



Dialog Consult / VATM

14. TK-Marktanalyse Deutschland 2012

Ergebnisse einer Befragung der Mitgliedsunternehmen
im Verband der Anbieter von Telekommunikations- und
Mehrwertdiensten e. V. im dritten Quartal 2012

Inhalt

Kapitel I.

Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland

Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste	4
Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste (2003-2012)	5
Anteil der Vorleistungsentgelte eines Vollanschluss-Wettbewerbsunternehmens pro Euro Umsatz	6
Investitionen in Telekommunikations-Sachanlagen	7
Mitarbeiterzahlen der Telekom Deutschland und von Wettbewerbsunternehmen	8

Kapitel II.

Festnetzmarkt

Gesamtmarkt Wettbewerber Sprachdienste aus Festnetzen in Deutschland nach Verbindungsminuten	10
Entwicklung der Anzahl der Komplettanschlüsse in Telekommunikationsfestnetzen	11
Verteilung der Basistechnologien für Sprachanschlüsse bei der Telekom Deutschland und TK-Wettbewerbsunternehmen	12
Direkt geschaltete Breitband-Anschlüsse	13
Breitband-Kunden nach Unternehmen	14
Per Glasfaser (Fiber-To-The-Building/Home, FTTB/H) erreichbare und aktive Haushalte	15
Verteilung der DSL-Anschlüsse nach Downstream-Bandbreite	16
Volumenentwicklung Breitband-Internet-Verkehr	17

Kapitel III.

Mobilfunkmarkt

Von Festnetz- und Mobilfunkanschlüssen abgehende Sprachverbindungsminuten	19
Zahl der SIM-Karten am Jahresende nach Mobilfunknetzbetreibern	20
Zahl der SIM-Karten am Jahresende nach Art der Kundenbeziehung	21
Mobilfunkumsätze nach Netzbetreibern und Service-Providern	22
Anteil der Non-Voice-Umsätze an den Mobilfunkdienstumsätzen	23
Volumenentwicklung Datenverkehr aus Mobilfunknetzen	24
SMS- und MMS-Nutzung in Mobilfunknetzen	25

Kapitel IV.

Markt für Mehrwertdienste

Wettbewerber-Minuten mit IN- und Auskunftsnummern nach Nummerntyp	27
Umsatz mit IN- und Auskunftsnummern	28
Premium-Messaging-Dienste in Mobilfunknetzen	29
Zahl der Minuten und Gespräche zu Auskunfts- und Mehrwertdiensten	30

Kapitel I.

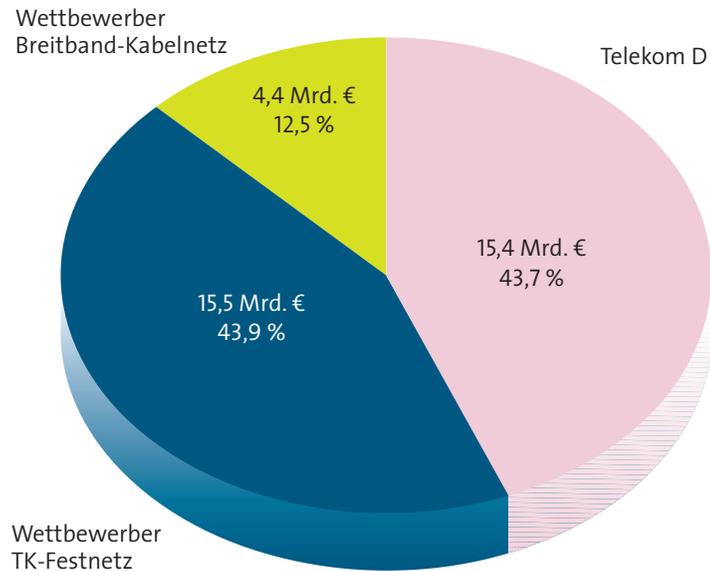
Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland

15 Jahre nach der Festnetzöffnung für Wettbewerb erreicht die Telekom immer noch fast den gleichen Umsatz wie alle alternativen Festnetzcarrier in diesem Marktsegment zusammen

Abb. 1: Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste^a
(Schätzung für 2012, Außenumsätze inkl. TV-Signaltransport)

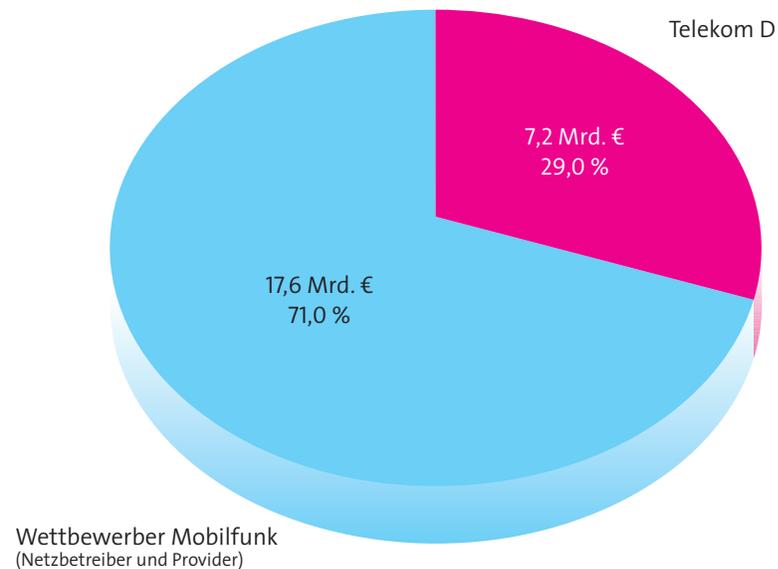


TK- und BK-Festnetzmarkt



100 % = 35,3 Mrd. €

Mobilfunkmarkt



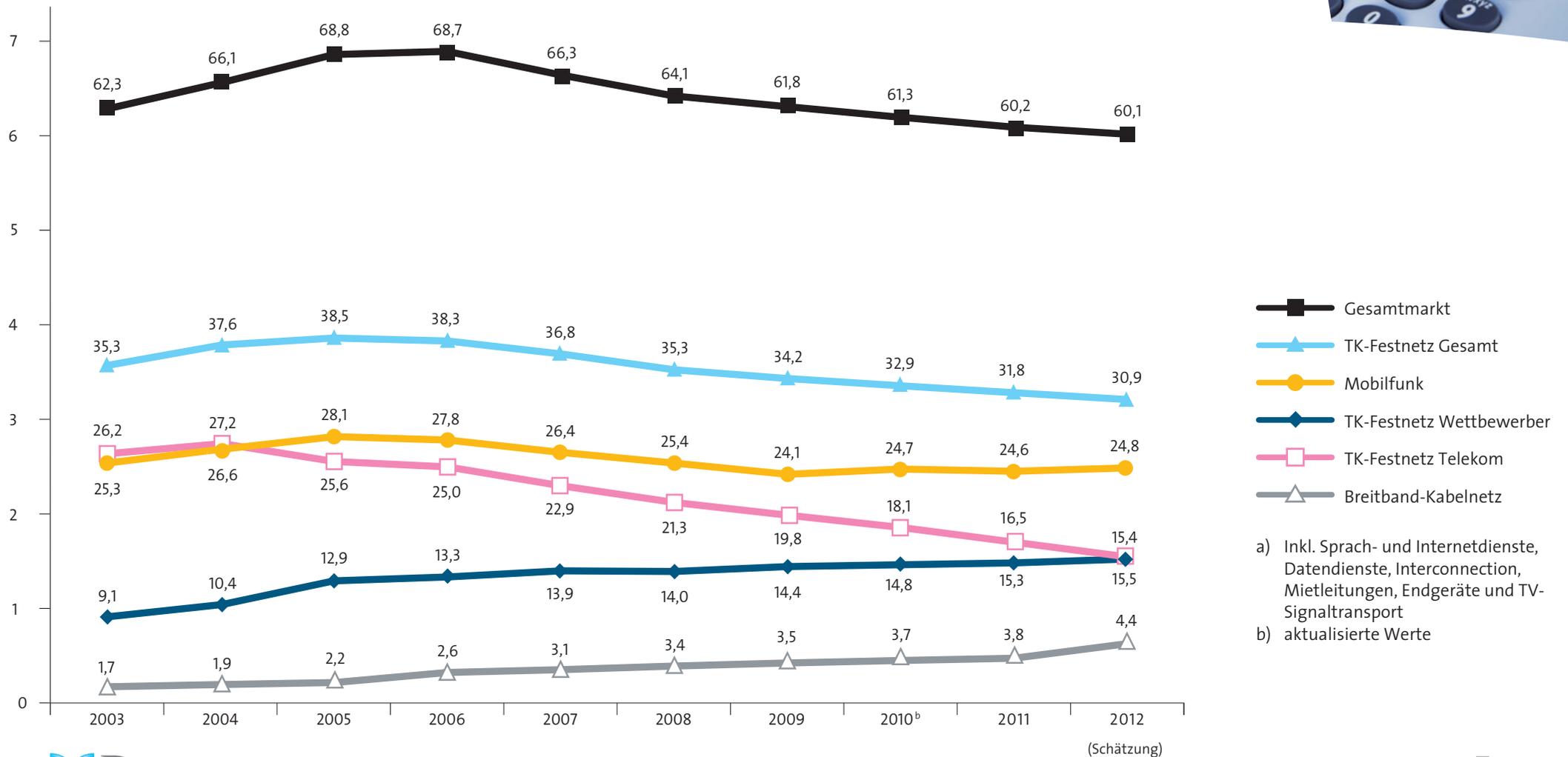
100 % = 24,8 Mrd. €

Gesamtmarkt 60,1 Mrd. €

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

Die Umsätze mit Telekommunikationsdiensten sind 2012 nahezu stabil – Die Kabelnetzbetreiber legen deutlich zu (+16 Prozent)

Abb. 2: Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste^a (2003-2012)
(Außenumsätze inkl. TV-Signaltransport in Mrd. €)

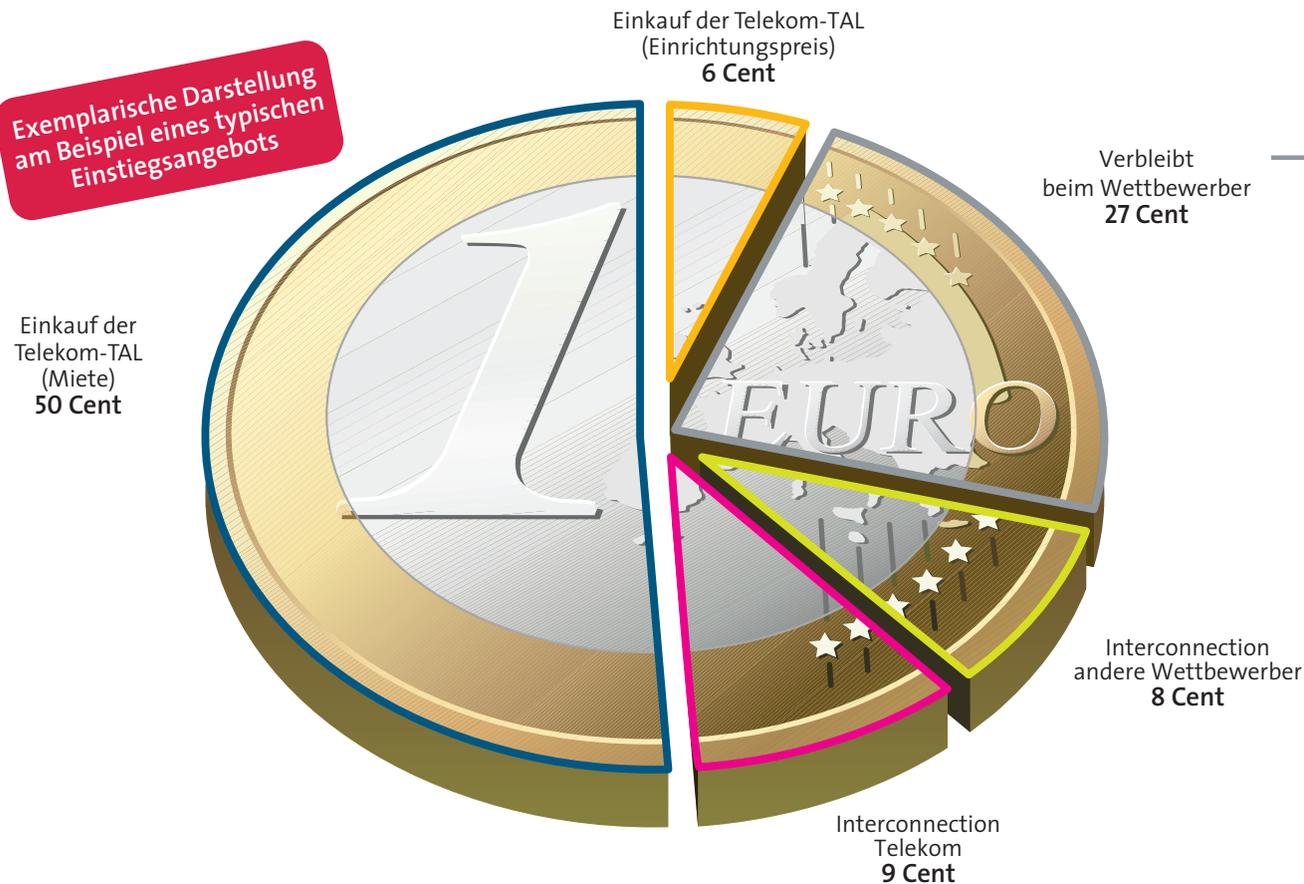


- a) Inkl. Sprach- und Internetdienste, Datendienste, Interconnection, Mietleitungen, Endgeräte und TV-Signaltransport
- b) aktualisierte Werte

