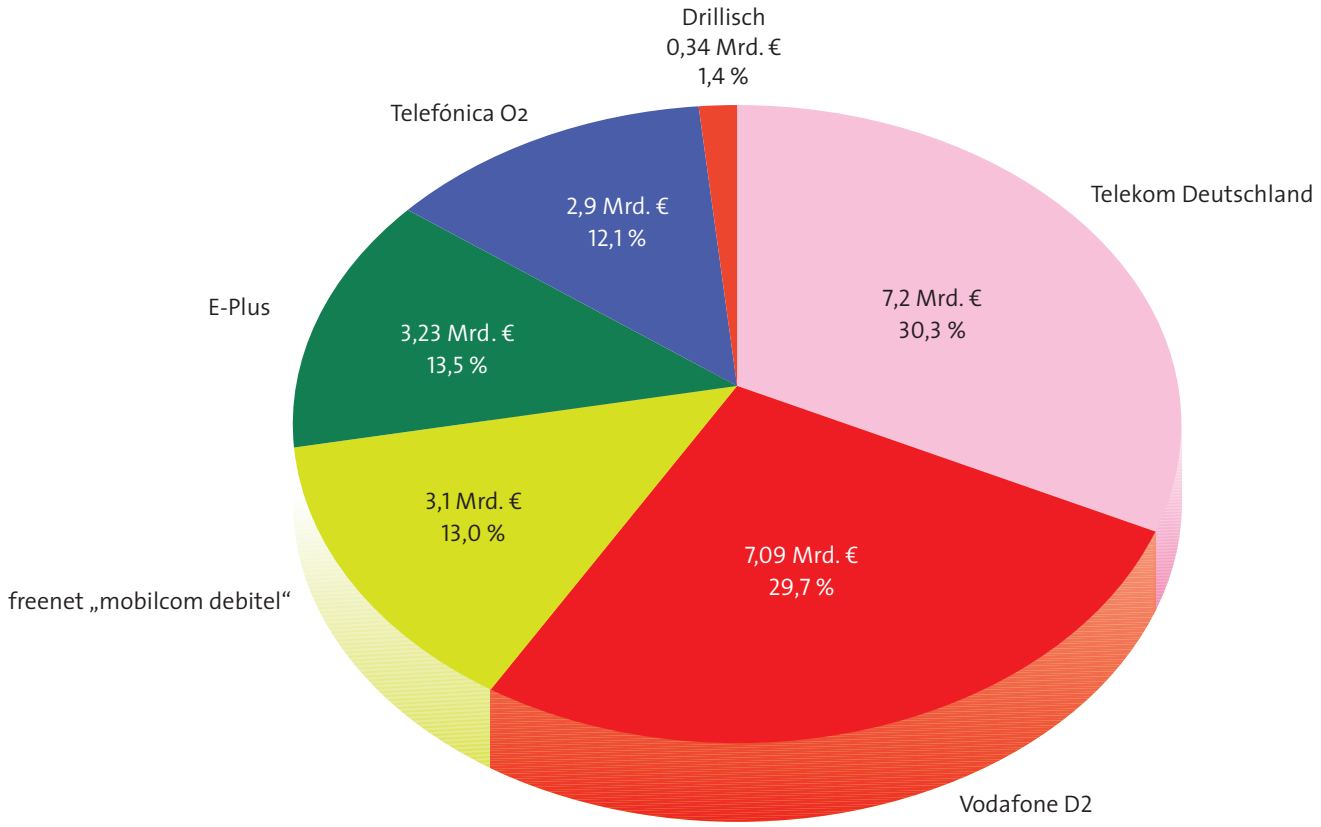
Abb. 15: Anzahl der SIM-Karten am Jahresende nach Mobilfunknetzbetreibern



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

Auf die Telekom und Vodafone entfallen 2011 fast 60 Prozent der Endkundenumsätze im deutschen Mobilfunk

Abb. 16: Mobilfunkumsätze nach Netzbetreibern und Service-Providern (Schätzung für 2011)

