

VATM-Jahrbuch 2007/2008

Telekommunikation und Mehrwertdienste in Deutschland



Wichtige Kennzahlen der Wettbewerbsunternehmen

	2006	2007	Veränderung
Umsätze	32,6 Mrd. €	33,0 Mrd. €	+ 1,2 %
Investitionen	3,0 Mrd. €	2,9 Mrd. €	-3,3 %
Mitarbeiter (ohne Zulieferer)	51.500	51.000	-0,9 %
Tägliche Sprachminuten über Voice over IP	28,0 Mio.	55,0 Mio.	+96,4 %
Anzahl Komplettanschlüsse	5,0 Mio.	6,5 Mio.	+30,0 %
Anzahl DSL-Anschlüsse (ohne Reseller)	4,2 Mio.	5,9 Mio.	+ 40,5 %
Anzahl SIM-Karten	54,3 Mio.	59,7 Mio.	+ 9,9 %

Vorwort: Gerd Eickers, Präsident VATM und Mitglied des Aufsichtsrates QSC AG

„1997 – 2007 – 2017 ...“ 6

Rückblick: Jürgen Grützner, Geschäftsführer VATM

„Die Wettbewerbssituation im Telekommunikationsmarkt 2007: kein Grund zu uneingeschränktem Optimismus“ 8

→ José Manuel Durão Barroso, Präsident Europäische Kommission

Die Reform des EU-Telekommunikationsrechts: mehr Wettbewerb für Europas Verbraucher 14

Gastbeitrag

Bilanz „Festnetz – Comeback mit Hindernissen?“

22 **Festnetz/Breitbandzugang**

Statement: Peer Knauer, Vorstandsvorsitzender Versatel AG

„Regulierer muss die richtigen Signale setzen“ 25

Statement: Dr. Alwin Mahler, Vice President Corporate Affairs & Business Development Telefónica Deutschland GmbH

„Regulierung weiterhin von zentraler Bedeutung“ 26

Statement: Thomas Wellhausen, Geschäftsführer envia TEL GmbH

„Ein NGN wird Realität“ 27

Statement: Albrecht Kraas, Chief Technology Officer euNetworks AG

„Alles nur noch ein LAN?“ 28

Statement: Eckhard Spoerr, Vorstandsvorsitzender freenet AG

„Incumbent diskriminiert Wettbewerber weiter durch Marktmacht“ 29

Statement: Dr. Bernd Schlobohm, Vorstandsvorsitzender QSC AG

„Breitband und Konvergenz weiterhin Mega-Trends“ 30

Statement: Hermann Riedl, Geschäftsführer Communication Services TELE2 GmbH

„Worauf es ankommt: benutzerfreundliche Produkte, günstige Preise“ 31

Statement: Utz Wilke, Geschäftsführer Filiago GmbH & Co KG

„Es geht auch ohne DSL: Internet via Satellit“ 32

→ Michael Glos, Bundesminister für Wirtschaft und Technologie

„2008: ein besonderes Jahr für die TK-Branche“ 33

Gastbeitrag

Bilanz „2007: ein Jahr voller Chancen und Herausforderungen“

35 **Mobilfunk**

	Statement: Oliver Steil, Vorstandsvorsitzender debitel AG	
	„Mobiles Internet erreicht Privatnutzer“	38
	Statement: Martin Ostermayer, Geschäftsführer blau Mobilfunk GmbH	
	„Discount boomt!“	39
	Statement: Thorsten Dirks, CEO E-Plus Gruppe	
	„Marktsegmentierung schafft Wachstum“	40
	Statement: Ralph Stegmüller, CEO Kandy Mobile AG	
	„Kinder altersgerecht an das Handy heranführen“	41
Gastbeitrag	→ Interviews mit Klaus-Dieter Scheuerle und Arne Börnsen	
	„Modell für die Liberalisierung anderer Märkte“	42
	„Nutzlose Änderung des Telekommunikationsgesetzes“	45
Auskunfts- und Mehrwertdienste	Bilanz „Die Mehrwertdienste im Jahr 2007“	48
	Statement: Renatus Zilles, Vorsitzender der Geschäftsführung NEXT ID GmbH	
	„Rechtsrahmen für All-IP-Welt weiterentwickeln!“	51
	Statement: Dr. Christian Kühl, Sprecher der Geschäftsführung dtms GmbH	
	„Über den Wert eines Kunden“	52
	Statement: Christian Plätke, Geschäftsführer IN-telegence GmbH & Co. KG	
	„Mehr Transparenz in der Call Center-Branche schaffen!“	53
	Statement: Dr. Andreas Albath, Vorstandsvorsitzender Telegate AG	
	„Lokale Suche‘ = moderne Auskunft“	54
Gastbeitrag	→ Stefan Paul Mechnig, langjähriger Chefkorrespondent Dow Jones Newswires	
	„Die Presse als ständiger Begleiter“	55
Ausrüster/Outsourcing	Bilanz „Kommunikationsdienste brauchen Breitband“	58
	Statement: Omar Khorshed, Vorstandsvorsitzender acoreus AG	
	„10 Jahre danach: der liberalisierte TK-Markt“	60

Statement: Alf-Henryk Wulf, stellvertretender Vorstandsvorsitzender Alcatel-Lucent Deutschland AG	
„Wettbewerb als Innovationsmotor – Innovation für Verbraucher als Herausforderung“	61
Statement: Gerhard Wacker, Geschäftsführer NEXNET GmbH	
„Kommunikation der nächsten Generation“	62
→ Frank Rothauge, TK-Analyst Sal. Oppenheim	Gastbeitrag
„Der Einfluss des Kapitalmarktes auf die Wettbewerbsentwicklung in der deutschen TK-Branche“	63
Bericht aus Berlin: Solveig Orlowski, Leiterin VATM-Büro Berlin	
„Von der TKG-Novelle zur Vorratsdatenspeicherung“	67
Bericht aus Brüssel: Michael Hattermann, Leiter VATM-Büro Brüssel	
„TK-Politik: Brüssel will mehr Einfluss“	68
Bericht aus Washington: Dr. Axel Spies, VATM-„Washington-Office“	
„USA: Carrier fürchten Vorratsdatenspeicherung“	69
Rückblick auf die Pressearbeit: Dr. Eva-Maria Ritter, Leiterin Kommunikation & PR VATM, Wolfgang Heer, Pressesprecher VATM	
„Kommunikation 2007: Wir geben dem Wettbewerb eine Stimme“	70
→ Dr. Nikolaus Mohr und Veit Siegenheim, Geschäftsführer im Bereich Communications & High Tech Accenture	Gastbeitrag
„Die lang beschworene Konvergenz wird real“	72
Erwartungen und Ausblick für 2008: Harald Stöber, Vizepräsident VATM und Vorstandsvorsitzender Arcor AG & Co. KG	
„Die Telekommunikationsmärkte 2008“	76
VATM-Portrait: der Verband stellt sich vor	83
Das Präsidium des VATM	87
Geschäftsstellen und Ansprechpartner	91
Die Mitgliedsunternehmen des VATM	93
Anhang (VATM-Publikationen 2007, Impressum, Abkürzungsverzeichnis, Bildnachweis)	102



Gerd Eickers

Präsident des VATM
und Mitglied des Aufsichtsrates
der QSC AG

→ 1997 – 2007 – 2017 ...

... diese Zahlenkombination steht nicht etwa für eine Telefonnummer oder einen undefinierbaren Nummerncode. Nein, sie soll anlässlich des aktuellen Jahrbuches des VATM die historische Dimension einer Markt- und Wirtschaftsentwicklung symbolisieren, die in der Geschichte der Bundesrepublik bisher beispiellos ist. Denn mit Ablauf des Jahres 2007 begeht nicht nur die wichtigste Interessenvertretung der TK-Branche in Deutschland ihren 10. Geburtstag, auch die Öffnung der deutschen Telekommunikationsmärkte jährt sich am 1. Januar 2008 zum zehnten Mal.

Mit dem Jahreswechsel 1997/1998 setzte ein dramatischer Veränderungsprozess in einem ehemals monopolistisch geprägten Markt ein. Als eine der wesentlichen Strukturreformen in Deutschland zog dies den Aufbau eines neuen Wirtschaftssektors nach sich. Bis heute sorgt diese wohl spannendste wirtschaftspolitische Umwälzung in der jüngeren Geschichte der Bundesrepublik für immer neue Entwicklungen im Markt. Sei es in Form von Markteintritten neuer Unternehmen oder der anhaltenden Innovation im Leistungsangebot von Festnetz- und Mobilfunkanbietern ebenso wie TK-Ausrüstern, Beratungsunternehmen sowie Anbietern von Billingssystemen und anderen Lösungen. Sie alle ermöglichen nicht nur auf der Basis von innovativen Technologien innerhalb der Gesamtwirtschaft hohe Effizienz- und Produktivitätssteigerungen, sondern lassen gleichzeitig die für die Zukunft zu erwartenden Innovationen allenfalls erahnen.

Mit dem Jahrbuch wollen wir unter anderem dieser Entwicklung der vergangenen zehn Jahre Rechnung tragen. Einen Grund zum Feiern hat die Telekommunikationsbranche und mit ihr der VATM in diesem Jahr allemal. Mit 16 neuen Mitgliedsunternehmen hat der VATM zum einen in den vergangenen Monaten einen der größten Mitgliederzuwächse seiner zehnjährigen Geschichte erlebt. Zum anderen bleiben – getrieben durch breitbandige Kommunikation und Voice over IP – die TK-Dienste der Wettbewerber weiter auf Wachstumskurs – trotz des erstmals seit der Liberalisierung festzustellenden Umsatzrückgangs des Gesamtmarktes von rund 2,6 Prozent. In vielen Fällen spielt dabei eine Rolle, dass die Verbraucher aufgrund von Flatrates und Pakettarifen deutlich mehr kommunizieren. Beim Umsatz der Wettbewerber fängt das Mengenwachstum die Preisreduzierungen im Festnetz ab.

Die Deutsche Telekom (DTAG) profitiert ebenfalls vom Wettbewerb. Im Festnetz immer noch der marktbeherrschende Anbieter, verdient sie mit den von den Wettbewerbern in Anspruch genommenen Vorleistungsprodukten auch beim Wechsel von Festnetzkunden weiterhin kräftig mit. Auch zehn Jahre nach der Marktöffnung verbleiben fast drei Viertel der Wertschöpfung im Festnetz bei der Deutschen Telekom. Die Abhängigkeit der Wettbewerber von den Vorprodukten der DTAG trägt somit zur Stabilisierung ihrer Umsätze bei.

Ein weiteres Highlight: Die Investitionen der Branche von knapp sechs

Mrd. Euro verharren weiter auf hohem Niveau und werden auch in diesem Jahr wieder etwa zur Hälfte von den Wettbewerbern getragen. Voraussetzung für eine Fortsetzung dieser Erfolgsstory im Wettbewerb sind verlässliche und wettbewerbsfördernde Rahmenbedingungen. Nur dann können die Wettbewerber auch weiterhin einen wesentlichen Teil der Arbeitsplätze im Markt, insbesondere auch bei der Zuliefererindustrie, sichern. Dabei liegt die Produktivität der Mitarbeiter der Wettbewerbsunternehmen mit durchschnittlich 639.000 Euro pro Kopf etwa dreimal so hoch wie die der Deutschen Telekom.

Ganz oben auf der politischen Agenda steht die schnelle Schließung der weißen Flecken auf der deutschen Breitbandkarte. Breitbandanschlüsse über Satellit, Funk und die Stromversorgung erweisen sich zwar für immer mehr Gemeinden und Kommunen als Ausweg aus der DSL-Diaspora, von einer flächendeckenden Lösung dieses drängenden gesellschaftspolitischen Problems sind wir aber immer noch weit entfernt. Nur die verstärkte Verbreitung innovativer Anslussttechnologien, die gerade von mittelständischen Unternehmen angeboten werden, kann – etwa durch den vereinfachten Zugang zu Eigenkapital und eine zeitnahe, neutrale Vergabe von Fördermitteln – Abhilfe schaffen. Eine wichtige Rolle spielen dabei die Funkfrequenzen im UHF-Band, die bei der Digitalisierung des Rundfunks frei werden. Wenn nur ein kleiner Teil dieser Frequenzen für die Breitbandversorgung im ländlichen Raum genutzt werden könnte, müsste dies gerade

für die Rundfunkanstalten von größtem Interesse sein, die seit Jahren selbst mit ihren Angeboten ins Internet drängen und dort enorme Kapazitätsressourcen in Anspruch nehmen.

Hochkarätige Experten und Gastkommentatoren kommen in diesem Jahrbuch zu Wort: Spitzenpolitiker auf nationaler und europäischer Ebene ebenso wie Regulierer „der ersten Stunde“, Journalisten ebenso wie Analysten. Sie alle beleuchten mit ihrer Expertise Positionen und Entwicklungen im Markt – durchaus auch kritisch. Einer Gesamtübersicht des Marktes folgen vertiefende Darstellungen aus einzelnen Marktbereichen. Geschäftsführer und Vorstände unserer Mitgliedsunternehmen geben dabei ihre spezifische Sicht der aktuellen Marktsituation wieder.

Das VATM-Jahrbuch vermittelt Ihnen somit auch für 2007/2008 wieder einen umfassenden Überblick über wirtschaftliche Kennzahlen, ökonomische Aktivitäten der Anbieter, Gesetzes- und Regulierungsvorhaben sowie wichtige Trends und Entwicklungen in der deutschen Telekommunikationsbranche.