Die Wettbewerbsunternehmen müssen überwiegend auf die Anschlussnetze der Telekom zurückgreifen – Sie müssen bei entsprechenden Einstiegsangeboten pro Euro Umsatz allein für die benötigten Vorleistungen 65 Cent an die Telekom bezahlen

Abb. 3: Anteil der Vorleistungsentgelte eines Vollanschluss-Wettbewerbsunternehmens pro Euro Umsatz^a
(Schätzung für 2012)

Exemplarische Darstellung
am Beispiel eines typischen
Einstiegsangebots



Zur Finanzierung ...

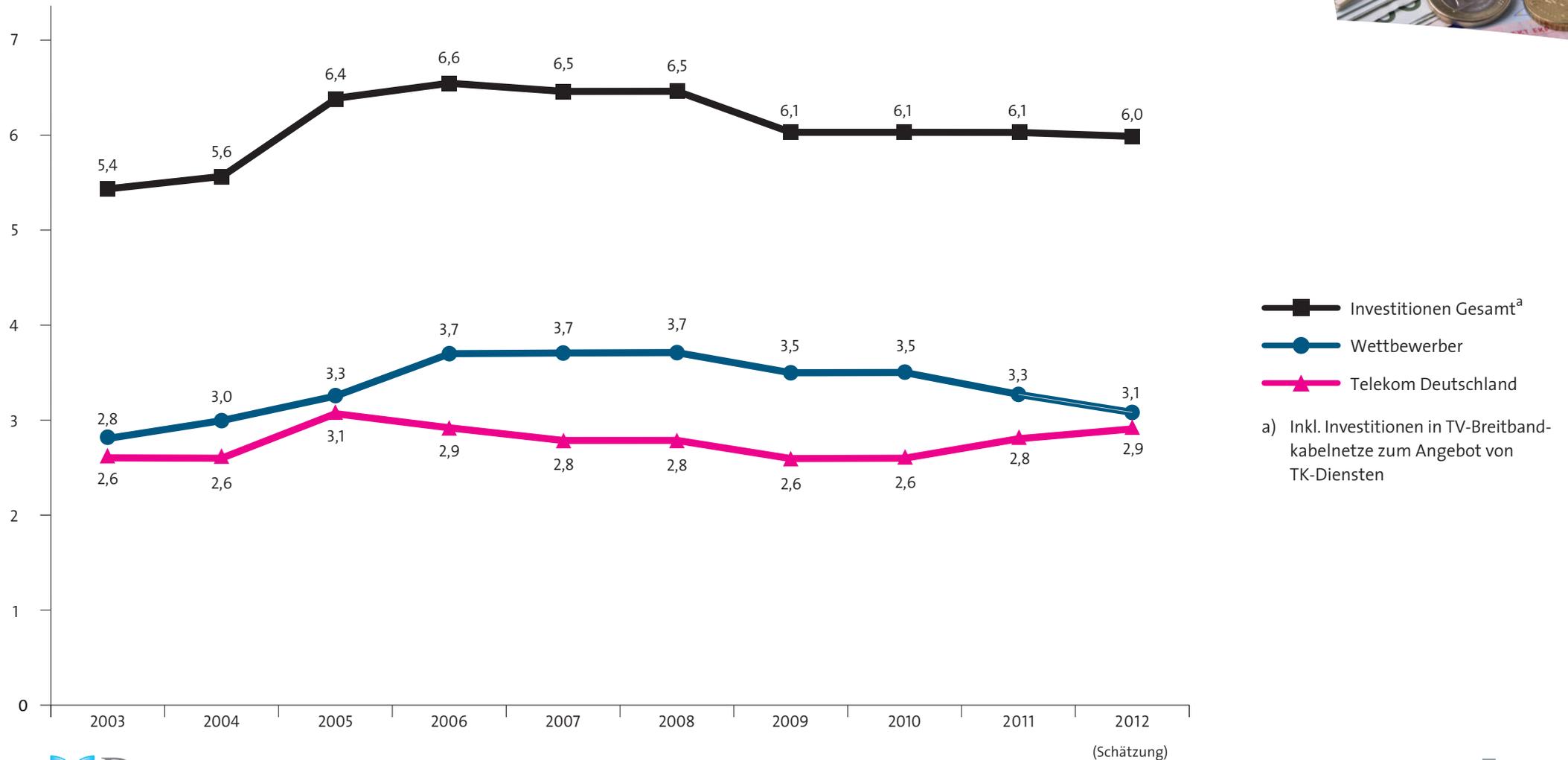
- weiterer Vorleistungen bzw. Vorprodukte
- des Zugangsnetzes (Access)
- des Weitverkehr-TK-Netzes (Backbone)
- der IP-Netzinfrastruktur
- der Betriebskosten

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. 0,425/3,71 EUR-Cent/Min.; diese Darstellung entspricht nicht der durchschnittlichen Marktverteilung.

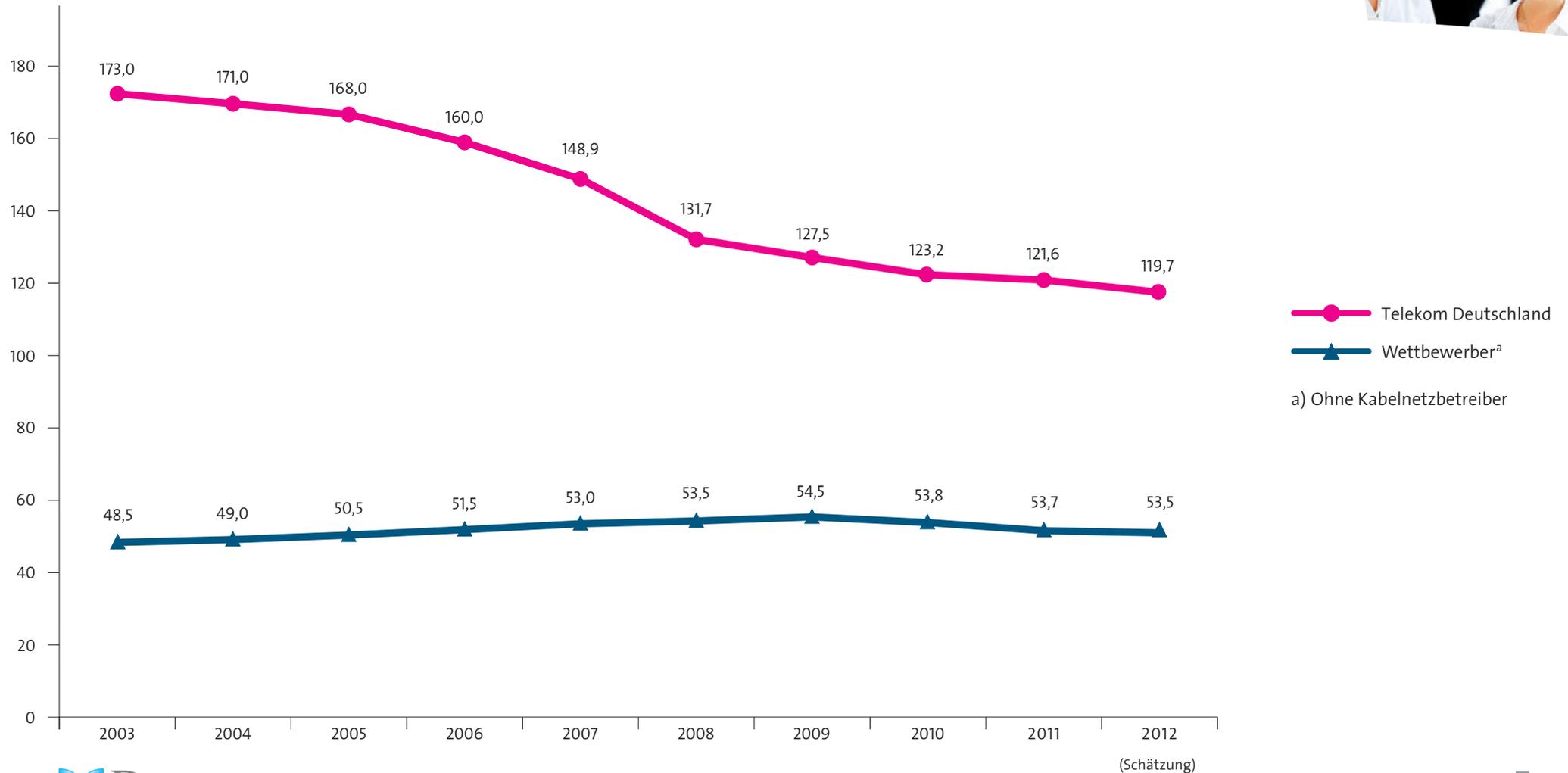
Die Höhe der TK-Sachanlageinvestitionen liegt insgesamt weiter bei jährlich rund sechs Milliarden Euro – Die Wettbewerber tragen mehr als die Hälfte der Investitionen

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



Die Telekom Deutschland baut 2012 weiter Personal ab – Die Beschäftigtenzahlen der Wettbewerber sind nahezu stabil