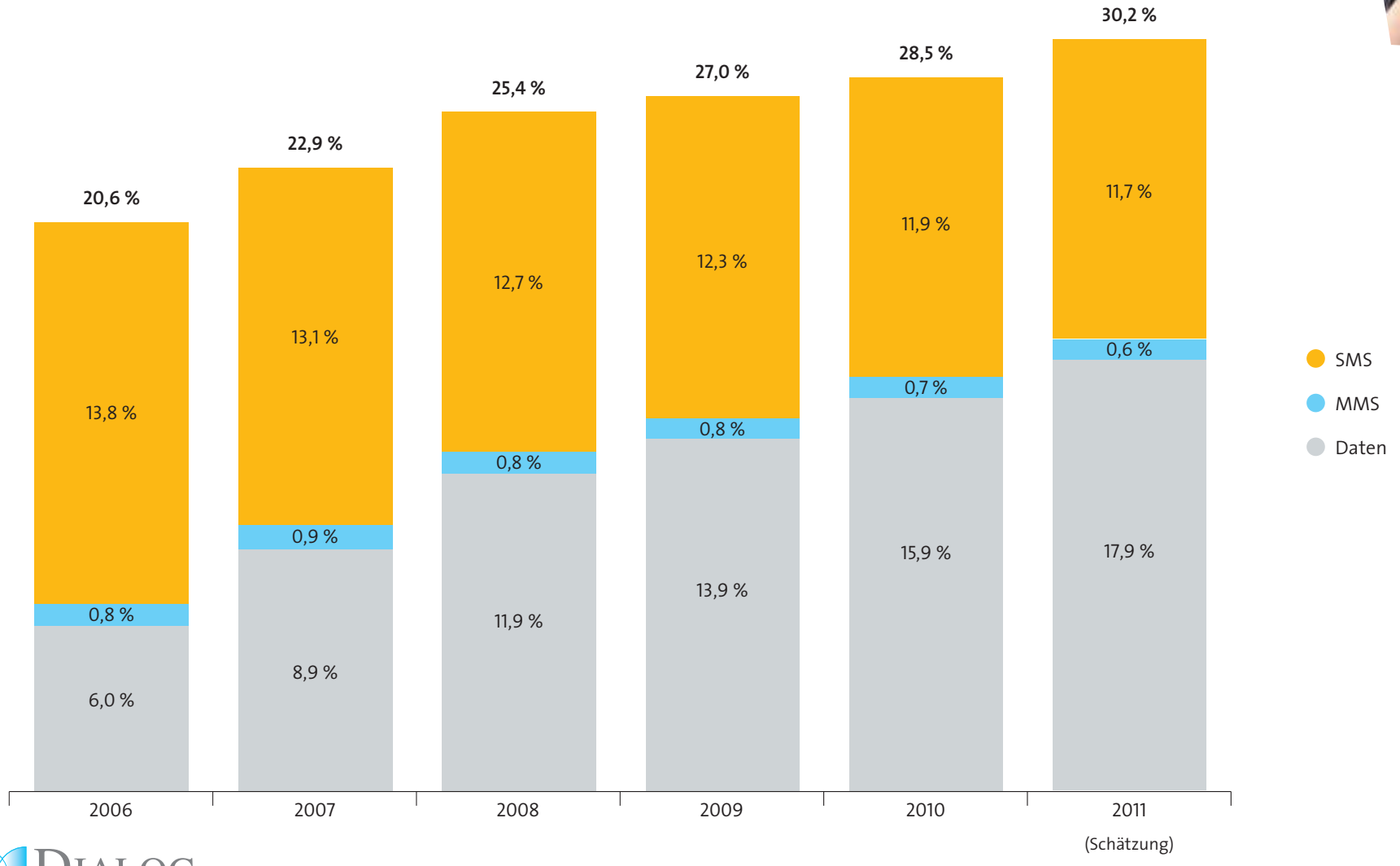


100 % = 23,9 Mrd. €

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

Auch 2011 nehmen die mit Datendiensten zur Realisierung eines mobilen Internetzugangs erzielten Umsätze zu