Damit möchten wir nicht zuletzt zum weiteren Diskurs anregen und den konstruktiven Dialog im Rahmen der spannenden Entwicklung der Telekommunikationsmärkte fortsetzen.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Gerd Eickers,
Präsident des VATM



Jürgen Grützner
Geschäftsführer des VATM



→ Die Wettbewerbssituation auf den TK-Märkten 2007: kein Grund zu uneingeschränktem Optimismus

Insgesamt gesehen war das Jahr 2007 aus Sicht des Wettbewerbs durchaus positiv, wenngleich der Wettstreit um Marktanteile seitens des Ex-Monopolisten wieder mit Haken und Ösen geführt wurde. Die vergangenen zwölf Monate waren so auch geprägt von einem ständigen Kampf der alternativen Anbieter um faire Wettbewerbsbedingungen. Eine emotionslose Betrachtung der Telekommunikationsmärkte zeigt, dass Deutschland in puncto Wettbewerb zwar besser geworden ist, dass diese Entwicklung aber im europäischen Gleichklang erfolgt ist. Gerade gegenüber den wichtigsten Industrienationen haben wir deutlich weniger aufgeholt als bei besseren regulatorischen Rahmenbedingungen möglich gewesen wäre.

So haben die Wettbewerber zwar auch 2007 wieder Marktanteile hinzugewonnen. Gerade bei den Infrastruktur-Anbietern ist dies aber die Grundvoraussetzung dafür, dass Wettbewerb angesichts der nach wie vor bestehenden Marktmacht des Ex-Monopolisten überhaupt funktionieren kann.

Telekom behandelt Wettbewerber-Kunden wie Verbraucher zweiter Klasse

In diesem Zusammenhang ist es schon fast skandalös, dass es der Telekom in den letzten Quartalen zunehmend gelungen ist, durch eine Hinhalte-Strategie bei der Umschaltung der Teilnehmeranschlussleitungen Wettbewerber-Kunden schlechter zu behandeln als die eigenen. Über 100.000 Kunden alternativer An-

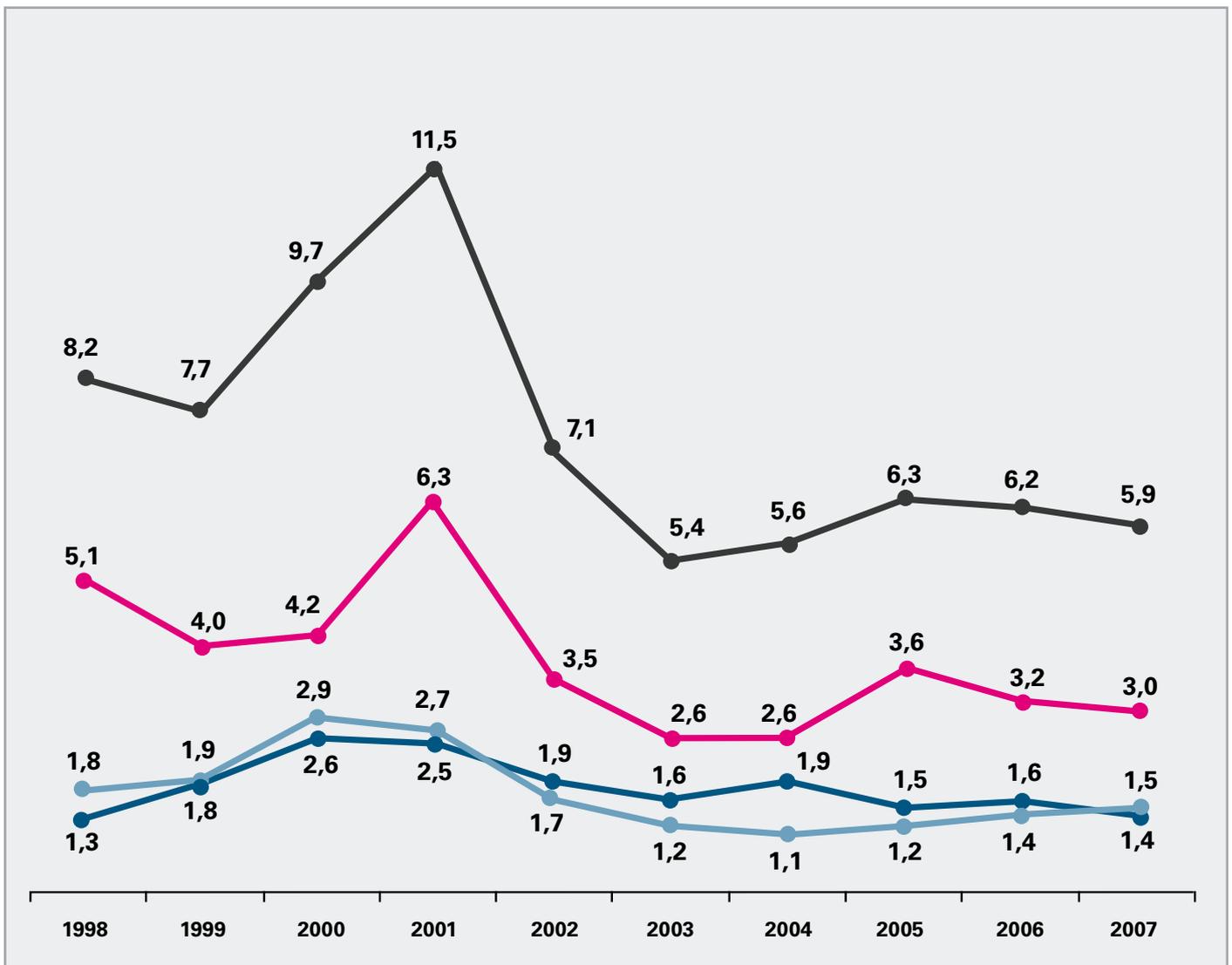
bieter hängen in der Warteschleife, während der Incumbent die eigenen Kunden innerhalb weniger Tage auf DSL-Niveau bringt.

Schlimmer noch: Wie vom VATM bereits 2006 befürchtet, gestaltet die Telekom ihre Kundenverträge zunehmend wettbewerbsverhindernd. So hatten nach Angaben des Bonner Konzerns 2006 erst drei Prozent der Kunden langfristige Verträge, im dritten Quartal 2007 aber schon 73 Prozent, Tendenz weiter steigend. Tausende Kunden, die zu den Wettbewerbern wechseln wollten, mussten bereits abschlägig beschieden werden, da sie sich – oftmals ohne dies zu wissen – mit einem Breitbandvertrag der Telekom für zwei Jahre an den Ex-Monopolisten gebunden hatten – mit automatischer Verlängerung um jeweils ein weiteres Jahr. Solche Spielregeln sind in ganz Europa einmalig. Die Bundesnetzagentur kennt diese Entwicklung und kann sogar bewerten, was die Erhöhung der Langzeitverträge für den Wettbewerb in Deutschland bedeutet.

Die kurzfristigen Auswirkungen dieser Strategie der Wettbewerbsbehinderung werden gerade erst spürbar. Und so ist es nicht verwunderlich, dass die EU-Kommission – nach dem gescheiterten Versuch der deutschen Politik, der Telekom Regulierungsfreien für den VDSL-Ausbau einzuräumen – ein weiteres Mal alarmiert ist und die Entwicklung in Deutschland äußerst kritisch beobachtet. Zu Recht hat sie für das abgelaufene Jahr darauf hingewiesen, dass die hohen Marktanteile der Wettbewerber ins-

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

Investitionen in Telekommunikations-Sachanlagen
(in Mrd. Euro)



Quelle: DIALOG CONSULT/VATM-Analysen und -Prognosen

Investitionen gesamt^{a)}
 DT-Festnetz und Mobilfunk
 Wettbewerber Mobilfunk
 Wettbewerber Festnetz

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

besondere auf der guten Entwicklung der Reseller-Angebote basieren, also von Unternehmen, die fast komplett die Vorleistungen der Telekom einkaufen. Diese belassen die Wertschöpfung zu über 90 Prozent beim ehemaligen Staatsunternehmen und stehen damit in höchster Abhängigkeit von der Vorprodukt- und Preisgestaltung des Ex-Monopolisten.

Wettbewerb bleibt weiterhin anfällig für Marktverdrängungsstrategien des Ex-Monopolisten

Telekom-Chef Obermann hat hier in erstaunlich kurzer Zeit nach Amtsübernahme die Strategie des Konzerns neu ausgerichtet. Zunächst beendete er den Kuschelkurs mit einigen ausgesuchten Resellern, die mit nicht-regulierten und überaus großzügigen Preisabschlägen eine zusätzliche harte Konkurrenz zu den Teilnehmernetzbetreibern gebildet hatten. Nach eigenen Angaben der Telekom waren die Anschlusszahlen bei den eigenen Kunden im DSL-Bereich auf drei Prozent abgesunken, bevor Obermann das Ruder herumriss. Heute liegen sie bei über 40 Prozent, Tendenz seit Monaten weiter steigend. Der Grund hierfür ist, dass mit der neuen Produktgestaltung nicht nur die Reseller, sondern auch die Teilnehmernetzbetreiber und damit die Infrastrukturwettbewerber in die Enge getrieben werden sollen.

Wenn der Regulierer diese Entwicklung toleriert und gar wieder wachsende Marktanteile des Ex-Monopolisten ignoriert, dann werden die Unternehmen es nicht schaffen, ihre Netz-Infrastruktur ausreichend auszulasten und so die getätigten Infra-

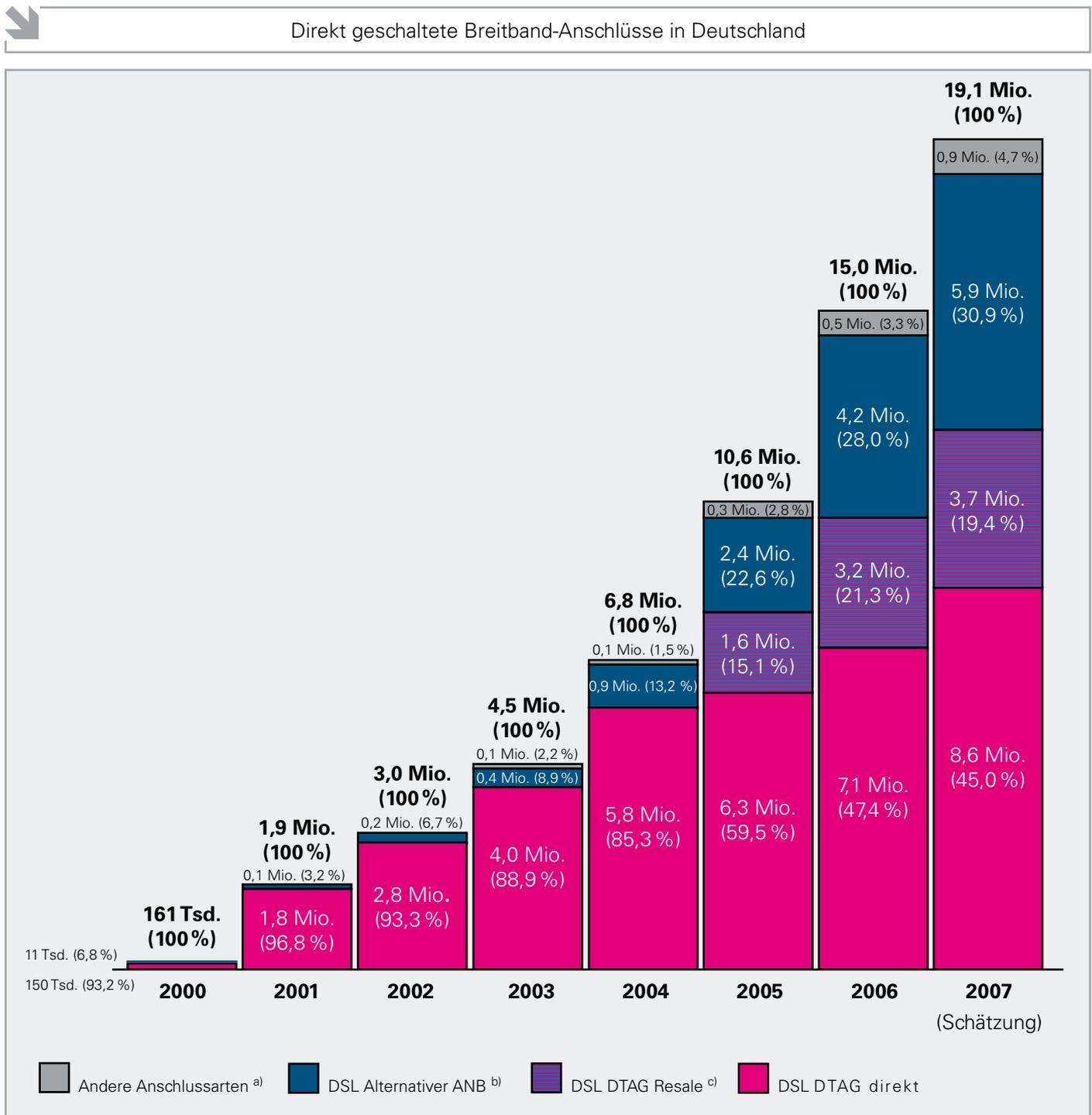
struktur-Investitionen in Milliardenhöhe zurückzuerwerben.