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



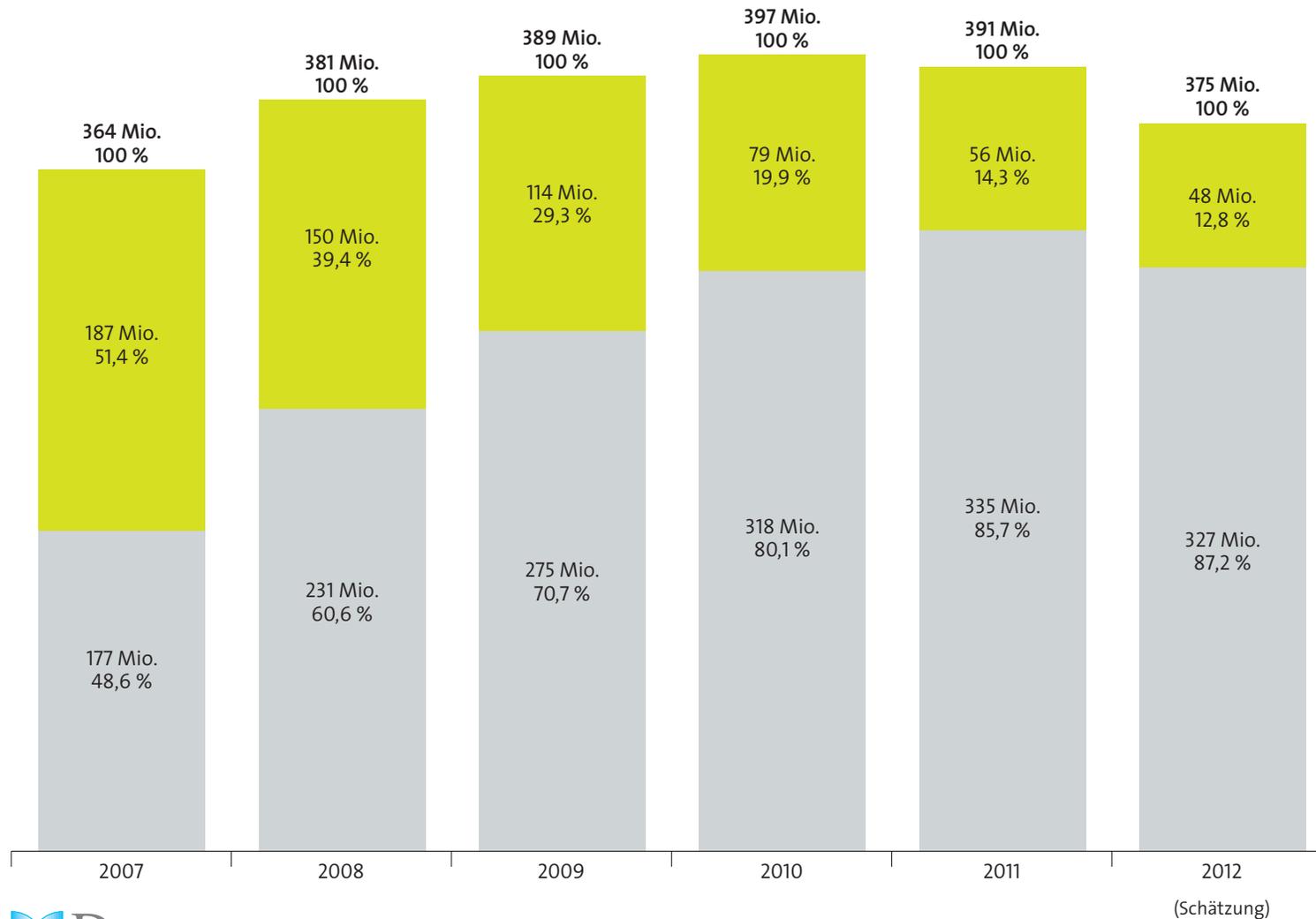
a) Ohne Kabelnetzbetreiber

Kapitel II.

Festnetzmarkt

Die Bedeutung der Verbindungsnetzbetreiber-Vorauswahl geht kaum mehr zurück – Immerhin 48 Millionen Verbindungsminuten werden pro Tag per Verbindungsnetzbetriberauswahl generiert

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



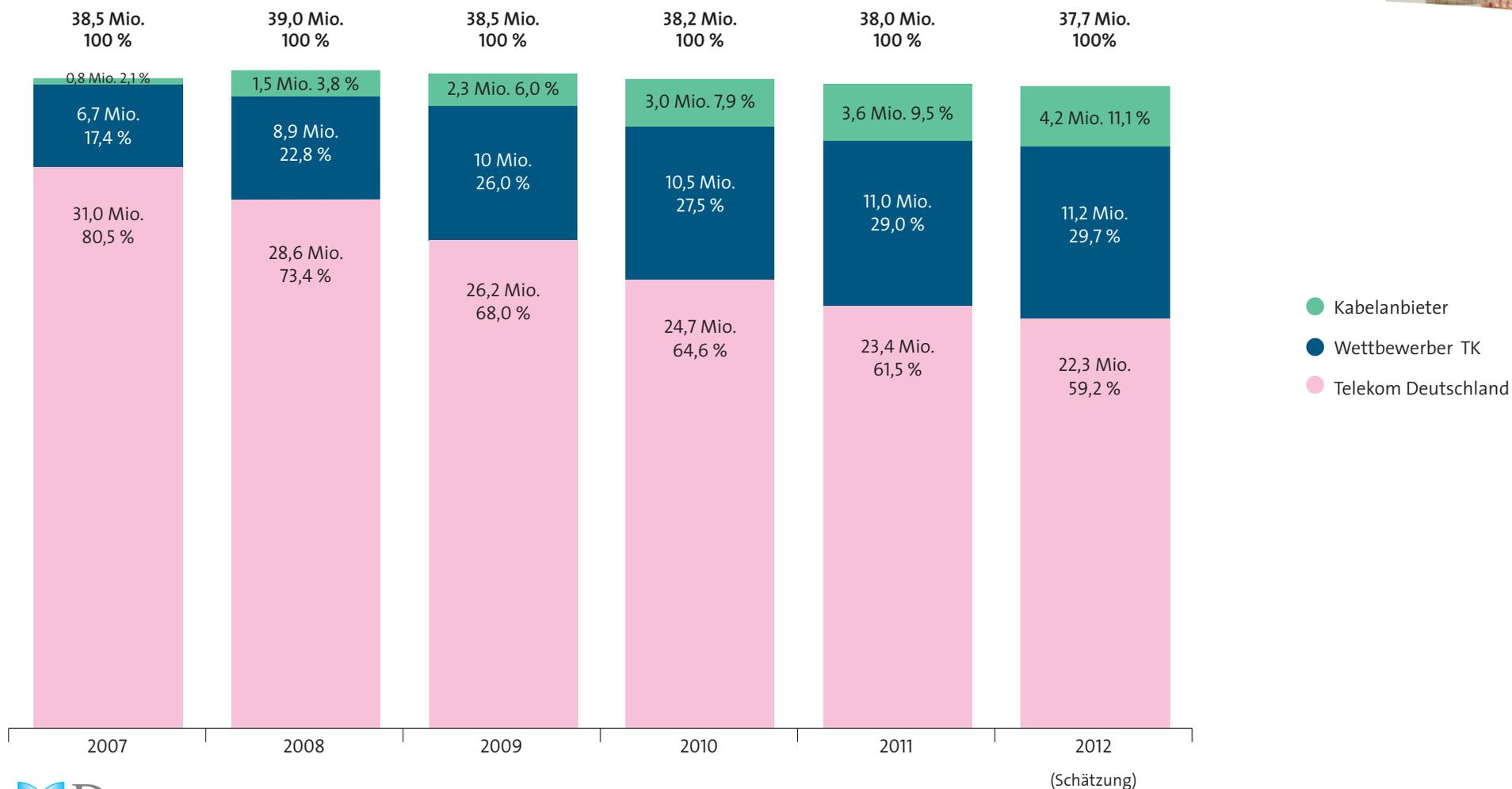
- VNB-Vorwahl (Call-by-Call, Preselection)
- Komplettanschluss^a

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



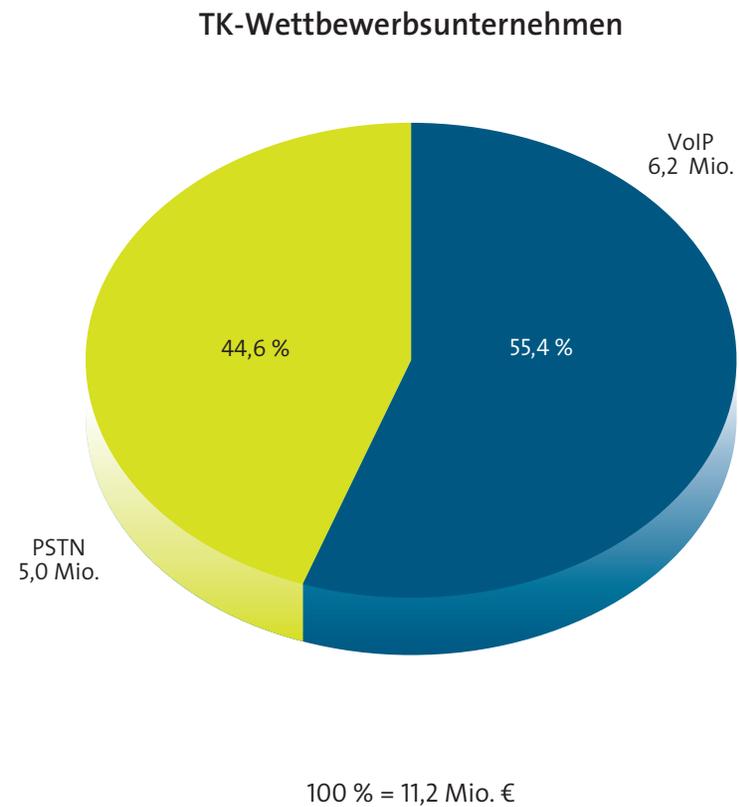
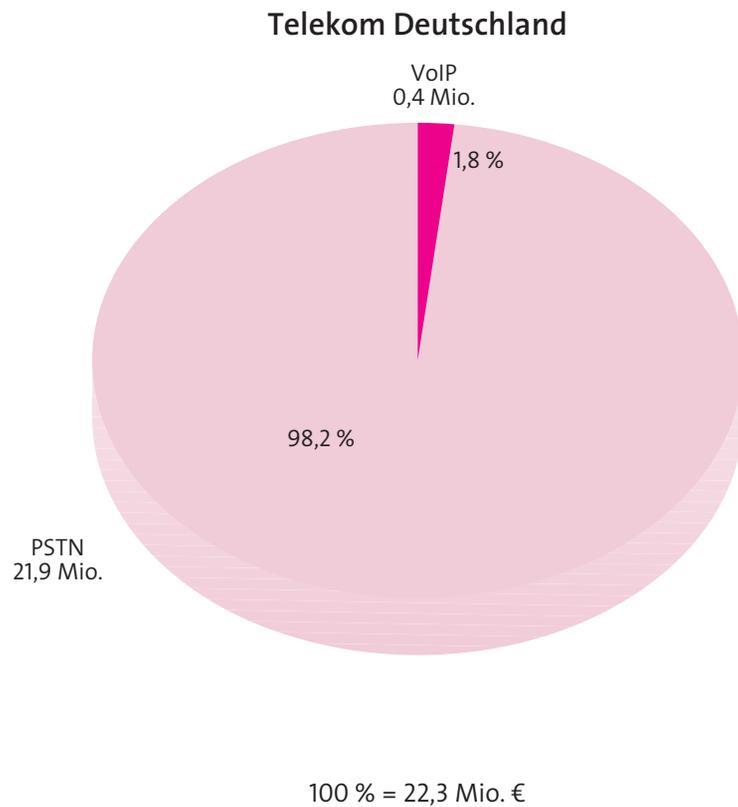
Die Kundenzahl bei Sprachtelefonanschlüssen sinkt 2012 nur leicht – Das Wachstum der TK-Wettbewerber verlangsamt sich zugunsten der Kabelnetzbetreiber

Abb. 7: Entwicklung der Anzahl der Komplettanschlüsse in Telekommunikationsfestnetzen (inkl. PSTN-, ISDN-, VoIP- und DOCSIS-Anschlüssen)