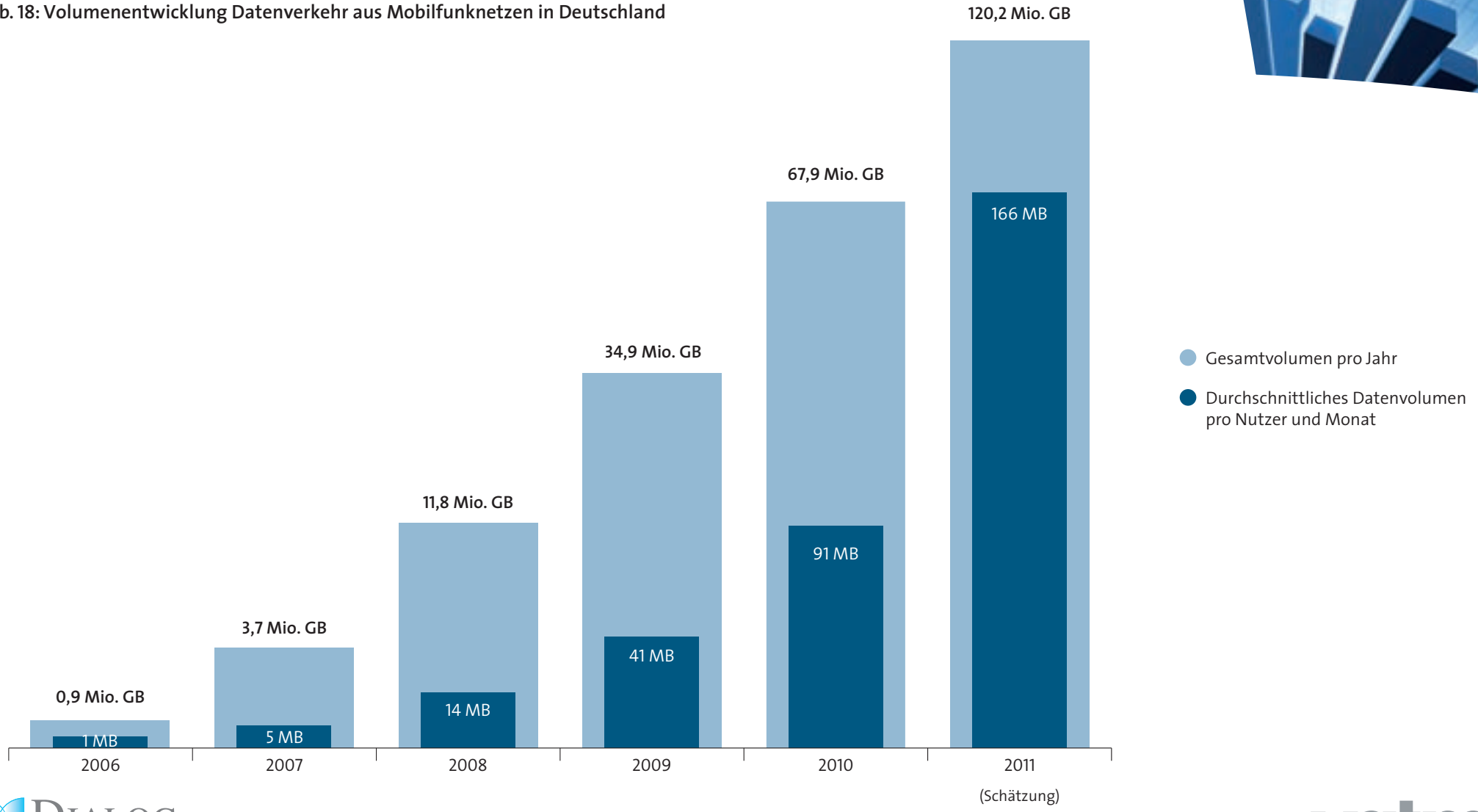
Abb. 17: Anteil der Non-Voice-Umsätze an den Mobilfunkdiensteumsätzen in Deutschland