Europäische Regulierungsbehörde bringt keine zusätzlichen Wettbewerbsimpulse

Was die EU-Kommission in dieser Situation vorschlägt, ist allerdings ebenfalls in höchstem Maße kritisch zu hinterfragen und bedarf deutlicher Korrekturen, wenn man es mit der Zielsetzung, für mehr Wettbewerb sorgen zu wollen, wirklich ernst meint. Die mit der vorgelegten Märkteempfehlung geplante Ausnahme von elf Märkten aus der Ex ante-Regulierung ist rein politisch bedingt und durch die tatsächliche Entwicklung der Märkte nach den Untersuchungsergebnissen der Kommission selbst aus dem Sommer 2007 nicht gerechtfertigt. Nach EU-Recht müssen die Länder, in denen Wettbewerb besteht, die Märkte ohnehin aus der Ex ante-Regulierung herausnehmen. In den Ländern, in denen kein hinreichender Wettbewerb besteht, wird durch die Ausnahme aus der Empfehlung aber die Vorab-Regulierung extrem erschwert. Obwohl sich dort an der realen Wettbewerbssituation nichts verändert hat, wird aus der Regel Ex ante-Regulierung per Empfehlung die nun besonders zu begründende Ausnahme im Einzelfall. In dieser Situation unter Hinweis auf nicht effiziente Regulierung in den Mitgliedsstaaten eine europäische Regulierungsbehörde zu fordern, schafft nur neue Bürokratie, jedoch keinen zusätzlichen Impuls für den Wettbewerb.

Der VATM wird mit gut begründeten Vorschlägen versuchen, die Wettbe-

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



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-Teilnehmeranschlussleitungen) betreiben.

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

werbsentwicklung auf nationaler wie europäischer Ebene stabil zu halten.

2008: Digitale Spaltung bekämpfen

Eine der wichtigsten Baustellen für die Zukunftsfähigkeit von Deutschland und Europa ist die Beseitigung der weißen Flecken auf der Breitbandkarte. Allein in Deutschland sind derzeit rund fünf Millionen Bürger nicht mit modernen breitbandigen Kommunikationsinfrastrukturen versorgt, wenn man als Kriterium eine Mindestbandbreite von einem Megabit pro Sekunde zugrunde legt.

Mit dem zu erwartenden weiter wachsenden Bandbreitenbedarf wird die Zahl der nicht ausreichend versorgten Gebiete weiter zunehmen, wenn nicht gezielt und schnell gegengesteuert wird. Wenn gleichzeitig die Telekom in ausgewählten Ballungsgebieten Bandbreiten von bis zu 25 Megabit pro Sekunde, künftig vielleicht sogar 100 Megabit, bereitstellen will, während zehn Kilometer weiter am Stadtrand oder auf dem Land gerade mal doppelte ISDN-Geschwindigkeit das Surfen zu einer frustrierenden Angelegenheit macht, muss 2008 zum Jahr des Kampfes gegen die digitale Spaltung ausgerufen werden!

Der VATM hat dazu gemeinsam mit den kommunalen Spitzenverbänden einen Masterplan entwickelt und vorgelegt, der in den kommenden Monaten in Zusammenarbeit mit dem Bundeswirtschaftsministerium schnellstens in die Realität umgesetzt werden soll.

Kunden profitierten auch 2007 wieder vom Wettbewerb

Endverbraucher und Geschäftskunden profitierten auch in den vergangenen zwölf Monaten wieder von mehr Leistungsvielfalt und weiter sinkenden Preisen. So führte unter anderem die Absenkung der Roaming-Gebühren dazu, dass der Preisindex für Handy-Telefonate gut zweieinhalb Prozent niedriger lag als 2006.

Bei der Internetnutzung wirkten sich zwei gegenläufige Entwicklungen zugunsten des Verbrauchers aus: Während sich die verfügbaren Bandbreiten abermals erhöhten und der Großteil der Verbraucher mit Geschwindigkeiten zwischen zwei und sechs Megabit pro Sekunde surfen kann, sanken die für die Internetnutzung zu entrichtenden Preise im Vergleich zum Vorjahr um rund sechs Prozent.

Das Zusammenwachsen der Kommunikationstechnologien in Festnetz und Mobilfunk, Stichwort Konvergenz, macht sich für die Endkunden immer stärker in konkreten Produkten und Anwendungen bemerkbar. So bieten beispielsweise IP- oder Handy-TV sowie individualisierte Kommunikation dem Kunden neue Möglichkeiten. Der stark wachsende Anteil von Voice over IP trägt zunehmend zur Konvergenz bei, weil immer mehr Dienste auf einer Infrastruktur verfügbar gemacht werden können.

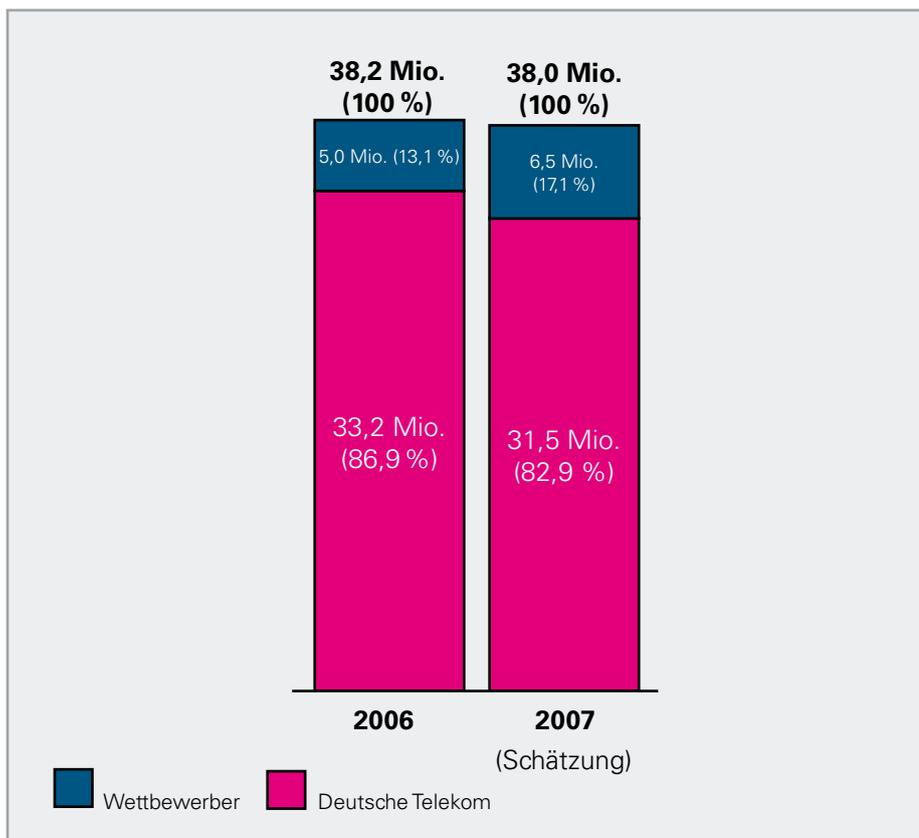
Mit den verbesserten Kundenschutzbestimmungen bei den Mehrwertdiensten gibt es heute auch in Deutschland für Kunden und Unter-

nehmen ein modernes Instrumentarium zur Verbesserung der Kundenbetreuung und -pflege. Dabei wird die Qualität fortlaufend verbessert und die Preise werden günstiger.

bringt – vorausgesetzt, Politik und Regulierer kommen ihrer Aufgabe nach, für fairen und diskriminierungsfreien Zugang zu den Bottleneck-Ressourcen – insbesondere beim anstehenden Umbau der TK-Netze auf

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

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



Quelle:
DIALOG CONSULT/VATM-Analysen
und -Prognosen

Auch 2008 werden die Verbraucher von den Segnungen profitieren können, die der Wettbewerb auf den Telekommunikationsmärkten mit sich

Next Generation Networks – zu sorgen. Dafür wird sich der VATM wie in der Vergangenheit mit aller Kraft einsetzen.



José Manuel Durão Barroso
Präsident der
Europäischen Kommission



→ Die Reform des EU-Telekommunikationsrechts: Mehr Wettbewerb für Europas Verbraucher

Am 13. November 2007 hat eine neue Zeitrechnung für Europas Telekommunikationsrecht begonnen. Die Europäische Kommission hat im Rahmen einer Gesamtrevision des EU-Binnenmarktes und auf Initiative von Viviane Reding, EU-Kommissarin für Informationsgesellschaft und Medien, vorgeschlagen, den entscheidenden Schritt zu einem echten, wettbewerbsgeprägten und wettbewerbsfähigen europäischen Binnenmarkt für Telekommunikations-Unternehmen und für Verbraucher von Telekommunikationsdienstleistungen zu wagen. Für 500 Millionen europäische Bürger eröffnet dies die Perspektive von innovativen, schnellen und preislich attraktiven paneuropäischen Kommunikationsdiensten, die zwischen Südpotugal und Nordfinnland angeboten werden, unabhängig davon, wo sich der Verbraucher gerade aufhält, ob zu Hause oder auf Reisen im EU-Ausland oder unterwegs per Bahn, Schiff oder Flugzeug. Über diese Vision und über die Zukunft der europäischen Telekommunikationsregulierung hat inzwischen eine intensive Debatte im Europäischen Parlament und unter den Mitgliedstaaten eingesetzt, die bis Ende dieses Jahrzehnts erfolgreich abgeschlossen sein soll.

Zunehmende Europäisierung der Telekom-Märkte

Vor allem in Deutschland werde ich in diesen Tagen gelegentlich gefragt, warum sich Europa überhaupt mit Telekommunikationsfragen befasst. Steckt dahinter nicht, wie teilweise behauptet wird, das „zentralistische Machtstreben Brüsseler Bürokraten“?

Die Wahrheit ist sehr viel schlichter. Hinter der zunehmenden Europäisierung des Telekommunikationsrechts steht an erster Stelle die technische Entwicklung. Radiofrequenzen kennen keine Ländergrenzen. Und das Internet-Protokoll hat keine Staatsangehörigkeit. Telekommunikationsfragen machen damit bereits aus technischen Gründen nicht an nationalen Grenzen halt und erfordern europäische, teilweise sogar globale Antworten.

Die technischen Möglichkeiten haben auch erhebliche wirtschaftliche Konsequenzen. Deutsche, französische, britische, holländische, italienische, spanische, polnische Telekommunikationsunternehmen – ob ehemalige Staatsunternehmen oder neue Marktteilnehmer – entwickeln zunehmend ein Interesse, ihre Dienste (Mobiltelefonie, Breitbandkommunikation, Internet-Telefonie, Handy-TV) in mehreren Ländern anzubieten. Plurinationale oder gar paneuropäische Telekommunikationsunternehmen sind im Entstehen begriffen. Heute erzielen Europas Telekommunikationsunternehmen durchschnittlich bereits ein Drittel ihrer Erlöse aus Tätigkeiten in einem anderen Mitgliedstaat als ihrem Heimatland. Bemerkenswert ist dabei, dass besonders die früher staatlichen Unternehmen, die auf ihren Heimatmärkten infolge des wachsenden Wettbewerbsdrucks Marktanteile abgeben müssen, dies zunehmend durch eine aktive Auslandsstrategie auszugleichen suchen. So ist das europäische Geschäft der früher staatlichen Unternehmen aus Schweden, Spanien und Frankreich mit mehr als 40 Prozent der EU-Geschäftstätigkeit im Ausland

am stärksten geografisch diversifiziert. Bereits heute haben zudem Fusionen und Übernahmen auf Europas Telekommunikationsmarkt – der 2006 mit Festnetz-Telefonie, Mobilfunk-Telefonie, Festnetz-Datendiensten und Kabeldiensten einen Gesamtumsatz von rund 290 Mrd. Euro verzeichnete – ein jährliches Volumen von bis zu 70 Mrd. Euro.

Diese Entwicklung ist grundsätzlich zu begrüßen. Europas Telekommunikationsunternehmen sind offenbar dabei, die Größenvorteile, die Europas Binnenmarkt sowie die technologische Entwicklung bieten, proaktiv zu nutzen, um ihre heimische wie internationale Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Diese marktgetriebene Entwicklung zu neuen „europäischen Champions“ der Telekommunikation erfordert allerdings zugleich einen europäischen Ordnungsrahmen, um einen effektiven grenzüberschreitenden Wettbewerb zu gewährleisten und sicherzustellen, dass Europas Verbraucher weiterhin von einer Vielfalt von erschwinglichen Telekommunikationsdienstleistungen profitieren.

Man sollte nicht vergessen, dass es des ständigen Drucks der EU bedurfte, um – trotz anfangs manchen Widerstands gerade bei den etablierten Betreibern – die kontinuierliche Öffnung der nationalen Telekommunikationsmärkte in Europa möglich zu machen. Die erste Etappe war die gemeinsame Entscheidung aller EU-Staaten zur progressiven Liberalisierung der damals staatlichen Telekommunikationsmonopole Ende der 1980er-Jahre, die 1998 abgeschlossen wurde. Im

Jahre 2002 folgte als zweite Etappe der Übergang zu einem auf das Wettbewerbsrecht gestützten Ordnungsrahmen für die nationalen Telekommunikationsmärkte. Mittlerweile haben wir die dritte und letzte Etappe dieses Prozesses erreicht: den Übergang von 27 sehr unterschiedlichen nationalen Telekommunikationsordnungen, die mit der technischen und wirtschaftlichen Entwicklung nur noch mit Mühe Schritt halten, zu einem gemeinsamen Ordnungssystem für Europas Telekommunikations-Binnenmarkt.