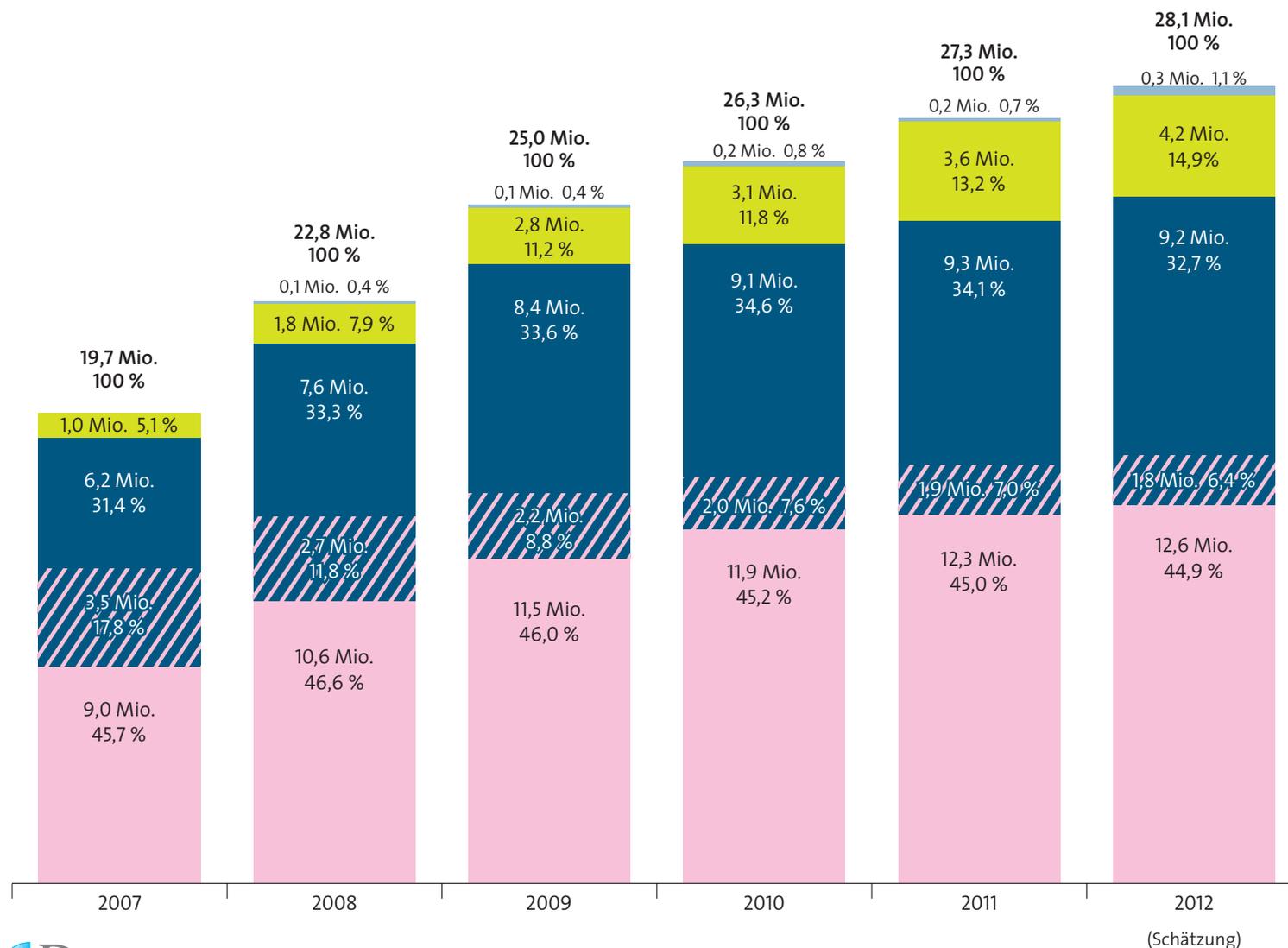
Wettbewerbsunternehmen setzen bei ihren Telefonanschlüssen konsequent auf die zukunftsweisende Voice-over-IP-Technik – Bereits mehr als 55 Prozent ihrer Sprachanschlüsse basieren auf der neuen Technik

Abb. 8: Verteilung der Basistechnologien für Sprachanschlüsse bei der Telekom Deutschland und TK-Wettbewerbsunternehmen



Der Marktanteil der alternativen Festnetz-Wettbewerber verschlechtert sich bei stationären Breitbandanschlüssen gegenüber Kabelnetzbetreibern und Telekom – Der Anteil von FTTB-/FTTH-Anschlüssen ist weiterhin marginal

Abb. 9: Direkt geschaltete Breitband-Anschlüsse^a

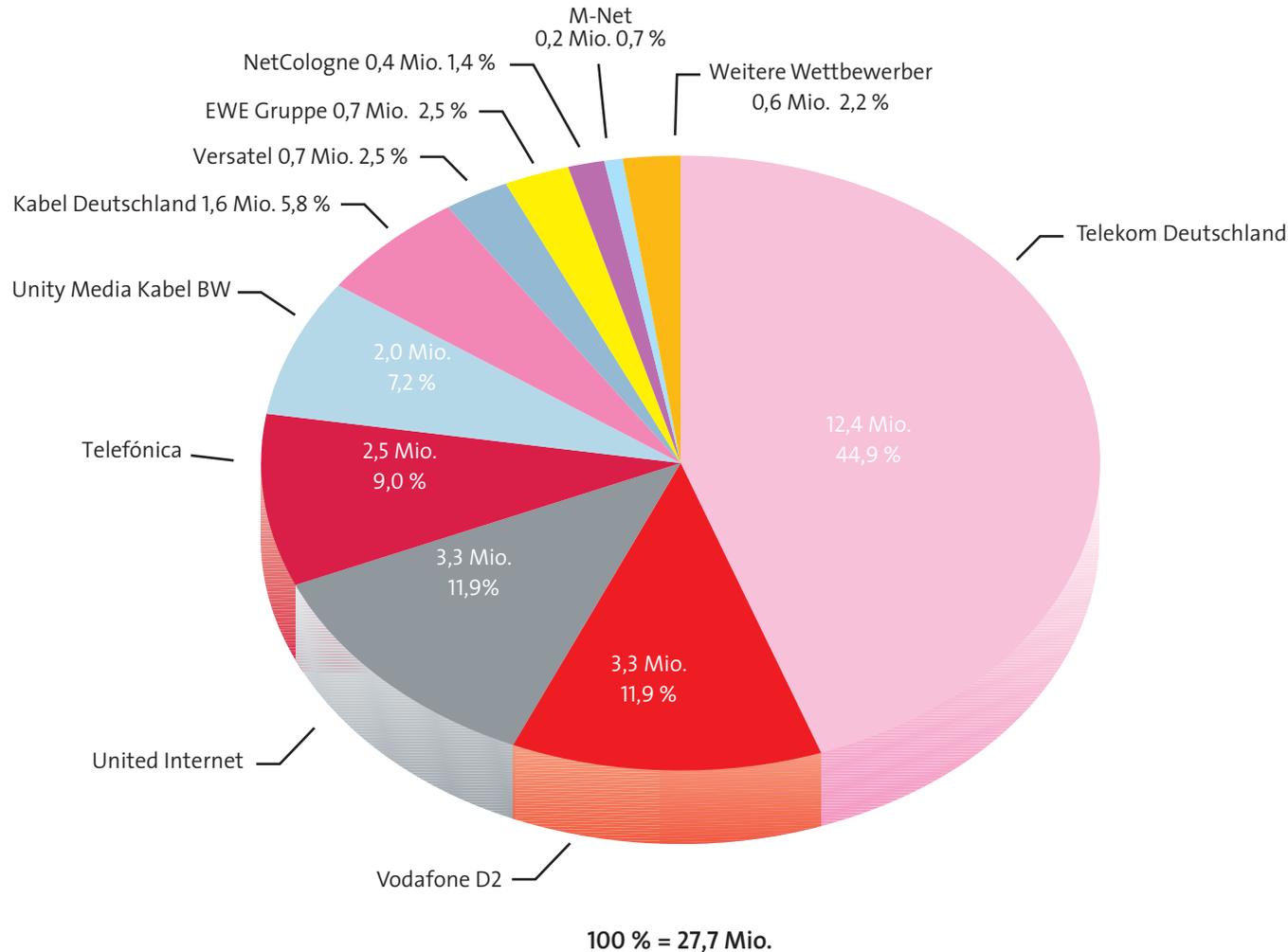


- FTTB/H
- Breitbandkabel
- DSL Alternativer ANB^b
- DSL Telekom Resale^c
- DSL Telekom Direkt

- 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 (gebündelt und entbündelt), die von Wettbewerbern vermarktet und betreut werden

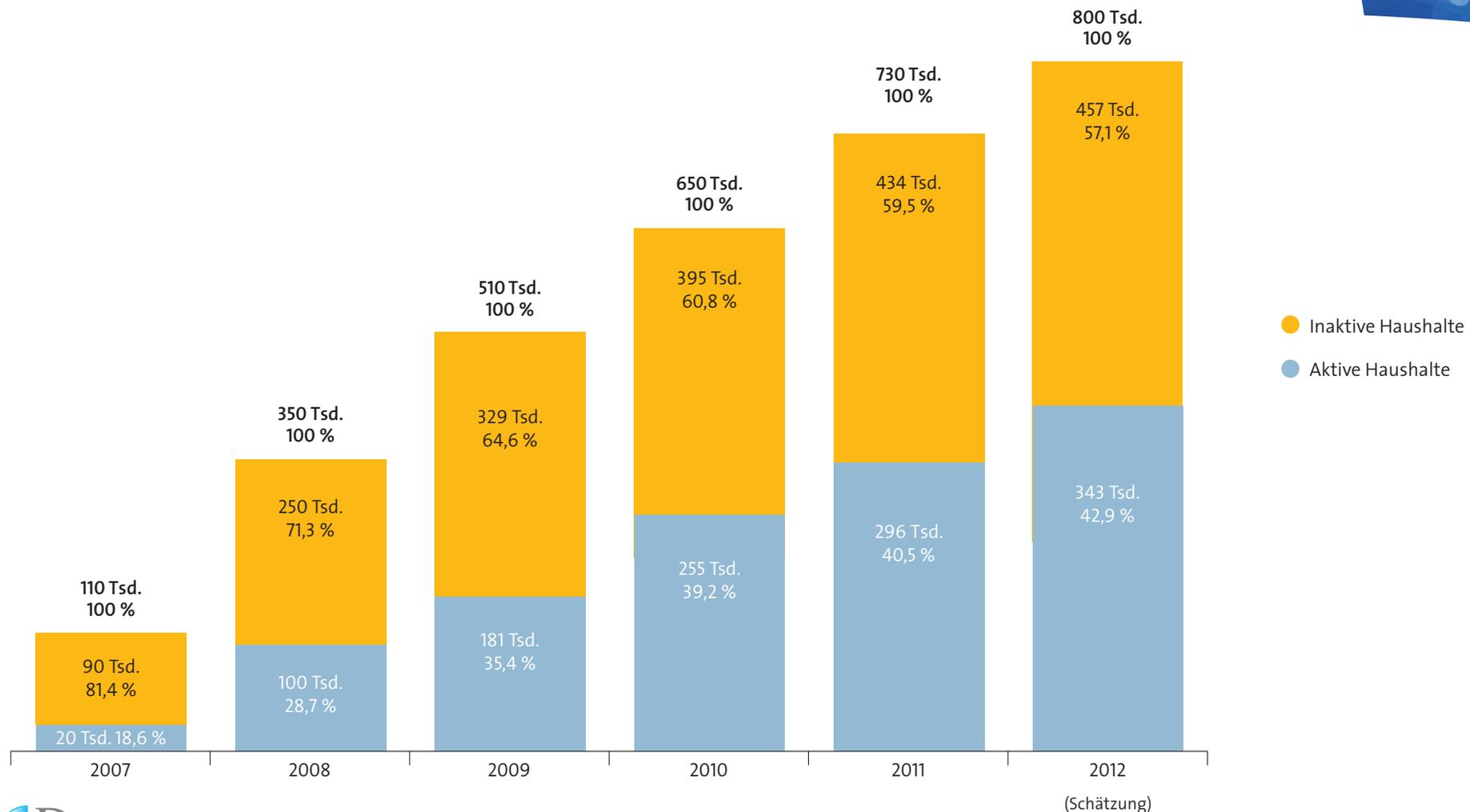
Knapp 70 Prozent der Endkundenbeziehungen im Breitbandanschlussmarkt lagen Mitte 2012 in der Hand der drei Unternehmen Telekom, Vodafone und United Internet „1&1” – Allerdings müssen Vodafone, United Internet „1&1” und andere Wettbewerbsunternehmen auf Netzleistungen der Telekom zurückgreifen

Abb. 10: Breitband-Kunden nach Unternehmen
(Stand 30.06.2012)