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

Das aus Mobilfunknetzen pro Nutzer abgehende Datenübertragungsvolumen ist 2011 im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 80 Prozent gestiegen. Das pro Nutzer übertragene Volumen erreicht weniger als zwei Prozent des vergleichbaren Wertes bei Festnetz-Internetanschlüssen

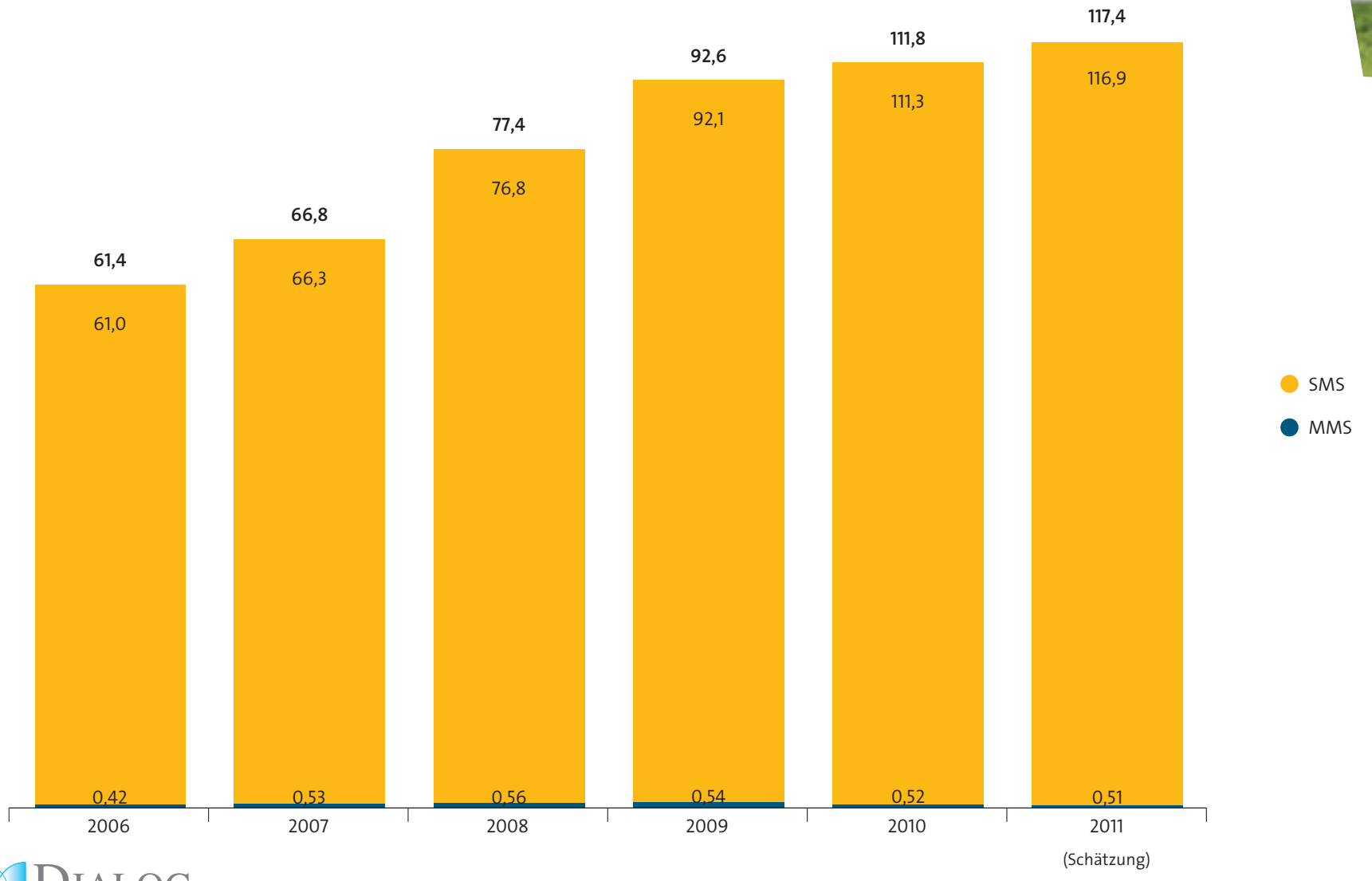
Abb. 18: Volumenentwicklung Datenverkehr aus Mobilfunknetzen in Deutschland