Neue Marktteilnehmer und Verbraucher als Gewinner der EU-Telekommunikationsliberalisierung

Profitiert haben von Marktöffnung und Wettbewerb bisher insbesondere neue Marktteilnehmer. Während die vormals staatlichen Monopolunternehmen schrittweise ihre dominante Position abbauen mussten, sind neue Marktteilnehmer zu einer festen, sehr dynamischen Größe auf Europas Telekommunikationsmärkten geworden. 2006 verfügten neue Marktteilnehmer auf dem attraktiven Breitbandmarkt bereits über einen durchschnittlichen Marktanteil von 40,7 Prozent in der EU. Im deutschen Festnetz wie im Mobilfunkbereich zeichnen neue Marktteilnehmer wie die Mitglieder des Verbands der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM) heute für gut ein Viertel aller Investitionen verantwortlich und beschäftigen in Deutschland mehr als 50.000 sehr produktive Mitarbeiter. Vor allem aber der europäische Verbraucher ist der Gewinner von Marktöffnung und Wettbewerb.

So sind im Festnetz die Kosten eines dreiminütigen Telefongesprächs in der EU seit 2000 um 65 Prozent, die eines zehnminütigen Telefonats sogar um 75 Prozent gesunken. Der Preis eines Mobilfunkgesprächs reduziert sich jährlich um rund 14 Prozent. Die von Europa angetriebene Telekommu-

anerkannt hat, indem er ein eigenes Büro in Brüssel eröffnet hat. Ich hoffe, dass dies es dem VATM ermöglicht, mehr noch als bisher die europäische politische Entwicklung vor Ort mitzuvollziehen und auch ein Stück mitgestalten zu können.



Barroso: „Telekommunikationsfragen erfordern europäische Antworten.“

nikations-Liberalisierung ist daher bisher eine wahre Erfolgsgeschichte für alle Nutzer von Telekommunikationsdienstleistungen, ob Unternehmen oder Privatverbraucher. Sofern Europa diesen Weg fortsetzt, sind für die Verbraucher allein bis zum Jahr 2010 Einsparungen von weiteren elf Prozent der Telekommunikationskosten zu erwarten.

Telekommunikationsfragen sind heute somit zumindest meistens auch europäische Fragen. Oder jedenfalls Fragen, die in einem europäischen Rahmen, – wenn auch nicht immer notwendig in Brüssel – entschieden werden müssen. Ich begrüße es, dass der VATM diesen europäischen Hintergrund im Jahr 2007 ausdrücklich

Die Eckpunkte der EU-Telekommunikations-Reform 2007

Die Europäische Kommission möchte die Erfolgsgeschichte von Marktöffnung und Wettbewerb im Interesse des europäischen Verbrauchers fortsetzen und auf den gesamten Europäischen Binnenmarkt mit seinen heute 27 Mitgliedstaaten erweitern, um über Größenvorteile und ein rechtliches „Level Playing Field“ neue Dynamik, mehr Wachstum, neue Investitionen und bessere Verbraucherleistungen zu erreichen. Vor diesem Hintergrund haben wir – nach intensiver öffentlicher Diskussion, an der sich auch der VATM aktiv beteiligt hat, und einer eingehenden Folgenabschätzung – am 13. November eine Reform des europäischen Telekommunikati-

onsrechts vorgeschlagen, um dieses an die technologische und wirtschaftliche Entwicklung anzupassen.

Aus der Vielzahl der Neuerungen, die in diesen Tagen im Europäischen Parlament und im Rat der Telekommunikationsminister erörtert werden, möchte ich im Folgenden die sechs wichtigsten Eckpunkte dieser Reform herausgreifen:

- Konzentration auf Wettbewerbsengpässe: Auf vielen Endkundenmärkten (vor allem bei Festnetzdiensten) haben sich in den vergangenen Jahren dank wirksamer Regulierung auf der Vorleistungsebene zunehmend effektiver Wettbewerb und günstigere Verbraucherpreise eingestellt. Ein Trend zu effektivem Wettbewerb lässt sich auch auf einigen der bisher regulierten Großkundenmärkte feststellen. Ein schrittweiser Übergang von der sektorspezifischen Telekommunikationsregulierung zum allgemeinen Wettbewerbsrecht ist daher sinnvoll, damit sich Regulierungsbemühungen auf die wirklichen Wettbewerbsengpässe konzentrieren können.

Solche Engpässe bestehen vor allem beim Netzwerkzugang. So sind heute nach wie vor im EU-Durchschnitt 89,5 Prozent des Zugangs zum Festnetz in der Hand der vormaligen Staatsunternehmen (in Deutschland: 92 Prozent). Auch rund 60 Prozent des zukunftssträchtigen Breitbandmarktes (in Deutschland: 66,7 Prozent) werden von den etablierten Betreibern beherrscht. Die Kommission möchte

deshalb erreichen, dass bei diesen Engpässen schneller und effektiver reguliert wird. Dazu schlagen wir – im Einklang mit der zunehmenden Geschwindigkeit der technologischen Entwicklung – eine Beschleunigung der Regulierung vor, sobald dominante Marktpositionen festgestellt sind. Außerdem soll die „funktionelle Trennung“ von Netzwerkzugang und Dienstleistungen – ein Instrument, das in Großbritannien bereits erprobt und in mehreren anderen Mitgliedstaaten diskutiert wird – den nationalen Regulierungsbehörden als neue Abhilfemaßnahme für Fälle zur Verfügung gestellt werden, in denen andere Maßnahmen nicht zum Erfolg führen. Ich persönlich erwarte von der Möglichkeit einer funktionellen Trennung im Telekommunikationsbereich vor allem ein Signal für effektivere Regulierung und mehr Wettbewerb, das gegebenenfalls auch weniger einschneidenden, aber bisher immer noch nicht realisierten Abhilfemaßnahmen – wie dem Zugang zu den Kabelschächten und zu den Kabelverteilern – zur erfolgreichen Durchsetzung verhelfen könnte.

- Schneller Zugang zu „Netzwerken der nächsten Generation“: Wettbewerbsengpässe können sowohl in traditionellen Netzen als auch in sogenannten „Netzwerken der nächsten Generation“ entstehen, die zum Beispiel auf VDSL – oder auf Glasfasertechnologie beruhen. Bereits heute sind die europäischen Telekommunikationsregeln insofern technologieneutral. Die Kommission hat daher am 27. Juni 2007 angesichts der in Deutschland ins

Auge gefassten „Regulierungsferien“ für das VDSL-Netz der Deutschen Telekom beschlossen, ein Vertragsverletzungsverfahren vor dem Europäischen Gerichtshof einzuleiten. In der Reform des EU-Telekommunikationsrechts wird diese ordnungspolitische Linie konsequent fortgesetzt. Um in Zukunft zu vermeiden, dass solche Streitfragen, die für die Rechtssicherheit im Markt allgemein und speziell für die Wettbewerber von erheblicher Bedeutung sind, nicht erst nach langwierigen Gerichtsverfahren einer Klärung zugeführt werden, soll die Kommission die Möglichkeit erhalten, direkt auf den Inhalt einer Abhilfemaßnahme und die Schnelligkeit ihrer Anwendung Einfluss zu nehmen. Durch reformierte Verfahrensregeln soll zudem erreicht werden, dass im Streitfall gerade um den Zugang zu Netzwerken der nächsten Generation das dominante Unternehmen nicht de facto am längeren Hebel sitzt, indem es bis zum Abschluss eines Gerichtsverfahrens sein Netz und damit seine Marktposition ungestört ausbauen kann, ohne Zugang gewähren zu müssen. Zugleich wird die Kommission bis Mitte 2008 Leitlinien erstellen, die für die Regulierung von Netzwerken der nächsten Generation angemessene Investitionsanreize für etablierte Betreiber ebenso wie für neue Marktteilnehmer identifizieren sollen.

- Mehr Wettbewerb bei der Vergabe von Radiofrequenzen: Bereits heute beträgt der Wert von Dienstleistungen, die mittels Radiofre-

quenzen übertragen werden, circa 250 Mrd. Euro, was 2,2 Prozent des Bruttoinlandsproduktes der EU entspricht. Die Kommission ist allerdings der Auffassung, dass Europa das ökonomische Potenzial des Funkspektrums noch nicht hinreichend ausschöpft. Langwierige, oft bürokratische Vergabeverfahren in den Mitgliedstaaten, administrative Beschränkungen der Frequenznutzung und dominante Marktpositionen einiger Nutzer von Frequenzrechten behindern die Entwicklung einer wettbewerbsgeprägten drahtlosen Wirtschaft. Die Kommission will deshalb eine offenere, flexiblere und marktorientiertere Vergabe von Radiofrequenzen erreichen. So soll die Wettbewerbsposition neuer Anbieter gestärkt und das Ziel einer größtmöglichen Breitbanddurchdringung dadurch gefördert werden, dass in Regionen, in denen aus Kostengründen keine Breitbandkabel verlegt werden können (insbesondere im ländlichen Raum), eine drahtlose Breitbandanbindung ermöglicht wird. Auch in Deutschland sind nach wie vor fünf Mio. Bürger und 2.200 Gemeinden ohne Breitbandanschluss. Ich begrüße vor diesem Hintergrund die gemeinsame Initiative des VATM, des Deutschen Städte- und Gemeindebunds und des Deutschen Landkreistags, die „weißen Flecken“ auf der deutschen Breitbandkarte so rasch wie möglich zu schließen und dabei auch die Nutzung eines Teils der durch den Übergang vom analogen zum digitalen Fernsehen frei werdenden Frequenzen zu prüfen. Die Kommission unterstützt eine solche

Verwendung der „digitalen Dividende“ ausdrücklich, wobei die Reformvorschläge den Mitgliedstaaten den nötigen Spielraum belassen, soweit erforderlich bei der Verteilung von Radiofrequenzen auch weiterhin Ziele von allgemeinem gesellschaftlichen Interesse zu verfolgen, insbesondere die kulturelle und mediale Vielfalt sowie den regionalen und sozialen Zusammenhalt.

Telekommunikationsunternehmen noch mehr als bisher ihre Kunden nicht durch vertragliche Klauseln, sondern durch ein attraktives Leistungspaket auf Dauer an sich zu binden versuchen.

- Stärkung der Unabhängigkeit der nationalen Telekommunikationsbehörden: Wirksame und faire Telekommunikationsregulierung ist darauf angewiesen, dass die nationale Re-



Kommissionspräsident Barroso bei einer Pressekonferenz in Brüssel

- Erleichterung des Anbieterwechsels: Für den Verbraucher ebenso wie für Wettbewerber ist der Vorschlag der Kommission von Bedeutung, dass es in Zukunft nicht länger als einen Werktag dauern darf, bis ein vom Kunden verlangter Wechsel des Mobilfunk- oder Festnetzbetreibers unter Mitnahme der eigenen Rufnummer in die Praxis umgesetzt ist. In mehreren Ländern Europas dauert ein solcher Betreiberwechsel nach wie vor zwischen 20 und 30 Tagen, in Deutschland immerhin noch drei Tage. Ich erwarte von der Neuregelung, dass

Regulierungsbehörde sowohl von den Unternehmen, für die sie zuständig ist, also auch politisch unabhängig ist. Leider sind Regulierungsbehörden auch heute noch regelmäßig politischem Druck ausgesetzt. Aus diesem Grund musste die Kommission in den vergangenen Jahren mehrfach Vertragsverletzungsverfahren einleiten. Die Reform des EU-Telekommunikationsrechts sieht deshalb vor, die Unabhängigkeit der nationalen Regulierungsbehörden zu stärken, ihre Leiter vor einer Absetzung aus rein politischen Gründen zu bewahren und zu gewährleisten,

dass Regulierungsbehörden über ein Mindestmaß an personeller und finanzieller Ausstattung verfügen, um ihren Aufgaben wirksam nachkommen zu können.

- Eine europäische Marktaufsichtsbehörde als notwendiges Korrektiv von Wettbewerbsverzerrungen: Je mehr sich Telekommunikationsunternehmen in der EU geografisch diversifizieren und je mehr Telekommunikationsdienstleistungen grenzüberschreitend, zum Beispiel im Geschäftskundenbereich, nachgefragt und angeboten werden, umso mehr besteht die Gefahr, dass die Maßnahmen, die 27 nationale Behörden zur Telekommunikationsregulierung in ihrem jeweiligen nationalen Zuständigkeitsbereich erlassen, miteinander in Konflikt geraten und damit zu Wettbewerbsverzerrungen führen. So schwächt ein nationaler Regulierer, der die Obergrenze für Mobilterminierungsentgelte – im Interesse von Wettbewerbern wie Verbrauchern – auf 6,5 Eurocent pro Minute festlegt, dadurch seine heimischen Mobilfunkanbieter gegenüber einem nationalen Regulierer, der 12 Eurocent pro Minute für angemessen hält. Ein Anbieter von Voice over IP-Dienstleistungen erwartet zu Recht, dass er diese wettbewerbsintensive Technologie in der gesamten EU ebenso zu vergleichbaren Bedingungen anbieten kann wie auf dem amerikanischen Markt. Es geht bei solchen Fragen nicht um eine zentralistische Einheitslösung („one size fits all“), sondern darum, auf vergleichbare Regulierungsfragen vergleichbare Antworten zu ge-

ben. Aus diesem Grund schlägt die Kommission vor, die derzeitige lose Zusammenarbeit der 27 nationalen Regulierungsbehörden in der Gruppe Europäischer Regulierer (ERG) zu einer unabhängigen europäischen Marktaufsichtsbehörde aufzuwerten, die Regulierungsfragen, die für den gesamten EU-Binnenmarkt von Bedeutung sind, im Zusammenspiel mit der Europäischen Kommission rasch und wirksam lösen kann. Im Vergleich zu den nationalen Regulierungsstellen soll es sich dabei um eine kleine Einrichtung handeln, in der pro Mitgliedstaat drei bis vier Experten zur Verfügung stehen, um bei erheblichen regulatorischen Fehlentwicklungen erforderlichenfalls gegenzusteuern. Indem wir auf eine unabhängige Marktaufsicht setzen, zeigt die Kommission, dass wir nicht alles selbst machen müssen, was für Europas Telekommunikationsmarkt von Belang ist, sondern – im Einklang mit den Prinzipien der besseren Rechtsetzung – auf den marktnahen Sachverstand der nationalen Regulierungsstellen setzen. Selbstverständlich steht die Kommission auch in Zukunft bereit, um erforderlichenfalls den Wettbewerbs- und Binnenmarktregelungen durch spezielle Maßnahmen oder auch durch Vertragsverletzungsverfahren zur Durchsetzung zu verhelfen.