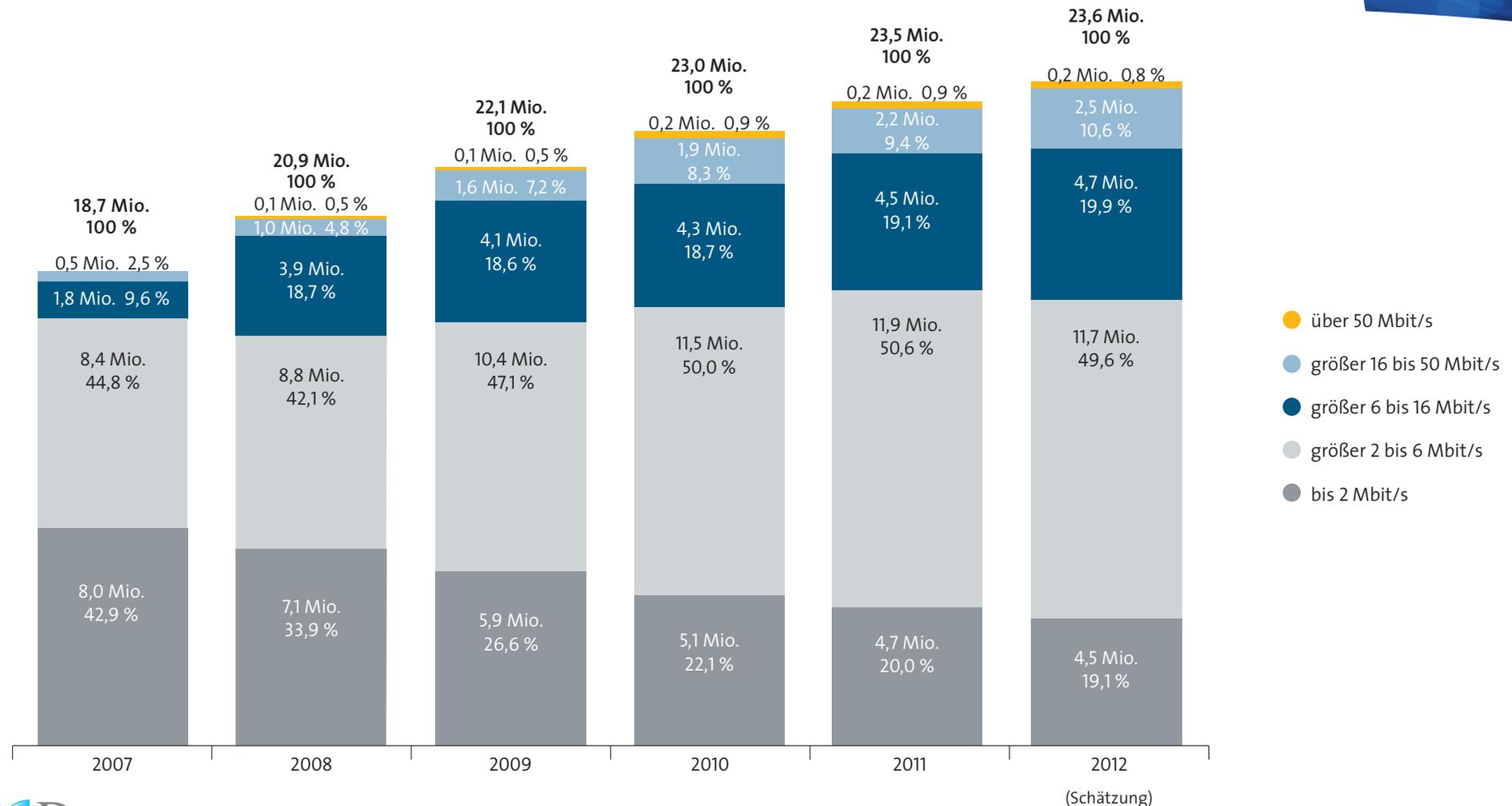
Rund 800.000 Haushalte sind in Deutschland Ende 2012 an Glasfasernetze mindestens bis zum Gebäudekeller angeschlossen – Nur etwa 43 Prozent dieser Haushalte nutzen dieses Angebot bislang – Damit hat sich der Ausbau nicht beschleunigt

Abb. 11: Per Glasfaser (Fiber-To-The-Building/Home, FTTB/H) erreichbare und aktive Haushalte



Knapp 70 Prozent der DSL-Nachfrage entfällt Ende 2012 immer noch auf Anschlüsse mit einer maximalen Empfangsgeschwindigkeit von bis zu 6 Mbit/s

Abb. 12: Verteilung der DSL-Anschlüsse nach Downstream-Bandbreite



Das pro Festnetz-Breitbandanschluss transportierte Datenvolumen nimmt 2012 um 11 Prozent auf 12,5 Gigabyte zu

Abb. 13: Volumenentwicklung Breitband-Internet-Verkehr Festnetz

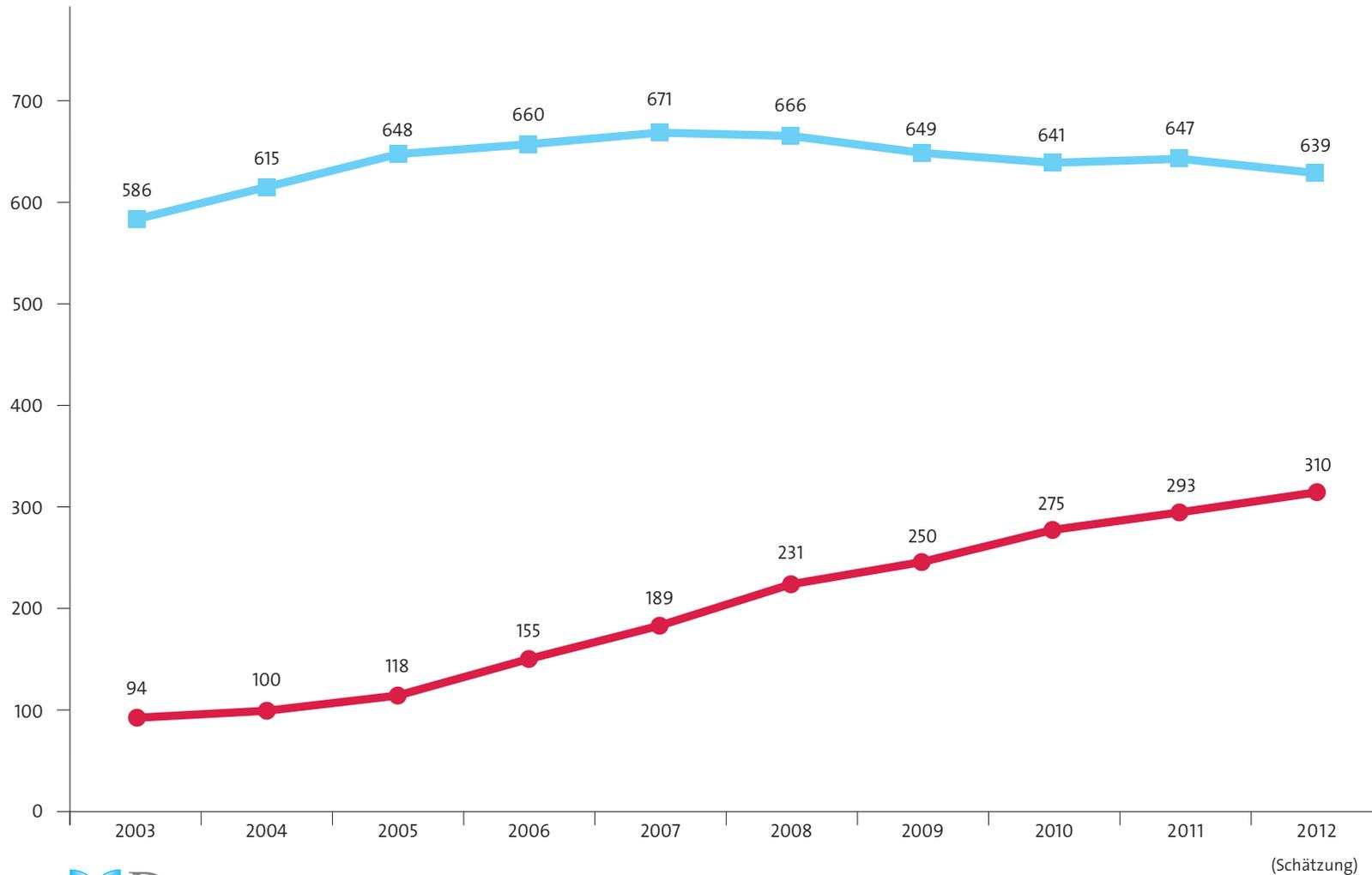


Kapitel III.

Mobilfunkmarkt

Die Zunahme des von Mobilfunkanschlüssen abgehenden Sprachverkehrs gleicht 2012 den Rückgang der von Festnetzanschlüssen abgehenden Gesprächsminuten mehr als aus