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

Die Zahl der versendeten SMS steigt 2011 weiter – Die MMS-Nutzung stagniert auf sehr niedrigem Niveau

Abb. 19: SMS- und MMS-Nutzung in deutschen Mobilfunknetzen in Mio. Nachrichten pro Tag



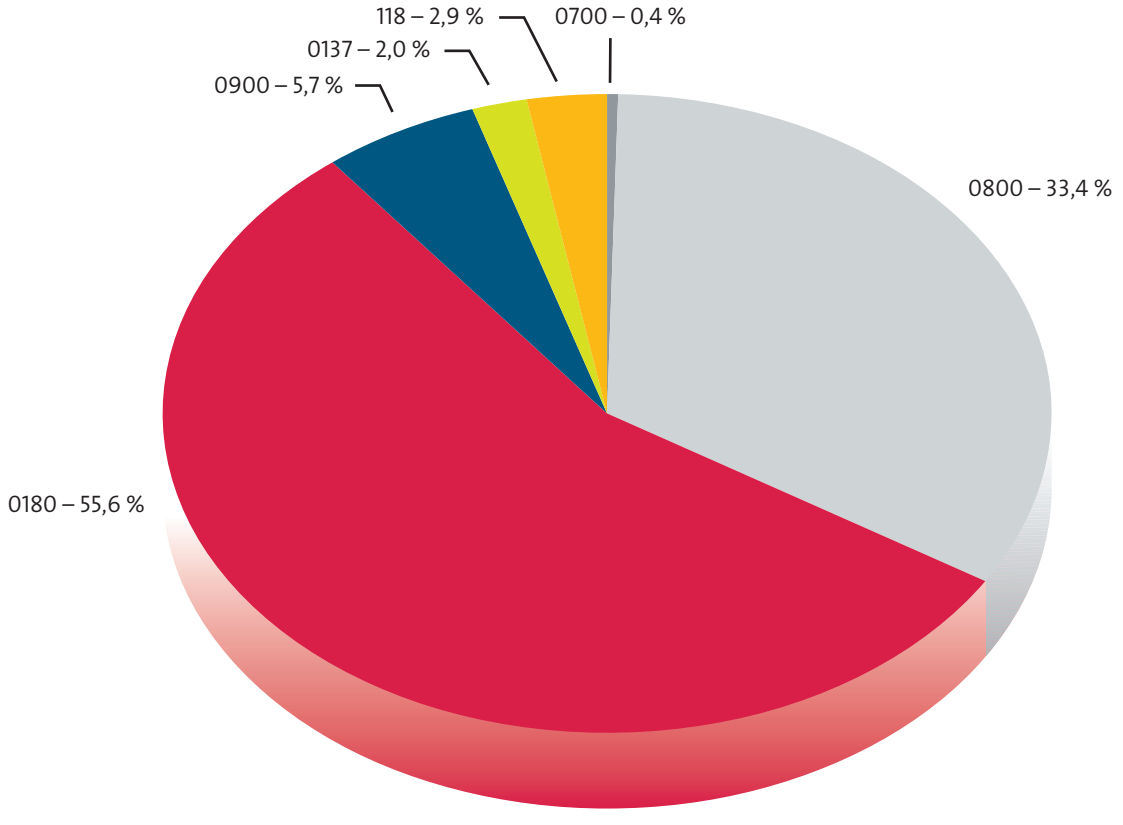
Quelle: DIALOG CONSULT-/VATM-Analysen und -Prognosen

Kapitel IV.