Wettbewerb braucht eine starke Lobby

Die Reform des europäischen Telekommunikationsrechts soll bis zum Jahr 2010 in Kraft treten. Ich erwarte nicht, dass dies ohne intensive Diskussionen und auch so manche Kon-

troverse möglich sein wird. Bei der Debatte um die Zukunft der Energieregulierung in Europa haben wir dies bereits erleben können, auch wenn die Vorschläge der Kommission hierbei in den letzten Monaten beachtliche Fortschritte gemacht haben. Auch bei der von der Kommission Ende 2005 angestoßenen Reform um das europäische Medienrecht in der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ haben wir bereits einen Vorgeschmack darauf bekommen, dass der Vorschlag, die Unabhängigkeit nationaler Aufsichtsbehörden zu stärken, nicht ohne Weiteres von allen Mitgliedstaaten akzeptiert wird, auch wenn diesbezüglich am Ende, nicht zuletzt dank des Europäischen Parlaments, die Vorschläge der Kommission Gesetz geworden sind.

Wettbewerb und Marktöffnung brauchen eine starke Lobby, um auch im nächsten Jahrzehnt die europäischen Telekommunikationsmärkte zu prägen. Ich würde mich darüber freuen, wenn der VATM die Arbeit der Kommission mit dieser Zielsetzung unterstützen würde. Der europäische Dachverband der neuen Marktteilnehmer, die European Competitive Telecommunications Association (ECTA), hat Ende November 2007 eine sogenannte „Scorecard“ veröffentlicht, die belegt, dass in Europa diejenigen Staaten, welche die EU-Telekommunikationsregeln wirksam umgesetzt haben, die besten Ergebnisse hinsichtlich Wachstum, Innovation und Wettbewerbsfähigkeit ihrer Telekommunikationsmärkte erzielen. ECTA kommt zu dem Schluss, dass in vielen Mitgliedstaaten die Verbraucher heute

aufgrund von Wettbewerbsdefiziten einen höheren Preis für schlechtere Kommunikationsdienstleistungen zahlen als in den Nachbarländern.

ECTA hat die Europäische Kommission deshalb aufgefordert, durch die Reform des EU-Telekommunikationsrechts die Unabhängigkeit der nationalen Regulierungsstellen ebenso zu stärken wie die Wirksamkeit ihrer europäischen Zusammenarbeit, erforderlichenfalls durch die Weiterentwicklung der heutigen ERG zu einer wirksamen europäischen Marktaufsichtsbehörde neben der Kommission. Die Europäische Kommission hat sich diese Anregungen sehr zu Herzen genommen und sie zum integralen Bestandteil ihrer Reformvorschläge gemacht.

Ich würde mich freuen, wenn die Reformvorschläge der Europäischen Kommission auch in Deutschland auf starkes Interesse stießen. Denn trotz seiner großen Wirtschaftskraft liegt Deutschland auf den Telekommunikations-Märkten in einigen Bereichen (Breitbanddurchdringung, Schnelligkeit und Effektivität des Netzwerkzuges, konkrete Durchsetzung von Verbraucherrechten) nach wie vor nur knapp über den europäischen Durchschnittswerten. Ich setze deshalb auf die dynamische Kraft der Wettbewerber, um Deutschland bis zum Anfang des nächsten Jahrzehnts zu einem europäischen Telekommunikations-Spitzenreiter, insbesondere im Breitband-Bereich, zu machen – im Interesse unserer Verbraucher.

Bilanz

→ Festnetz – Comeback mit Hindernissen?

Im deutschen Festnetzmarkt gehe es „drunter und drüber“, äußerte sich vor Kurzem einer der Marktteilnehmer über die Situation im deutschen Festnetzmarkt zehn Jahre nach Öffnung dieses Marktes. Grund genug für eine Bestandsaufnahme.

Zu Beginn der Liberalisierung des Telekommunikationsmarktes Ende der 90iger-Jahre beschränken sich die alternativen Angebote auf Preselection und Call-by-Call. Das noch schmalbandige Internet dient nahezu ausschließlich zum Austausch von E-Mails und als Informationsmedium. Wenige Jahre später spricht man sogar vom baldigen Aus des klassischen Festnetzes und der Substitution durch Mobilfunk. Die technologische Weiterentwicklung des Internets in Form von breitbandigen DSL-Zugängen beschert dann dem Festnetz ein ungeahntes Comeback. Der breitbandige Internetzugang via Teilnehmeranschlussleitung (TAL) wird der Basis-kommunikationsanschluss und bildet die Grundlage für Konvergenz. Daten und Sprache können so unabhängig von einem klassischen Telefonieanschluss genutzt werden.

Gerade in den Jahren 2005 und 2006 boomt das DSL-Geschäft. Alternative Netzbetreiber tätigen Investitionen in Milliardenhöhe in den Ausbau ihrer Breitband-Infrastrukturen und erreichen immer mehr Haushalte. Dank der zuerst von alternativen Wettbewerbern angebotenen schnellen ADSL2+-Technologie werden hohe Bandbreiten bis zu 16 MBit/s möglich und Kunden profitieren von einer Vielzahl an Komplettangeboten. Nicht nur Daten und

Sprache, sondern auch Video-on-Demand und IPTV-Dienste sind bei einigen Anbietern inklusive. Unterstützt wird die Entwicklung durch eine tendenziell konsistente Regulierung der Entgelte wichtiger Vorleistungen für alternative Anbieter, wie der Zugang zur TAL oder zu Line Sharing. So verbessern sich deren Marktchancen, denn die Vorgaben erlauben neue Wettbewerbs-Geschäftsmodelle und entsprechende Investitionen. Der Anteil der alternativen Anbieter trägt zu einem immer erheblicheren Teil zum Wachstum bei. Die Deutsche Telekom kämpft mit einem massiven Kundenverlust in ihrer Festnetzsparte. Der Erfolg der Wettbewerber treibt sie zu eigenen Investitionen und der Erneuerung ihres Netzes.

2007 geht der Breitbandboom weiter. Die Zahl der Breitbandanschlüsse steigt um 27 Prozent bis zum Jahresende auf mehr als 19 Millionen. 1,7 Millionen neue DSL-Anschlüsse werden dabei von den Wettbewerbern aufgeschaltet. Der direkte DSL-Anschluss etabliert sich zur Überraschung aller im Handumdrehen als Basiszugang der häuslichen Kommunikation und löst das klassische Festnetz ab. Wurde jahrelang über konvergente Services lediglich gesprochen, nimmt der Konsument diese auf Anhieb an. Auch können Anbieter alternativer Breitbandzugangsmöglichkeiten wie Kabel, Powerline oder Satellit ihren Anteil ausbauen. Der große Gewinner 2007 ist allerdings die Deutsche Telekom. Denn was sich 2006 im Markt andeutet, bestätigt sich im Jahr 2007. Die Telekom schafft mit einer geänderten Vermarktungsstrategie und einer ge-

schickten Ausnutzung ihrer Monopolstellung die Trendwende beim Kampf um Marktanteile im Breitbandmarkt und erreicht im ersten Halbjahr 2007 einen DSL-Neukundenanteil von 42 Prozent. Für das Gesamtjahr werden 45 Prozent angestrebt. 2007 schickt sie die Zweitmarke Congstar mit aggressiven Preishöhen ins Rennen, die vor allem alternative Resale-Anbieter so nicht nachbilden können. Dabei bindet sie durch langfristige Verträge Kunden an sich und entzieht dieses Potenzial dem Wettbewerbsmarkt. Gleichzeitig kommt sie ihrer Aufgabe, die Kunden der Wettbewerber aufzuschalten, nicht im gewünschten Ausmaß nach und verursacht somit bei deren Endkunden langes Warten auf den DSL-Anschluss. Abhilfe könnten entsprechende regulatorische Vorgaben hinsichtlich der zulässigen Vertragslaufzeiten für marktbeherrschende Unternehmen sowie das 2007 in Eckpunkten fixierte Standardangebot zur TAL-Bereitstellung schaffen.

2007 werden zudem relevante Entscheidungen getroffen, die ebenfalls zur Trendwende beitragen. Die Bundesnetzagentur genehmigt alle regulierten Vorleistungsentgelte im Bereich der Teilnehmeranschlussleitung und des Line Sharings neu. Bei den Einmalentgelten dieser Vorleistungen kommt es zu deutlichen Absenkungen im zweistelligen Prozentbereich. Die Absenkung der monatlichen Entgelte um zwei Prozent, vor allem im Bereich der TAL, ist für die alternativen Marktteilnehmer mehr als enttäuschend. Es bleibt die Hoffnung, dass die Regulierungsbehörde den bisherigen Pfad sinkender

Vorleistungsentgelte künftig weitergeht und nicht verlässt.

Parallel kämpfen die Wettbewerber weiter um die Einführung von Bitstream Access. Europaweit bereits längst als Einstiegsprodukt etabliert, ist man in Deutschland von einer Umsetzung noch weit entfernt und diskutiert in unbefristeten Verfahren langwierig Leistungsinhalte und Preise eines entsprechenden Produktes. Aber gerade von der Form des Stand-alone-Bitstreams versprechen sich viele Marktteilnehmer eine zunehmende Marktpenetration, vor allem im Bereich der IP-basierten Telefonie. Denn mit dieser Form der Vorleistung benötigen Endkunden ähnlich wie bei einem TAL-basierten Zugang keinen herkömmlichen Telefonieanschluss mehr. Die IP-basierte Telefonie ist nach wie vor einer der Treiber des DSL-Geschäftes. So ist laut VATM-Marktstudie 2007 die Anzahl der IP-basierten Telefonminuten von 28 Millionen pro Tag im Jahr 2006 auf 55 Millionen Minuten pro Tag gestiegen. Die Einführung des Stand-alone-Bitstream-Access-Produktes würde eine solche Entwicklung weiter stärken. Gleichzeitig wäre dies einerseits eine zukunftsweisende Weichenstellung für die Migration der Netze auf IP-Technologie, andererseits wäre der Bitstream-Zugang die noch fehlende Einstiegsmöglichkeit auch für VDSL. Insgesamt betrachtet wäre es ein geeignetes Instrument, die Dynamik des Festnetzmarkts weiter voranzutreiben.

Technologisch betrachtet ist der Festnetzmarkt dank der IP- und Breitband-Technologie-Entwicklung besser auf-

gestellt denn je. Die Jahre 2005 und 2006 haben gezeigt, dass Wettbewerb durchaus möglich ist. Neue Anwendungen wie Video-on-Demand oder IP-TV etablieren sich langsam im Markt. Triple Play steht in den Startlöchern. Mit hohen Investitionen in Next Generation-Netzwerke und die damit verbundene Umstellung auf komplett IP-basierte Infrastrukturen steht der Markt vor einer seiner größten Herausforderungen. Dennoch liegt Deutschland noch immer in europäischen Vergleichsstudien im Mittelfeld, von einer Breitbandnation ist das Land weit entfernt.

Gerade die vielen Debatten zeigen, wie wichtig eine konsistente Regulierung für einen florierenden Wettbewerb ist, und darin liegt die Herausforderung für die Zukunft. Eines der meistdiskutierten Themen in 2007 sind sicherlich die in der Novelle des Telekommunikationsgesetzes festgelegten Regulierungsferien der Deutschen Telekom zum weiteren Ausbau ihres VDSL-Netzes. Dieser Konflikt mit der europäischen Kommission ist heute noch nicht ausgestanden und man darf auf den Ausgang im Jahr 2008 gespannt sein. In den nächsten Monaten stehen zudem jede Menge andere Themen an, um Wettbewerb zu sichern. Dabei geht es um die fundamentale Frage, inwieweit die Deutsche Telekom ihre Ausbaupläne ungeachtet fairer Zugangsbedingungen ohne entsprechende Regulierung vorantreiben kann. Die alternativen Anbieter haben in den letzten Jahren Milliardenbeträge in die Erschließung der Hauptverteiler investiert, die durch mögliche VDSL-bedingte Rückbauplä-

ne der Deutschen Telekom zunichte gemacht würden. Die Konsequenzen für die Zukunft des Festnetzmarktes ohne faire Zugangsbedingungen und mögliche Migrationsszenarien sind dann abzusehen. Verlierer wären die Endkunden, die heute von einer Vielfalt an DSL-basierten Angeboten profitieren, und das auf einem sehr niedrigen Preisniveau. Das Comeback des Festnetzes im Wettbewerb wäre gescheitert.