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



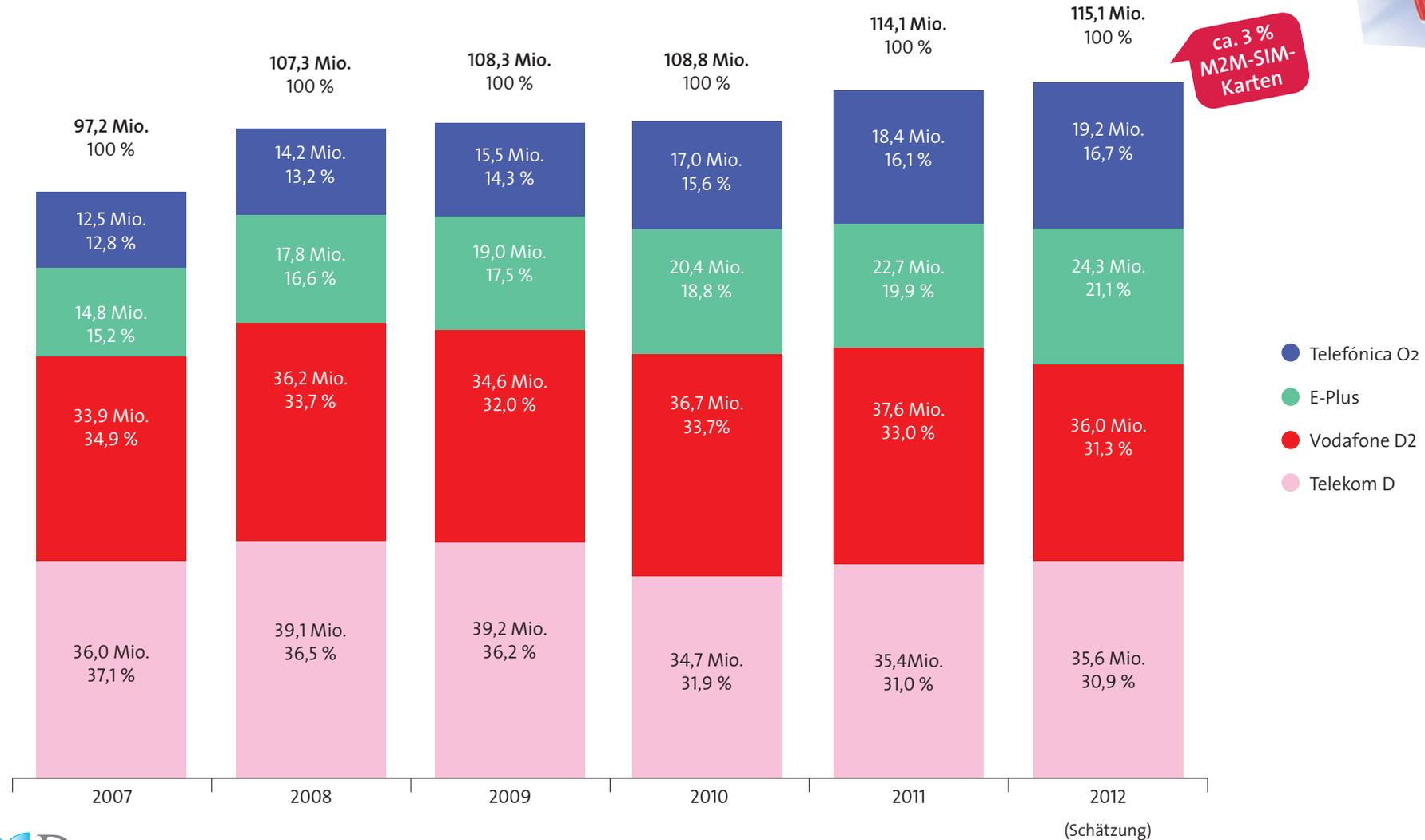
—■— Festnetz
—●— Mobilfunk

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



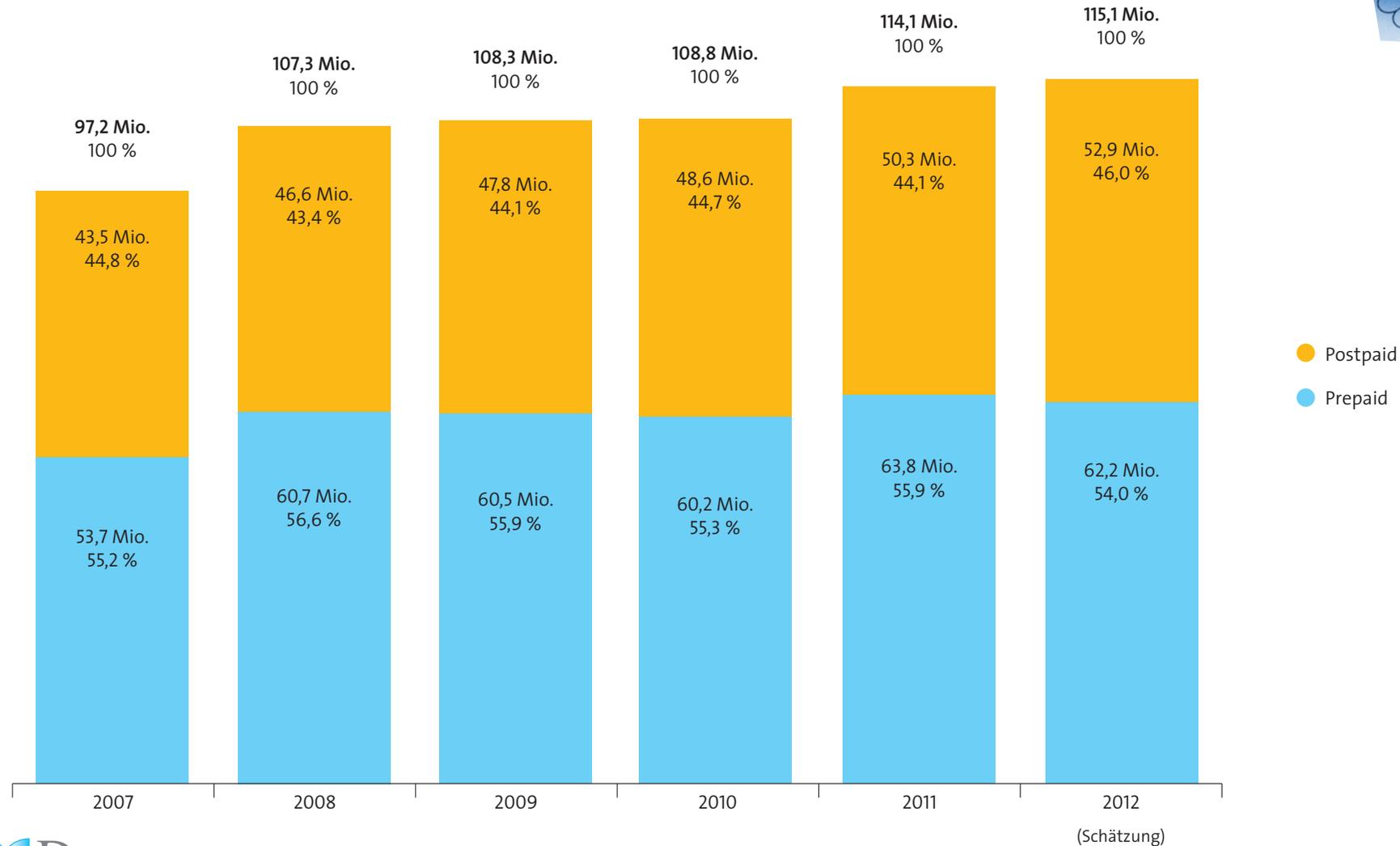
Die Zahl der aktivierten SIM-Karten nimmt 2012 erneut leicht zu – Insbesondere E-Plus und Telefónica O₂ tragen maßgeblich zum Wachstum bei

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



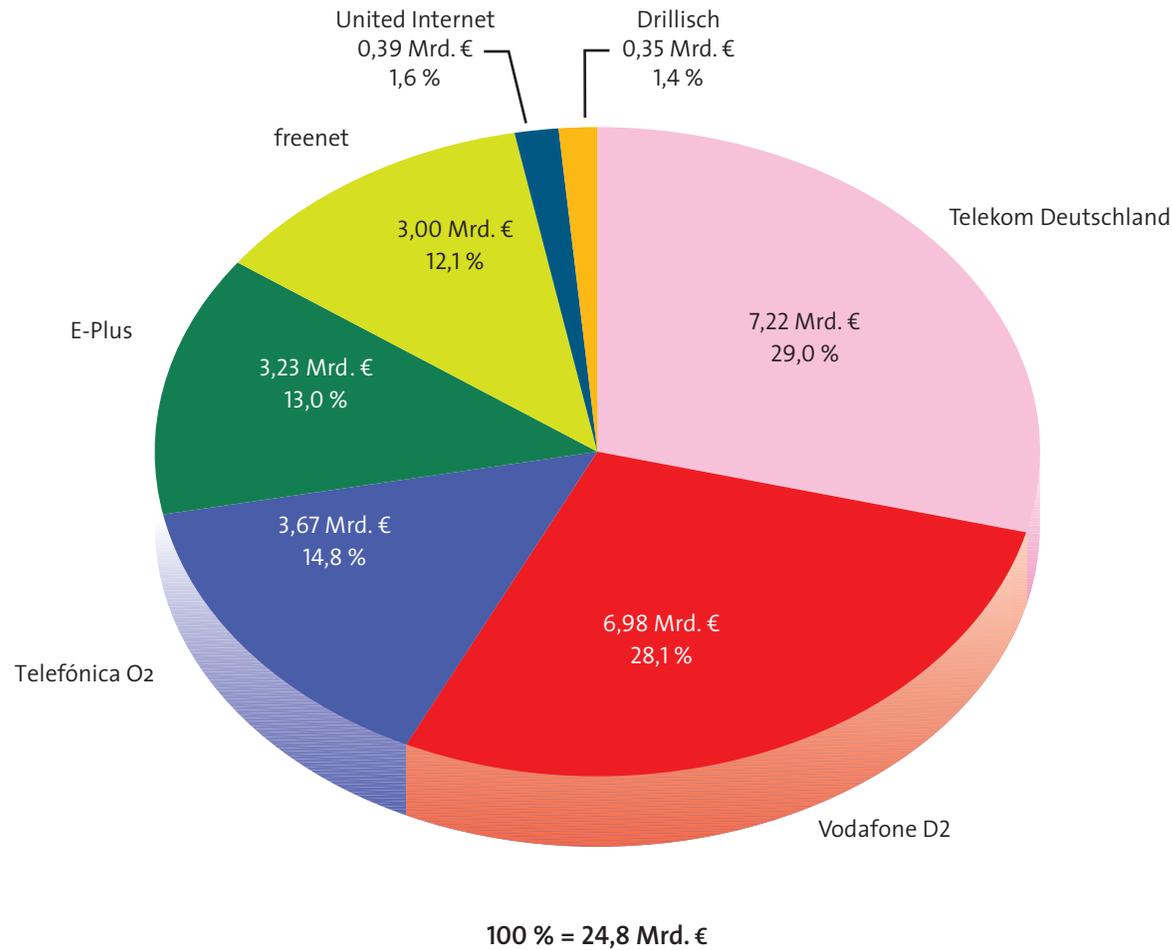
Der Anteil der Kunden, die mobile Telekommunikationsdienstleistungen im Voraus bezahlen, liegt seit Jahren zwischen 54 und 56 Prozent

Abb. 16: Zahl der aktivierten SIM-Karten am Jahresende nach Art der Kundenbeziehung



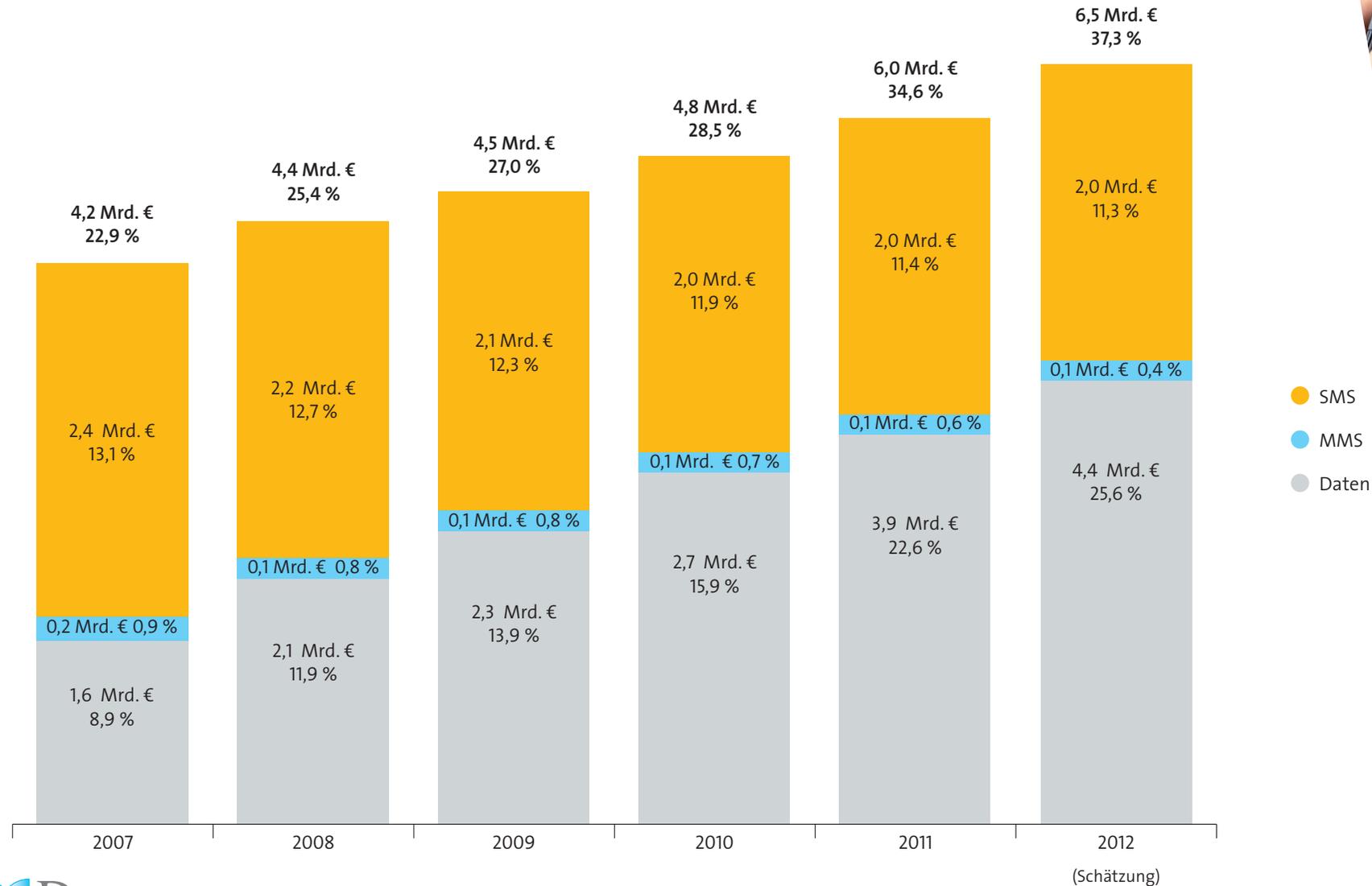
Auf die Telekom und Vodafone entfallen 2012 fast 60 Prozent der Endkundenumsätze im deutschen Mobilfunk

Abb. 17: Mobilfunkumsätze nach Netzbetreibern und Service-Providern
(Schätzung für 2012 inkl. Interconnection, Wholesale und Endgeräte)