Markt für Mehrwertdienste

Der Absatz von Mehrwertdiensten, die von Telekom-Wettbewerbern angeboten werden, wird durch 0180- und 0800-Nummern dominiert. Insgesamt ist das Minutenvolumen der Wettbewerber im Vergleich zu 2010 um rund neun Prozent zurückgegangen.

Abb. 20: Wettbewerber-Minuten mit IN[a]- und Auskunftsnummern nach Nummerntyp im Jahr 2011
(Verbindungen zu diesen Nummern, Schätzung[b])



100 % = 4,1 Mio. Min. pro Tag

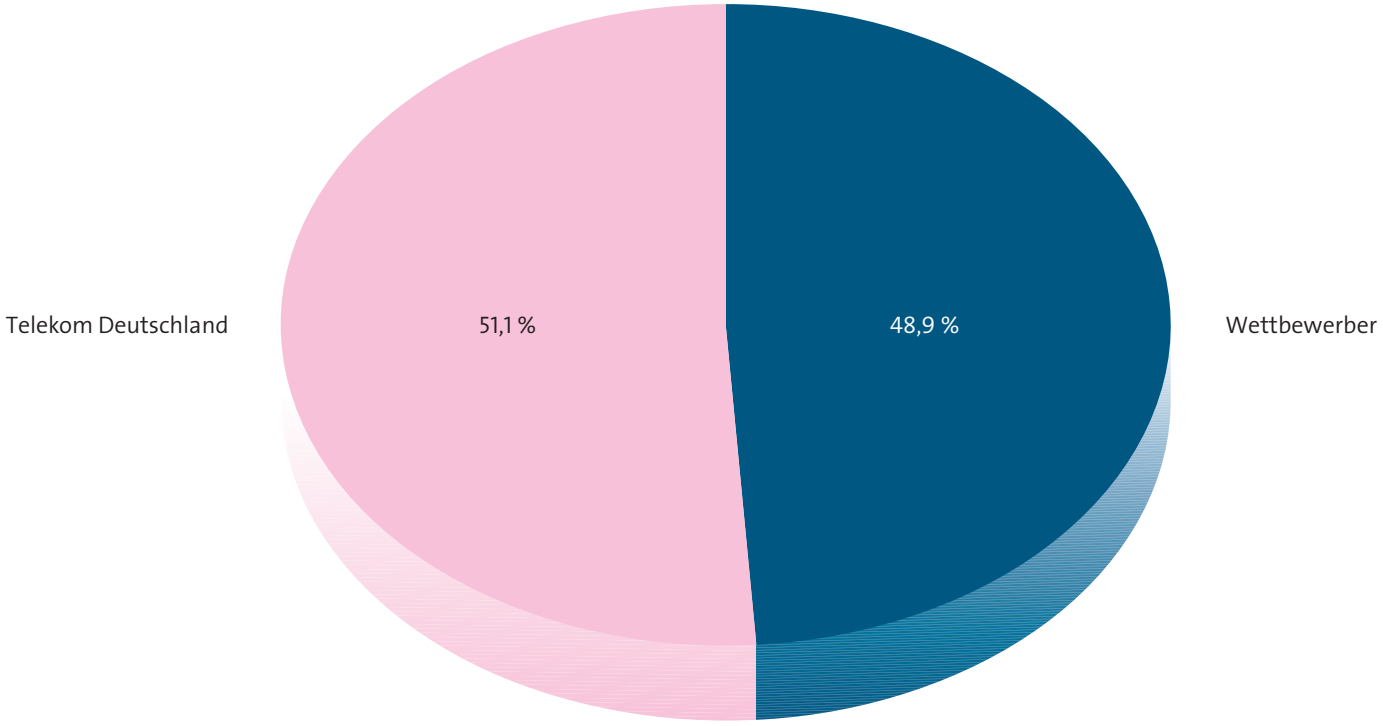
- 0700
- 0800
- 0180
- 0900
- 0137
- 118

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) Veränderte Datenbasis im Vergleich zu den Vorjahren: Dargestellt sind nur die Umsätze/Minuten, die originär von Unternehmen auf Basis eigener technischer AMWD-Plattformen generiert werden. Umsätze/Minuten durch Weiterleitung, Weitervermarktung und Veredelung sind in diesen Daten nicht enthalten.