Bei all den regulatorischen Diskussionen kommt der Vorstoß der Europäischen Kommission, den Telekommunikationsrechtsrahmen zu überarbeiten und eine zusätzliche EU-Regulierungsbehörde zu schaffen, nicht überraschend. Die nationalen Regulierer würden damit deutlich geschwächt. Doch die Marktteilnehmer sind sich weitestgehend einig: Ziel-führender als eine zusätzliche europäische Superbehörde ist die Stärkung der Unabhängigkeit der nationalen Regulierer mit einer Kommission im Hintergrund, die voll und ganz ihre Rolle als supranationaler Wettbewerbshüter wahrnimmt.

Kein anderes Jahr als 2007 hat mehr gezeigt, dass die Regulierung im Festnetzmarkt wichtiger denn je ist. Ein dynamischer Wettbewerb funktioniert nur mit diskriminierungsfreiem Verhalten des Marktbeherrschers, der heute noch 83 Prozent der Festnetzanschlüsse hält. Es bleibt spannend im Jahr 2008. Denn in diesem Jahr werden entscheidende Weichen in einer Zeit größten technologischen Wandels gestellt.

Statement

→ Regulierer muss die richtigen Signale setzen

Konkurrenz belebt das Geschäft: Auch 2007 profitierten die Verbraucher in Deutschland von einem kontinuierlichen Rückgang der Preise für breitbandige Internet-Zugänge über ADSL. Damit liegt das hiesige Preisgefüge im europäischen Vergleich im vorderen Mittelfeld.

Der aktuelle Preiskampf ist eine logische Folge der Marktentwicklung der vergangenen Jahre. Nachdem der Wettbewerb im Zuge der Liberalisierung des deutschen TK-Marktes erst spät und dann nur zögerlich in Gang gekommen ist, kämpfen nun im Breitbandgeschäft gleich mehrere Anbietertypen um die Gunst der Kunden. Neben den klassischen Festnetzbetreibern und den sogenannten DSL-Resellern versuchen nun die Mobilfunkanbieter, mit eigenständigen DSL-Angeboten auf dem Markt Fuß zu fassen. Auch die Kabelnetzbetreiber haben – mit einiger Verspätung – das Breitbandsegment als potenzielles Geschäftsfeld identifiziert und versuchen, den DSL-Markt mit preisaggressiven Angeboten zu erobern.

Diese Entwicklung, die aus Sicht der Verbraucher zu begrüßen ist, wird den Konsolidierungsprozess der deutschen TK-Branche weiter beschleunigen. Ob sie darüber hinaus der Breitbandtechnologie in Deutschland

endgültig zum Durchbruch verhelfen und die benötigten Innovationsimpulse in Industrie und Wirtschaft freisetzen kann, hängt nicht zuletzt von der künftigen regulatorischen Strategie der Bundesnetzagentur ab. Die politische Entscheidung, der Deutschen Telekom eine Regulierungspause bei der VDSL-Technologie einzuräumen, war in diesem Zusammenhang ein falsches Signal. Die gewährte Schonfrist für den ehemaligen Monopolisten hat das Vertrauen auf konsistente und faire Rahmenbedingungen des Marktgeschehens nachhaltig erschüttert.

Umso wichtiger ist es, dass die Bundesnetzagentur in den kommenden Jahren klare Signale für einen freien und fairen Wettbewerb setzt. Aus Sicht der alternativen Festnetzbetreiber beinhaltet dies neben einer weiteren signifikanten Absenkung der TAL-Entgelte auch die Beseitigung ordnungspolitischer Schief lagen wie zum Beispiel die Bevorzugung von Anbietern ohne eigene technische Infrastruktur gegenüber den Marktteilnehmern mit eigenen Netzen. Hier ist ein Umdenken des Regulierers dringend geboten. Nur die gezielte Förderung der Glasfasernetze wird den Standort Deutschland sowohl in technologischer als auch in wirtschaftlicher Hinsicht weiter beflügeln.



Peer Knauer

Vorstandsvorsitzender der
Versatel AG



Dr. Alwin Mahler

Vice President Corporate Affairs and Business Development und Mitglied der Geschäftsleitung der Telefónica Deutschland GmbH



Entwicklung der Marktbereiche → Festnetz/Breitbandzugang

Statement

→ Regulierung weiterhin von zentraler Bedeutung

Der Breitbandmarkt in Deutschland boomt. Was sich in den Jahren 2005 und 2006 bereits angedeutet hat, wird zur Realität: Die erwartete Konvergenz tritt ein. Bemerkenswert ist vor allem die schnelle Entwicklung hin zu komplett IP-basierten DSL-Breitbandanschlüssen per Teilnehmeranschlussleitung (TAL) für Sprach- und Daten-Services. Derartige Anschlüsse etablieren sich 2007 rasant zum häuslichen Basis-Kommunikationsmedium und lösen vielfach den herkömmlichen Telefonieanschluss ab. Deutlich sichtbar wird die Entwicklung der Konvergenz am Beispiel der IP-Telefonie. Bereits ein Drittel aller Minuten, die über Komplettanschlüsse der Wettbewerber realisiert werden, basieren mittlerweile auf DSL beziehungsweise dem IP-Protokoll. Die alternativen Anbieter investieren Milliarden in ihre breitbandigen Netzinfrastrukturen. Die Endkunden profitieren von einer Angebotsvielfalt mit hohen Bandbreiten zu niedrigen Preisen.

Allerdings hat uns das Jahr 2007 auch gezeigt, dass zehn Jahre nach der Liberalisierung des Telekommunikationsmarktes Regulierung, insbesondere im Vorleistungsbereich, weiterhin von zentraler Bedeutung ist. Noch immer hält die Deutsche Telekom 83 Prozent der Festnetz- und knapp 70 Prozent der DSL-Anschlüsse einschließlich Resale. Durch die Migration von Anschlusskunden auf langfri-

stige Vertragsbindungen entzieht sie dieses Potenzial dem Wettbewerbsmarkt und verwehrt den Wettbewerbern die Migration der Endkunden auf deren moderne, hochbandbreitige IP-basierte DSL-Anschlüsse. Gleichzeitig bremst sie die alternativen Anbieter bei der Neuschaltung von deren TAL-Anschlüssen zum Leidwesen der wartenden DSL-Kunden aus.

Gefordert bleibt die Bundesnetzagentur, weiterhin die bisher tendenziell konsistente Regulierungspolitik konsequent zu verfolgen und faire Wettbewerbsbedingungen für alle im deutschen Markt zu schaffen. Hierunter fällt vor allem das Standardangebot für die TAL, um das Breitbandwachstum entsprechend der boomenden Marktnachfrage bedienen zu können, sowie die Umsetzung des überfälligen und in den Eckpunkten bereits fixierten Bitstream-Access-Zugangs – auch als Einstiegsmöglichkeit für VDSL. 2008 muss neben der konsistenten Fixierung der regulierten Entgelte die zentrale Aufgabe der Regulierung die konsequente Förderung alternativer Infrastrukturen sowie die Schaffung fairer Rahmenbedingungen hierfür, insbesondere auch im operativen Bereich, sein. Nur so werden nachhaltiges Wachstum und Investitionen gesichert und nur so können wir die Marktnachfrage befriedigen und damit die fortschrittliche Entwicklung der letzten Jahre weiterführen.

Statement

→ Ein NGN wird Realität

Die Entwicklung des TK-Marktes und der technologische Wandel zur umfassenden Kommunikation im Internet nehmen immer mehr Gestalt an. envia TEL hat sich als regionaler Anbieter von klassischen Telekommunikationsprodukten und -lösungen rund um Daten, Sprache und Internet für Geschäftskunden, Netzbetreiber und Serviceprovider etabliert. Um im Wandel des Marktes zu bestehen, wurden in den letzten Monaten neue Technologien und Produkte eingeführt. Auf der Basis eigener Infrastruktur und mit umfangreichen Investitionen entwickelt envia TEL ein „Netz der Zukunft“ in der Region Mitteldeutschland. Dazu wurde 2007 das DWDM-Transportnetz ausgebaut, wovon insbesondere Netzbetreiber profitieren, die nunmehr ihre Netzknoten per GB-Ethernet oder WDM anbinden.

Veränderungen vollziehen sich vor allem im Geschäftskundensegment. Die Nachfrage nach klassischen TK-Standardprodukten wie ISDN stagniert und wird in den nächsten Jahren sinken. Mit Internet-Zugängen und Festverbindungen allein hat es der Vertrieb zunehmend schwer, Gehör und Geschäft zu finden. Immer stärker sind neue Dienste und individuelle Lösungen gefragt.

Mit einem innovativen Produktportfolio stellt sich envia TEL den Anforderungen der Zukunft. Voice over IP ist dabei nur ein Beispiel. Ob Sprachdienstleistungen für Kabelnetzbetreiber, Sprachverbindungen über DSL oder virtuelle TK-Anlage: Für alle Anforderungen hält envia TEL eine Lösung bereit. Dazu wurde eine breit anwend-

bare und skalierbare Softswitch-Lösung implementiert.

Auf der Basis moderner Netzinfrastrukturen wurde für Geschäftskunden der Produktbaukasten ausgebaut. Ausgehend vom Dienste- und Vernetzungsbedarf werden zugeschnittene Gesamtlösungen als Produkt angeboten: Standortvernetzung mit verschiedenen Servicequalitäten, Voice over IP per IP Centrex am Arbeitsplatz, zentrale gehostete MS Exchange-Lösung für E-Mail- und Groupwarefunktionen. IP Centrex ist die Komplettlösung einer netzweit verfügbaren TK-Anlage. Es entlastet den Kunden von Anschaffung, Betrieb und Wartung einer oder mehrerer kostspieliger TK-Anlagen. Stattdessen werden die Funktionen einer Telefonanlage und ein zentraler Zugang zum öffentlichen Netz durch envia TEL bereitgestellt. Damit wird ein herkömmlicher Festnetzanschluss überflüssig.

Businessmail als zentral gehostete Exchange-Lösung optimiert die interne und externe Unternehmenskommunikation. Mitarbeiter können die volle Outlook-Vielfalt nutzen und sind dabei äußerst mobil. Vom Büro, von zu Hause oder von unterwegs haben sie Zugriff auf Projekt-Ordner, Firmentelefonbuch oder Kalender. Zugleich werden höchste Sicherheit und Verfügbarkeit geboten. Telekommunikationsverbindungen sind geschäftskritisch und stellen das Nervensystem eines jeden modernen Unternehmens dar. Geschäftskunden erwarten Daten- und Sprachanschlüsse mit höchster Qualität und Verfügbarkeit – envia TEL stellt sich diesem Anspruch.



Thomas Wellhausen

Geschäftsführer
der envia TEL GmbH



Albrecht Kraas

Chief Technology Officer der
euNetworks AG

Statement

→ Alles nur noch ein LAN?

Es führt einfach kein Weg daran vorbei – den einfachen Protokollen gehört die Zukunft in den Telekommunikationsnetzen. Konvergenz bedeutet insofern auch, dass bewährte Protokolle aufgehen im Schnellen und im Einfachen. Ethernet und TCP/IP sind mittelfristig die Protokolle der Wahl für die Zukunft, allen seit Langem bekannten Nachteilen und Untiefen zum Trotz. Die Administration (auf Seiten des Kunden) ist mehr oder weniger einfach beziehungsweise zumindest vertraut, das erforderliche Know-how ist überschaubar oder bereits im LAN-/MAN-Bereich vorhanden, es lassen sich durchgängig und flexibel Dienste zwischen Abteilungen, Lokationen, Arbeitsgruppen etablieren. Die Kosten sind bestechend niedrig und auch für wiederholt vorgebrachte Einwände wie Sicherheit, Quality of Service etc. sind zunehmend gute Lösungen verfügbar. Viele ältere Protokolle führen inzwischen ihr Dasein nur noch als Implementierung in einer Einkapsulierung (IBM3270, ...), andere etablierte Boliden migrieren zunehmend (iSCSI, FCIP, ...).

Ein entscheidender Fortschritt hin zu durchgängigen Dienstleistungen im LAN/MAN/WAN liegt in der Umsetzung des MAN auf den WAN-Bereich. Die konsequente Reduzierung der Netzhierarchien sowie die möglichst geringe Anzahl der aktiven Komponenten lassen selbst exotische Installationen zu. Bei einem durchgängig fiber-basierten Longhaul- und Access-Netzwerk sind selbst über lange Di-

stanzen Latenzen realisierbar, die zeitkritischen Anwendungen genügen (beispielsweise 9ms RTT für eine 1Gbps Ethernet-Verbindung door-to-door zwischen Amsterdam und Frankfurt).

Neben Ethernet ist auch das paketorientierte IP mittlerweile für Business-Applikationen salonfähig geworden. Die sorgsame Auswahl des Carriers (oder auch der Carrier) ermöglicht es Kunden, auf niedriger Kostenbasis vernünftige Anbindungen zu realisieren. Entscheidend ist die Transparenz der Netztopologie und -auslastung.