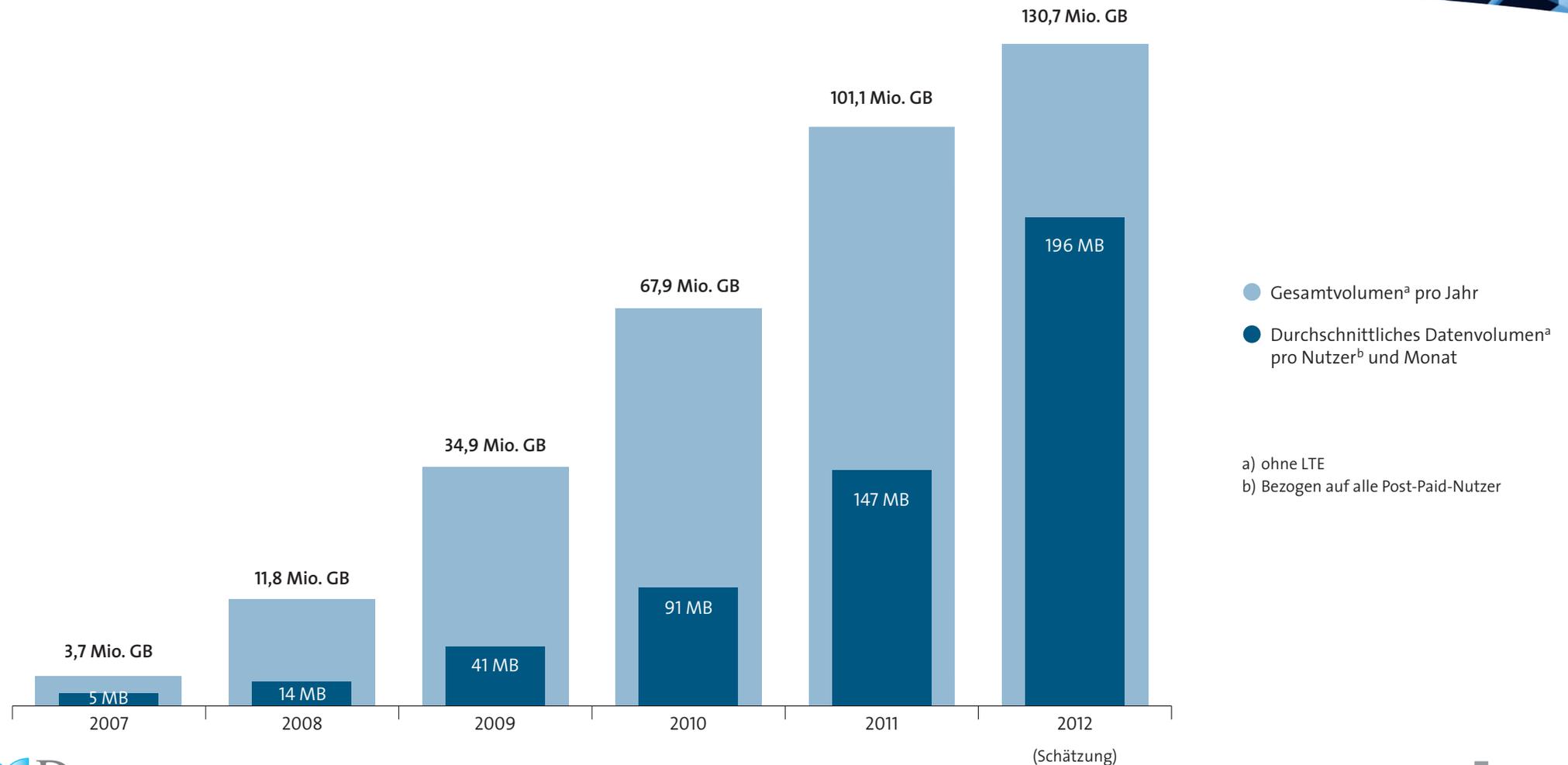
Auch 2012 nehmen die mit Datendiensten zur Realisierung eines mobilen Internetzugangs erzielten Umsätze kräftig zu

Abb. 18: Anteil der Non-Voice-Umsätze an den Mobilfunkdienstumsätzen



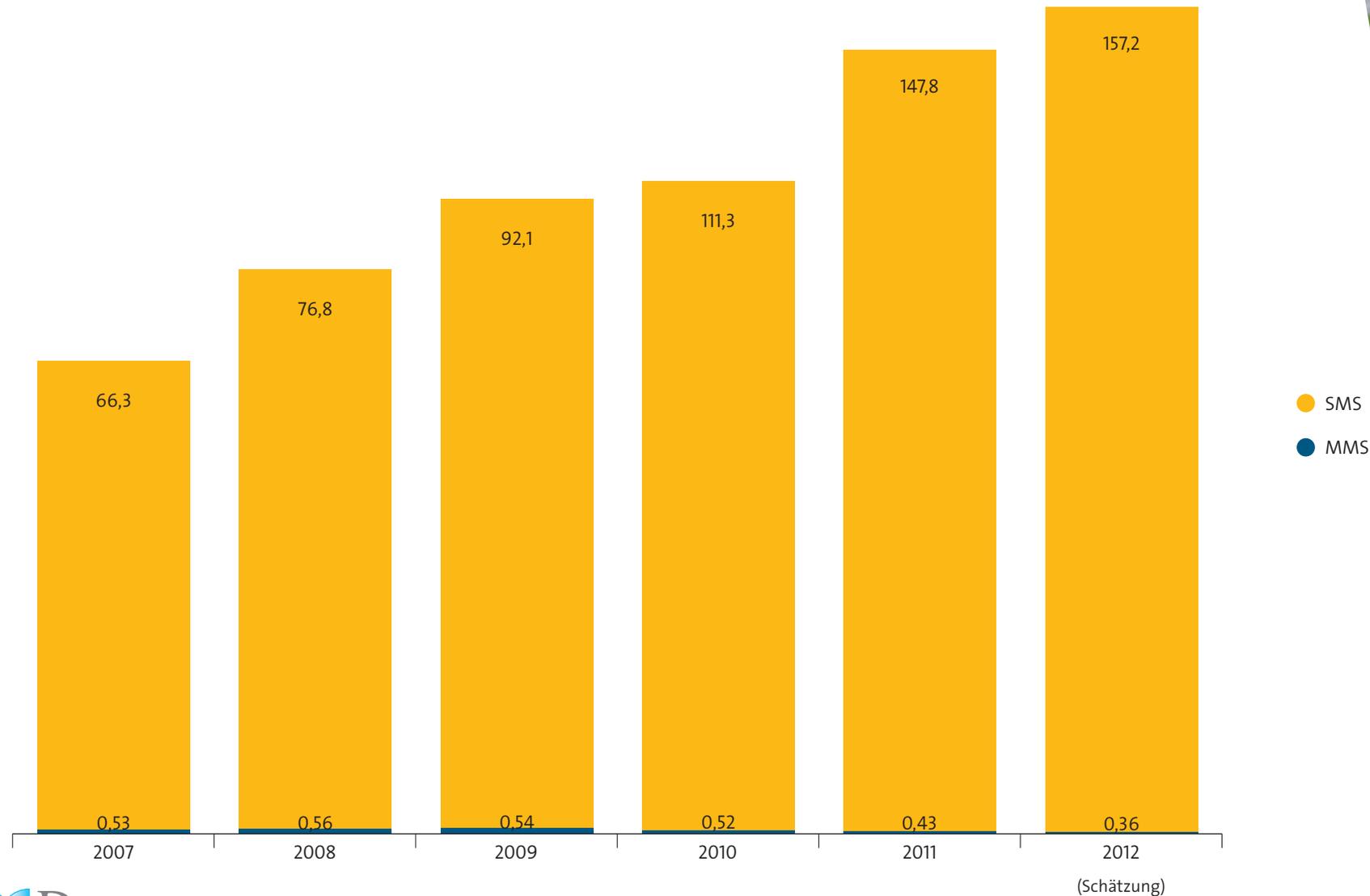
Der Mobilfunknutzer in Deutschland überträgt 2012 durchschnittlich ein Drittel mehr Daten als im Vorjahr – Das Gesamtvolumen hat sich in den vergangenen zwei Jahren fast verdoppelt

Abb. 19: Volumenentwicklung Datenverkehr aus Mobilfunknetzen



Die Zahl der versendeten SMS steigt 2012 weiter auf 157,2 Millionen pro Tag (+6,4 Prozent) – Die Marktrelevanz von MMS ist verschwindend gering

Abb. 20: SMS- und MMS-Nutzung in Mobilfunknetzen in Mio. Nachrichten pro Tag

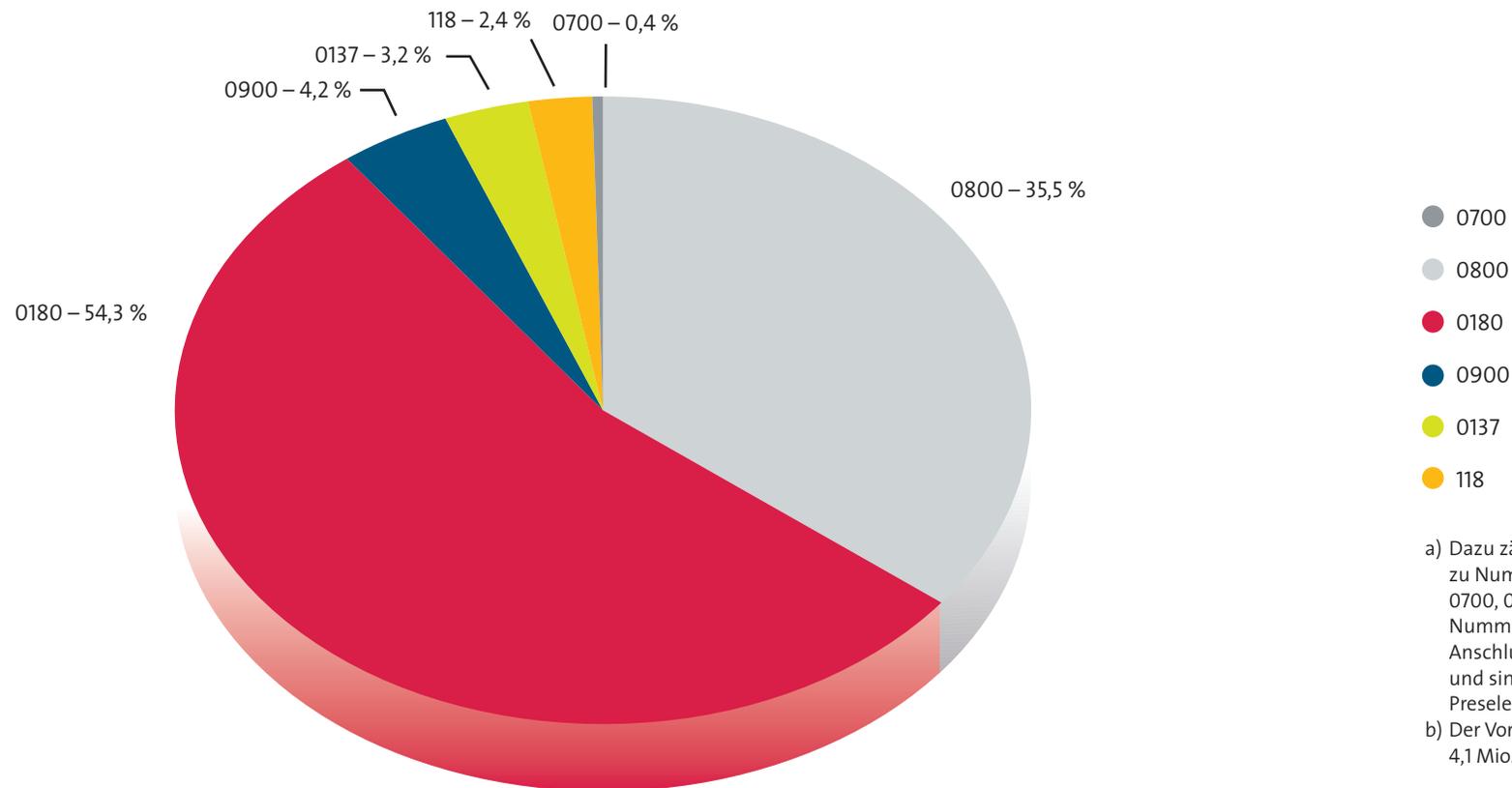


Kapitel IV.