Bei den Umsätzen mit Mehrwertdiensten erreichen 2011 alle Wettbewerber zusammen nicht ganz das Volumen, das von Telekom Deutschland erzielt wird

Abb. 21: Umsatz mit IN[a] - und Auskunftsnummern im Jahr 2011 (Schätzung)



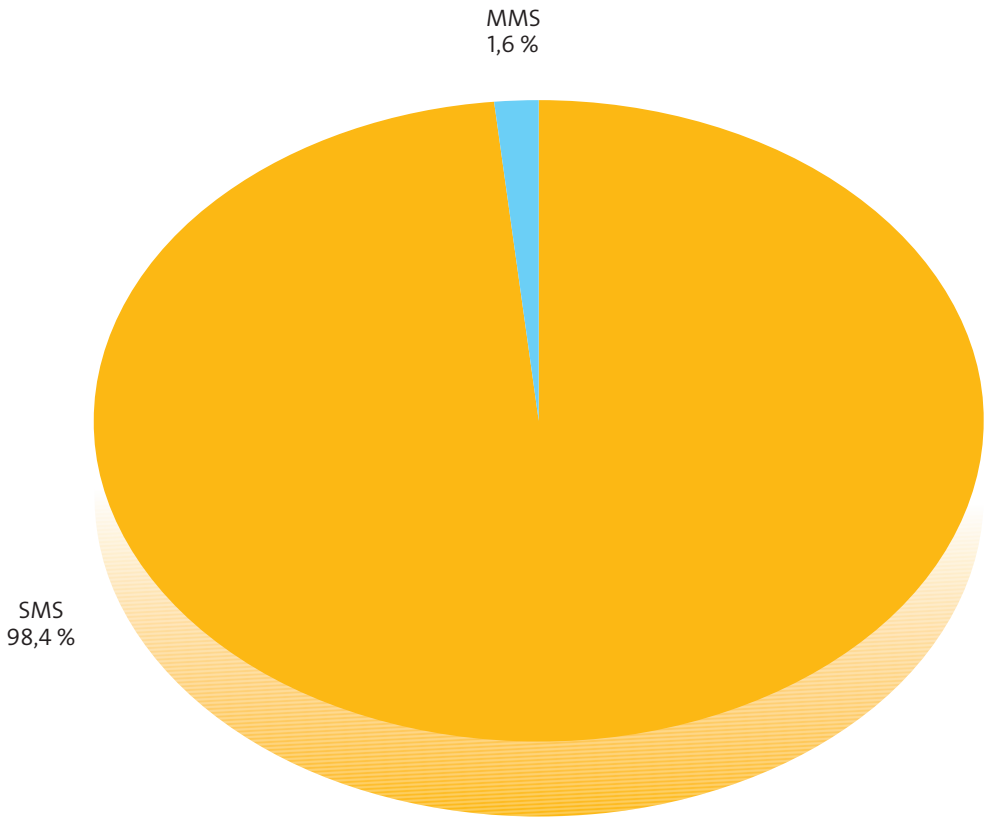
100 % = 683 Mio. €

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.

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

Die Zahl der Premium-SMS/-MMS aus Mobilfunknetzen ist mit täglich 0,6 Millionen im Vergleich zu 117,4 Millionen „Standard-SMS/-MMS“ pro Tag gering

Abb. 22: Premium-Messaging-Dienste in deutschen Mobilfunknetzen im Jahr 2011 (Schätzung)



100 % = 559.000 Nachrichten pro Tag