Also: Alles nur noch ein LAN, ein Freeflow-IP? Die Tendenz ist sicherlich erkennbar, aber die Realisierung im Netz des Carriers lässt Spielraum für viele Varianten. Auf den Backbones wird es private Ethernet-/IP-Tracks genauso geben wie mehr oder weniger öffentlich geschwitche beziehungsweise geroutete Bereiche, deren Quality of Service in höher liegenden Netzebenen nach Erfordernis der Applikation realisiert wird. Und auf den Telco-Netzebenen gibt es genügend Differenzierungspotenzial, dass Ethernet nicht gleich Ethernet ist und IP nicht gleich IP. Für den Kunden ergibt sich auf jeden Fall der Vorteil, dass die Dienste einfach zu nutzen sind und kostengünstig angeboten werden können. „Einfach und günstig“ wird gekauft werden und damit steht weiteres Volumenwachstum unaufhaltsam bevor.

→ Incumbent diskriminiert

Wettbewerber weiter durch Marktmacht

Die grundlegenden Trends im Bereich Internet/Telekommunikation – die zunehmende Verschmelzung von Mobilfunk, Festnetztelefonie und Internet auf hochwertige Bündelprodukte einerseits sowie sehr kostengünstige, einfache Angebote speziell im Mobilfunk auf der anderen Seite – setzten sich im Jahr 2007 verstärkt fort. Die freenet AG hat sich in beiden Trends erfolgreich positioniert – trotz der erheblichen Wettbewerbsverzerrungen durch die Deutsche Telekom AG.

Vorleistungspreise der Deutschen Telekom AG getrieben.

Einen regelrechten Frontalangriff auf den Wettbewerb stellten darüber hinaus die neuen Tarifvarianten Call & Surf der Deutschen Telekom dar. Mit diesen missbraucht die DTAG im Übrigen auch ihr Telefonanschluss-Monopol: So spricht sie über die ihr direkt vorliegenden Kundendaten gezielt alle Telefon-Anschluss-Kunden an und bindet diese über einfachste



Unterlief im vorletzten Jahr vor allem das sogenannte NetRental-Modell die notwendige Chancengleichheit für alle Anbieter, so war die zweite Jahreshälfte 2007 wiederum durch unfaire Behinderungen seitens der Deutschen Telekom geprägt. So agiert deren Tochtergesellschaft Congstar bei ihrem „DSL-Flat“-Angebot mit Endkundenpreisen, die bei den Wiederverkäufern von T-DSL-Anschlüssen nicht einmal die Deckung der variablen Kosten ermöglichen. Außerdem werden diese hauptsächlich durch die

Mechanismen 24 Monate an ihr Unternehmen. Sämtliche anderen Wettbewerber sind nicht in der Lage, ein entsprechendes, wirtschaftlich tragbares Angebot zu unterbreiten.

Die Stärkung des Wettbewerbs in den Telekommunikationsmärkten zugunsten des Verbrauchers wird im kommenden Jahr ganz entscheidend davon abhängen, ob und wann die Bundesnetzagentur dieses missbräuchliche Verhalten der Deutschen Telekom AG abstellt.

Statement



Eckhard Spoerr

Vorstandsvorsitzender der freenet AG



Grundlage für die schnelle Übertragung großer Datenmengen: das Lichtwellenleiterkabel



Dr. Bernd Schlobohm
Vorstandsvorsitzender der
QSC AG

Statement

→ Breitband und Konvergenz weiterhin Mega-Trends

Wenn es einen Megatrend des Jahres 2007 gibt, dann heißt er Breitband, Breitband, Breitband. Drei Parameter beweisen das eindrucksvoll: Erstens hat sich die Zahl der verkauften Breitband-Anschlüsse von 15 auf über 19 Millionen rasant erhöht. Zweitens haben die Bandbreiten dieser Anschlüsse deutlich zugelegt, sodass schon zwei von drei Breitband-Nutzern mit Bandbreiten von zwei bis sechs Mbit/s surfen, jeder zwölfte sogar mit bis zu 16 Mbit/s. Drittens erobert Voice over IP zunehmend die Sprachwelt, eine Technologie, die erst dank Breitband ein echter Verkaufsknüller werden konnte und die „alte“ Sprachwelt langsam verdrängt.

Alle drei Entwicklungen wurden entscheidend von den Wettbewerbern vorangetrieben. Sie haben Breitband durch attraktive Preise und Produktvarianten zu einem Massenprodukt gemacht. Sie haben mit ADSL2+ Bandbreiten ins Wohnzimmer gebracht, die sogenanntes Triple Play ermöglichen. Sie haben mit Voice over IP den Run auf Komplettanschlüsse unabhängig von einem klassischen Telefonanschluss eingeleitet. Das Ergebnis: Der Gesamtmarkt der Telekommunikation stagniert zwar, aber im Breitband-Segment werden respektable Wachstumsraten erzielt.

Flankiert und gepusht wird dieser Megatrend durch einen weiteren: den der Konvergenz. Zunehmend haben insbesondere die alternativen Telekommunikationsunternehmen ihre Netze auf sogenannte Next Ge-

neration-Netze (NGN) aufgerüstet, um Sprach- und Datendienste auf einer Leitung anzubieten. Damit haben sich die Wettbewerber einmal mehr als Innovationstreiber erwiesen. Es geht hier nicht nur um Kostenersparnis, sondern auch um die Entwicklung neuer, innovativer Dienste. Triple Play hieß das Stichwort im Jahr 2007. 2008 werden sicher weitere intelligente Anwendungen vor allem im Business-Bereich die Kunden begeistern.

Die Entwicklung im Breitband-Markt ist noch lange nicht zu Ende. Getrieben durch den Wettbewerb hat die Deutsche Telekom beschlossen, ein VDSL-Netz zu bauen und den Wettbewerbern hier nur äußerst zögerlich Zugang zu gewähren. Dieser ist derweil schon einen Schritt weiter und beginnt, eigene VDSL- und Fiber-to-the-Home-Infrastrukturen aufzubauen.

Gigantische Investitionen werden dafür in die Hand genommen. Damit sich diese auch tatsächlich rechnen und nicht unnötige Infrastrukturen in Deutschland entstehen, wird mittelfristig eine Konsolidierung der Netze stattfinden müssen. Netz-Companies werden sich um Ausbau und Betrieb der Infrastruktur kümmern, Service- und Vertriebsgesellschaften werden sich auf die Vermarktung neuer Produkte fokussieren. Als Anbieter im hart umkämpften Endkundenmarkt lässt sich nur mit sinnvollen Produkt-Innovationen, kundennaher Produkt-Gestaltung, niedrigen Preisen und geschickter Kunden-Ansprache erfolgreich sein beziehungsweise bleiben.

Statement

→ Worauf es ankommt:

benutzerfreundliche Produkte, günstige Preise

Es ist erfreulich, mitanzusehen, dass sich der Breitbandmarkt auch in Deutschland weiterentwickelt. Auch wenn er noch keine Vorreiterrolle in diesem Bereich eingenommen hat, soll es bis Ende 2007 über 19 Millionen DSL-Anschlüsse in der Bundesrepublik geben, dies entspricht einem Anstieg von 27 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Ein lobenswerter Fortschritt, denn endlich ist es immer mehr Verbrauchern möglich, per Highspeed im Internet zu surfen und darüber hinaus neue Möglichkeiten im Bereich Telefonie zu nutzen. Da sich die Entwicklung des deutschen Breitbandmarktes im europäischen Vergleich eher im Mittelfeld bewegt, gehen wir davon aus, dass die nächsten Jahre einiges an Wachstumspotenzial bieten werden. Davon könnten möglicherweise auch die alternativen Anbieter profitieren. Voraussetzung ist allerdings eine strenge Kontrolle der Deutschen Telekom durch Regulierung und Kartellaufsicht, um gleiche Wachstumschancen für alle zu ermöglichen. Denn die größte Herausforderung, vor der wir stehen, ist nach wie vor der Ex-Monopolist Telekom, der nichts unversucht lässt, um den veränderten Bedingungen des regulierten Marktes zu trotzen. Prägnantes Beispiel aus dem letzten Jahr: Die aggressive Vermarktung der Call & Surf-Angebote. Insbesondere die langen Mindestvertragslaufzeiten, mit denen die Telekom ihre Kunden bindet, schränken Möglichkeiten der Wettbewerber stark ein, Verbraucher für ihre Angebote zu gewinnen. So hat es die Telekom geschafft, bereits 73 Prozent ihrer Bestandskunden auf einen Tarif

mit Mindestvertragslaufzeit umzustellen – all diese Kunden können sich in den nächsten zwei Jahren nicht mehr für unsere günstigen und bequemen Angebote entscheiden. Deshalb werden wir alles daran setzen, unsere Bestandskunden zu halten und möglichst viele Neueinsteiger für uns zu gewinnen. Dies wird uns am ehesten gelingen, wenn wir Produkte mit attraktiven und günstigen Konditionen bieten. Für die Umsetzung dieser Ziele brauchen wir eine kritische und wirksame Wettbewerbskontrolle, die das Verhalten der Telekom beaufsichtigt und aus unserer Sicht unzulässige Angebote wie das Call & Surf-Angebot einschränkt.

Zusammenfassend lässt sich sagen: Die Mehrheit der Verbraucher wünscht sich günstige, aber auch benutzerfreundliche und sichere Produkte. Auf diese Bedürfnisse sollten wir reagieren und unsere Produkte entsprechend gestalten, um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu sein. Deshalb haben wir auch unser jüngstes Produkt, TELE2 Komplett, nach diesen Bedürfnissen ausgerichtet. Das Angebot zeichnet sich neben einem günstigen Paketpreis durch eine sehr einfache und bequeme Inbetriebnahme – dank vollautomatischer Selbstinstallation – aus. Aus unserer Sicht genau das, was wir brauchen, um Kunden für einen Komplett-Wechsel zu gewinnen. Mit Produktkonzepten wie diesem, da sind wir optimistisch, können wir in den nächsten Jahren den Herausforderungen durch die Deutsche Telekom entgegentreten.



Hermann Riedl

Geschäftsführer der
Communication Services
TELE2 GmbH



Utz Wilke

Geschäftsführer der
Filiago GmbH & Co KG

Entwicklung der Marktbereiche → Festnetz/Breitbandzugang

Statement

→ Es geht auch ohne DSL: Internet via Satellit

Auch im Jahr 2007 gibt es immer noch viele Regionen in Deutschland, in denen terrestrische DSL-Zugänge nicht verfügbar sind. Doch auch dort steigt die Nachfrage nach breitbandigen Internetzugängen sowohl von privaten Haushalten wie auch von kleinen und mittelständischen Unternehmen stetig.

Kaum ein Unternehmen kann es sich heutzutage noch leisten, nicht im Internet präsent zu sein. Und auch für private Anwender ist ein schneller Internetzugang immer wichtiger geworden. Was nützt die schönste Digitalkamera, wenn man zum Entwickeln der Bilder immer erst in die nächstgrößere Stadt fahren muss, weil man leider nicht auf Onlinedienste zurückgreifen kann? Vom „normalen“ Surfen und E-Mail-Verkehr einmal ganz zu schweigen. Die zu übertragenden Datenmengen werden immer größer, die Internetseiten immer umfangreicher.

Es wäre falsch, an dieser Stelle anzunehmen, dass es in naher Zukunft eine flächendeckende Versorgung mit terrestrischen DSL-Anschlüssen in Deutschland geben wird. Der Ausbau des kabelgebundenen Hochgeschwindigkeitsnetzes ist in höchstem Maße unrentabel und somit in weiter Ferne für die unterversorgten Gebiete.

Seit der Einführung eines auch für Privatkunden erschwinglichen Internet via Satellit 2-Wege-Systems im April 2007 durch Filiago ist es jedoch für nahezu alle Haushalte in Deutschland möglich, sogar ohne Telefonverbindung mit High Speed durch das Internet zu surfen. Sowohl Download als

auch Upload laufen via Satellit. Und das mit bis zu sechzehnfacher ISDN-Geschwindigkeit. WiMAX-Lösungen erschließen zumeist ganze Siedlungen auf einmal und sind aus Kostengründen auf eine Mindestanzahl an Anschlüssen angewiesen. Filiagos Internet via Satellit 2-Wege-Systeme wurde als Individuallösung entwickelt und für den Haushalt (ggf. das Heimnetzwerk) beziehungsweise für kleine und mittelständische Unternehmen konzipiert.

Der Anwender kann also unabhängig von seinen Nachbarn und allein nach seinen Bedürfnissen entscheiden, welches Angebot für ihn persönlich das beste ist. Durch den Einsatz von selbstausrichtenden Antennen ist auch die mobile Nutzung der Dienste von Filiago, zum Beispiel in Übertragungswagen, für Menschen mit einer Tätigkeit im Außendienst, in Wohnmobilen oder auf See kein Problem.

Da Filiago seit Kurzem auch einen eigenen Voice over IP-Service via Satellit anbietet, ist somit auch an Orten ohne Telefonleitung, GPRS oder UMTS Telefonieren ohne Einschränkungen möglich. Für Regionen, in denen kein terrestrisches DSL verfügbar ist, ist Internet via Satellit von Filiago eine günstige und individuelle Alternative.

Filiago ist einer der führenden Internet via Satellit-Anbieter am deutschen Markt. Seit Mai 2003 wurde das Unternehmen kontinuierlich erfolgreich aufgebaut und konnte in dieser Zeit mehr als 20.000 Kunden gewinnen und den Umsatz um jeweils 150 Prozent zum Vorjahr steigern.