Markt für Mehrwertdienste

Der Absatz von Mehrwertdiensten, die von Telekom-Wettbewerbern angeboten werden, wird durch 0180- und 0800-Nummern dominiert

Abb. 21: Wettbewerber-Minuten mit IN^a- und Auskunftsnummern nach Nummerntyp im Jahr 2012
(Verbindungen zu diesen Nummern, Schätzung)

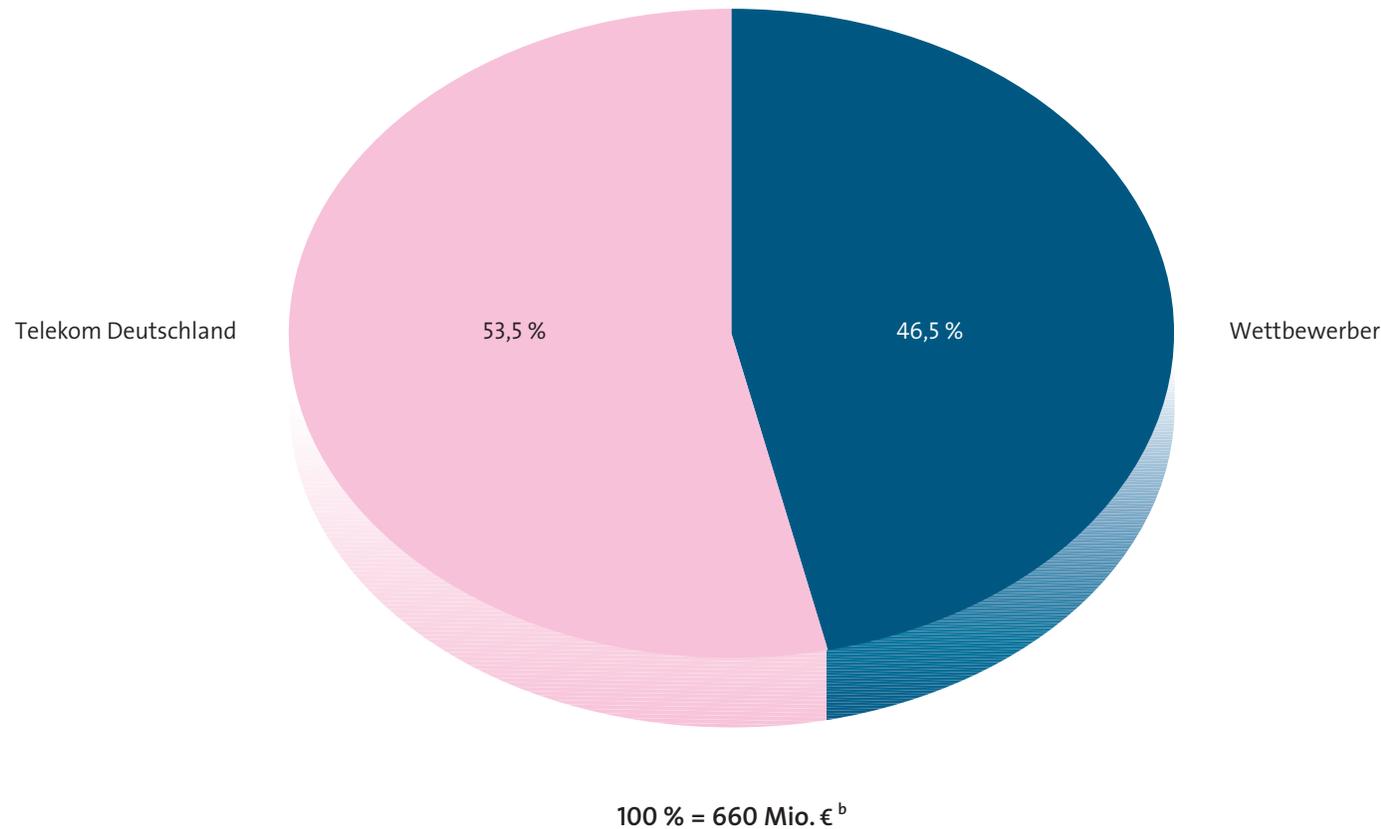


100 % = 4,0 Mio. Min. pro Tag^b

- 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) Der Vorjahreswert belief sich auf 4,1 Mio. Min. pro Tag

Bei den Umsätzen mit Mehrwertdiensten erreichen 2012 alle Wettbewerber zusammen ein leicht kleineres Volumen als die Telekom Deutschland

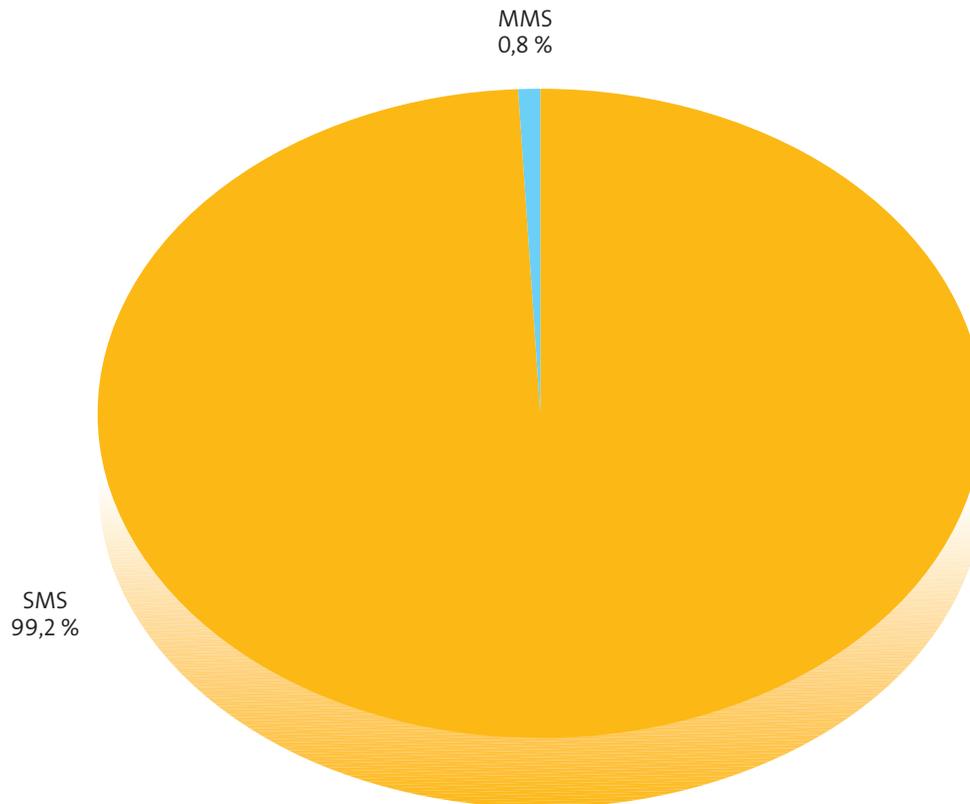
Abb. 22: Umsatz mit IN^a - und Auskunftsnummern im Jahr 2012 (Schätzung)



- 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) Der Vorjahreswert belief sich auf 741 Mio. EUR.

Die Zahl der Premium-SMS/-MMS aus Mobilfunknetzen ist mit täglich 0,5 Millionen im Vergleich zum Volumen an „Standard-SMS/-MMS“ von 157,6 Millionen gering

Abb. 23: Premium-Messaging-Dienste in Mobilfunknetzen im Jahr 2012
(Schätzung)



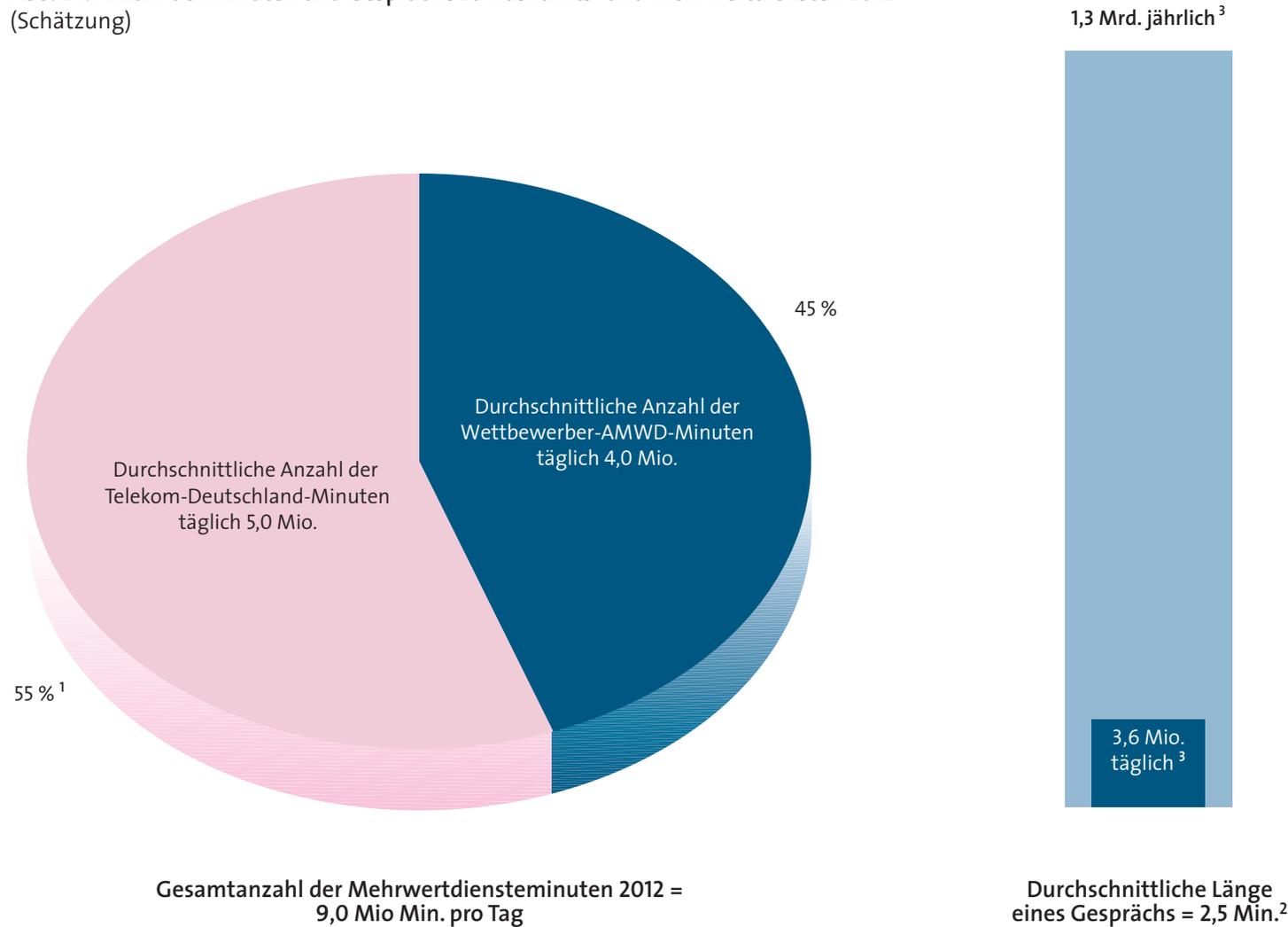
100 % = 480 Tsd. Nachrichten pro Tag

a) Der Vorjahreswert belief sich auf 559 Tsd. Nachrichten pro Tag



Die Kommunikation von Mensch zu Mensch am Telefon spielt weiterhin eine große Rolle – Täglich rufen die Deutschen rund 3,6 Millionen Mal bei Servicernummern an

Abb. 24: Anzahl der Minuten und Gespräche zu Auskunfts- und Mehrwertdiensten 2012 (Schätzung)



- 1) Anteil der DTAG-Minuten im Gesamtmarkt. Abgeleitet aus DIALOG CONSULT / VATM 14. gemeinsame Marktanalyse 2012 und dtms-Analyse
- 2) Abgeleitet aus dtms-Analyse der durchschnittlichen Gesprächslängen
- 3) Anzahl der Gespräche zu Servicernummern ohne die Anrufe bei internen und externen Call Centern auf Georufnummern

„Wir schätzen die VATM-Studie als Feedback-Instrument. Die Entwicklung der Breitbandanschlüsse im Mobilfunk- und Festnetz in Deutschland nimmt weiter zu. Das ist erfreulich, denn die schnelle Verbindung mit dem weltweiten Netz ist so wichtig wie Energie, Wasser und Straßen. Für einen internationalen Spitzenplatz müssen wir aber noch mehr tun.

Innovative Lösungen wie Vectoring-Verfahren und hybride Netze mit Kleinzellen können den Ausbau beschleunigen. Unsere weltweiten Erfahrungen mit kundenspezifischen Lösungen helfen dabei.“

Patrick Langelaan,

*Leiter German Accounts von Alcatel-Lucent,
patrick.langelaan@alcatel-lucent.com*

*Die Marktstudie 2012 wird Ihnen präsentiert
mit freundlicher Unterstützung von*