→ 2008: ein besonderes Jahr für die TK-Branche

Das Jahr 2008 ist für die Telekommunikationsbranche ein besonderes Jahr. Vor zehn Jahren wurde der Sektor vollständig liberalisiert. Nach der Privatisierung der Deutschen Telekom haben wir 1996 zunächst ihr Netzmonopol aufgehoben und zu Beginn des Jahres 1998 dann auch das Monopol für die Sprachtelefonie. Damit einher gingen die Einrichtung der Regulierungsbehörde und die Einführung der sektorspezifischen Regulierung. Die Umstrukturierung des Telekommunikationssektors war somit eine der umfassendsten Wirtschaftsreformen der letzten Jahrzehnte in Deutschland.

Die äußerst positive Marktentwicklung des Sektors belegt, dass der Dreiklang aus Privatisierung, Liberalisierung und effektiver sektorspezifischer Regulierung insgesamt sehr gut gelungen ist. Wir haben also guten Grund, das zehnjährige Jubiläum zu feiern.

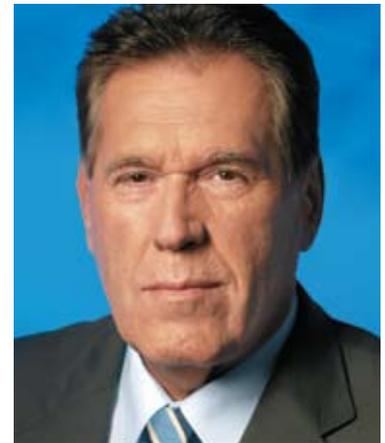
Verbrauchern und Wirtschaft in Deutschland steht heute eine hervorragende Telekommunikationsinfrastruktur zur Verfügung, auf deren Grundlage eine Vielzahl moderner und preiswerter Dienste angeboten wird.

Massive Preissenkungen im Festnetzbereich haben zu spürbaren Entlastungen der Verbraucher und der Wirtschaft geführt und damit die Spielräume für die Erschließung neuer Märkte eröffnet. Wir haben seit der Marktöffnung einen Boom im Mobilfunk erlebt. Das hat zur Folge, dass wir heute in Deutschland deutlich mehr Handys als Einwohner haben. Und es existiert offensichtlich weiteres Wachstumspotenzial.

Einen Boom erleben wir auch im Bereich des breitbandigen Internets. Die aktuellen Zahlen der EU-Kommission belegen, dass in keinem der fünf größten EU-Mitgliedstaaten der Breitbandmarkt so schnell wächst wie in Deutschland. Zwischen Juli 2006 und Juli 2007 wuchs der deutsche Markt um knapp fünf Millionen Anschlüsse. Mittlerweile verfügen rund 50 Prozent der Haushalte in Deutschland über einen breitbandigen Internetanschluss. Der deutsche Markt ist nach China und den Vereinigten Staaten der weltweit drittgrößte DSL-Markt, und bei den DSL-Wettbewerberanteilen erreichen wir mit 51 Prozent den zweithöchsten Wert in der Europäischen Union.

Zu dieser positiven Entwicklung haben die Mitgliedsfirmen des VATM maßgeblich beigetragen. Sie haben die Spielräume entschlossen und erfolgreich genutzt, die ihnen ein wettbewerbsorientierter Rechtsrahmen und die Bundesnetzagentur eröffnet haben.

Sieht man einmal von der Versorgung per Satellit ab, die jedermann zu mittlerweile durchaus tragfähigen Konditionen zur Verfügung steht, können derzeit rund 97 Prozent der Haushalte mit breitbandigen Zugängen versorgt werden. Rund eine Mio. Haushalte sind derzeit aber noch ohne Anschlussmöglichkeit, obwohl in vielen der bisher unversorgten Gebiete kommerziell tragfähige DSL-Alternativen machbar sind. Die Bundesregierung hat deshalb eine ganze Reihe von Maßnahmen auf den Weg gebracht, die einen maßgeblichen Beitrag zur Lösung der Flächendeckungsproblematik leisten sollen.



Michael Glos MdB
Bundesminister für Wirtschaft
und Technologie

Ich bin deshalb sehr dankbar, dass sich auch der VATM mit großem Engagement für die Schließung der Breitbandlücken einsetzt und die Bestrebungen der Bundesregierung unterstützt. Denn nur durch eine gemeinsame Kraftanstrengung von Wirtschaft, Bund, Ländern und Gemeinden werden wir letztlich erfolgreich sein.

Der VATM und seine Mitglieder sind für uns in den letzten Jahren immer wichtige Gesprächspartner im Hinblick auf die Fortentwicklung des nationalen und europäischen Rechtsrahmens gewesen. Der Dialog mit dem Verband war trotz gelegentlicher Auffassungsunterschiede dabei immer erfreulich konstruktiv.

Die Mitgliedsunternehmen des VATM leisten darüber hinaus einen ganz wesentlichen Beitrag zu den Investitionen im Telekommunikationssektor, die wiederum Voraussetzung sind für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit unserer Volkswirtschaft.

Besonders erfreulich ist, dass die Wettbewerbsunternehmen im letzten Jahr rund 2.000 neue Stellen geschaffen haben und 1.300 junge Menschen in 16 verschiedenen Berufen ausbilden. Dabei lag die Anzahl der Ausbildungsplätze im Jahr 2007 deutlich über dem Niveau des Vorjahres. Diese Zahlen sind mit Blick auf den deutschen Lehrstellenmarkt sehr ermutigend. Ich bedanke mich für dieses Engagement.

Die Erfolgsgeschichte im TK-Bereich belegt die hohe Qualität des nationalen und des europäischen TK-Rechtsrahmens und die Kompetenz

der beteiligten Akteure. Mit Blick auf den anstehenden TK-Review spricht dies eher für Kontinuität. Fundamentale Veränderungen sind weder in materieller noch in institutioneller Hinsicht angezeigt.

Bei der anstehenden Überarbeitung des Richtlinienpaketes stellen sich eine Reihe von zentralen Fragen: Was sind im Hinblick auf die zunehmende Dynamik und Konvergenz in den TK-Märkten die Anforderungen an eine gute Regulierung und wie können diese im Rechtsrahmen umgesetzt werden? Welche Wettbewerbskonzeption legen wir den Regulierungseingriffen zugrunde? Welche Implikationen hat es, wenn zukünftig mehr Märkte unter das allgemeine Wettbewerbsrecht fallen?

Gemeinsames Ziel der europäischen Politik muss es sein, die Leistungsfähigkeit der europäischen Telekommunikation weiter voranzutreiben. Dies kann nur erreicht werden durch eine eindeutig wettbewerbsorientierte Politik, die den Gegebenheiten auf den Märkten Rechnung trägt.

Der Verband und seine Mitgliedsfirmen haben in den letzten zehn Jahren ihre Leistungsfähigkeit sehr überzeugend unter Beweis gestellt und einen wesentlichen Beitrag zur positiven Entwicklung der deutschen Telekommunikation geleistet. In diesem Sinne wünsche ich dem VATM für die vor uns liegenden Jahre eine weiterhin exzellente Verbandsarbeit und den Unternehmen viel Erfolg auf den TK-Märkten.

→ 2007: ein Mobilfunkjahr voller

Chancen und Herausforderungen

An Dynamik hat es der Mobilfunkbranche noch nie gemangelt. 2007 bildet da keine Ausnahme. Doch statt von technischen Innovationen profitierten Kunden und auch einige Marktteilnehmer im abgelaufenen Jahr von innovativen Tarifen, günstigen Preisen und einer neuen Anbietervielfalt, die einer als nahezu gesättigt geltenden Branche neue Impulse gaben.

Dank stetig sinkender Preise legt die Branche in den Köpfen der Verbraucher nach und nach ihr Teuer-Image ab. Die Kunden honorieren dies mit einer steigenden Nutzung bei Telefonie und Datenaustausch. Die Deutschen haben 2007 erneut über 30 Prozent mehr Minuten im Mobilfunk telefoniert. Flatrates, sinkende Preise und eine höhere Marktdurchdringung zeigen also Wirkung. Damit sind nach 16 Prozent im Jahr 2006 nun mehr als 20 Prozent der Telefoniminuten mobil. Der deutsche Mobilfunk ist gegenüber dem Festnetz im europäischen Vergleich aber beim Anteil am Gesprächsvolumen immer noch rückständig. Immerhin: Deutschland spricht nicht nur mehr mobil, sondern entdeckt auch verstärkt den mobilen Datenverkehr. Dieser verzeichnet ein deutliches Wachstum, sodass der Umsatzbeitrag aus Non-Voice-Services der Anbieter nun bei 23 Prozent liegt (Vorjahr 20,6 Prozent).

Einen weiteren positiven Impuls aus Kundensicht und langfristig auch für das Nutzungsverhalten gab das EU-Parlament im Mai: Die gesenkten Roaming-Entgelte ermöglichen seit dem Sommer 2007 entspanntes Telefonieren im EU-Ausland. Dass kurz-

bis mittelfristig auch die Datenpreise folgen werden, scheint sicher. Für den Verbraucher war 2007 also ein voller Erfolg.

Mehrmarkenstrategie und Konsolidierung

Zu den bedeutenden Wachstumstreibern auf Anbieterseite gehörten im Jahr 2007 die Mobilfunkdiscountmarken. Ob simyo, Aldi-Talk, blau.de oder weitere neue Marken – die Strategie, zielgruppenspezifische Angebote auf den Markt zu bringen, funktioniert und hat inzwischen auch die Marktführer erreicht.

Die Veränderungen am Markt gehen an der Anbieterstruktur nicht spurlos vorüber. So stärkte debitel durch den Kauf von Talkline seine Position im hart umkämpften Markt der Service Provider. Ende 2006 ging bereits die Marke debitel.light an den Anbieter blau.de. Und die anhaltenden Diskussionen um die Zukunft von freenet und die Konsolidierungsbestrebungen des Anbieters Drillisch sorgen für weitere Unruhe.

Gegensätzliche Strategien

Abseits der Konsolidierung: Welcher Geschäftsansatz führt zum Erfolg? Zwei gegensätzliche Strategien im Telekommunikationssektor stehen im Blickfeld: Konvergenz und Substitution. Beide Ausrichtungen entsprechen unterschiedlichen Kundenwünschen und Anbieterinteressen. Bei den Konvergenzangeboten sollen die Verbraucher davon überzeugt werden, alle Angebote für Mobilfunk, Festnetztelefonie, Internetzugang und zum Teil sogar TV von einem Anbieter zu be-

ziehen. Die Gegenstrategie setzt auf reinen Mobilfunk mit attraktiven, einfachen Tarifen und den teilweisen Verzicht auf alternative, kabelgebundene Technologien. Beide haben ihren Platz im Markt gefunden.

2007 wieder nicht durchbringen konnte. Stattdessen legte der Regulierer die von einem Netzbetreiber eingereichten Kostenunterlagen zugrunde, um die Kosten der effizienten Leistungsbereitstellung und daraus die



Aus Geschäftsleben und Freizeit schon lange nicht mehr wegzudenken: die mobile Kommunikation

Praxisgerechte Terminierungsentgelte – nach wie vor keine Rechtssicherheit

Eine lebhafte Diskussion brachte das Jahr bei den Terminierungsentgelten. Die Regulierungsverfügung der Bundesnetzagentur vom Herbst 2006 zur Absenkung anhand eines Vergleichsmodell wurde von den Mobilfunkern gerichtlich angefochten. Eine endgültige Entscheidung wird für das Frühjahr 2008 erwartet, Ausgang offen. Sowohl die EU als auch einige Netzbetreiber hatten gemeinsam mit dem VATM eine Festlegung anhand eines Kostenmodells gefordert, wozu sich die Bundesnetzagentur auch

Höhe der Terminierungsentgelte zu ermitteln. Ob dieses intransparente Vorgehen für die dringend notwendige Rechtssicherheit im Markt sorgt, sei dahingestellt. Zwar senkte die Bundesnetzagentur die seit Dezember 2007 geltenden Terminierungsentgelte leicht ab, kritisch ist jedoch die Verminderung der Spreizung der Entgelte zwischen großen und kleineren Netzbetreibern zu sehen, durch die die großen Netzbetreiber in Relation bessergestellt wurden.

Top oder Flop? Handy-TV

Das Fernsehen per Mobiltelefon hat die Branche 2007 ebenfalls in Atem

gehalten. Dabei stand vor allem die Diskussion um den technischen Standard im Vordergrund. Dieser dürfte aber langfristig nur eine Randnotiz bei der weiteren Entwicklung des mobilen Fernsehens sein. Ein Ausbau bis auf etwa 90 Prozent der Bevölkerung im Laufe des Jahres 2015 ist geplant, schon zur Fußball-Europameisterschaft im Sommer 2008 sollen auf den ersten Handy-Bildschirmen echte TV-Formate aus dem neuen Netz flimmern. Entscheidend für den Erfolg – und gleichzeitig die größte Herausforderung – dürften die Geschäftsmodelle sein, an denen alle Beteiligten in der Wertschöpfungskette verdienen und die gleichzeitig den Kunden ein attraktives, günstiges TV-Angebot liefern.

Ein neues Geschäftsmodell wurde 2007 von Apple mit dem iPhone vorgestellt. Seit November werden die Geräte exklusiv von T-Mobile vertrieben. Im Gegenzug beteiligt T-Mobile Apple an den monatlichen Umsätzen. Ob sich das Geschäftsmodell hierzulande auf breiter Front durchsetzt und Akzeptanz findet, bleibt abzuwarten. Campierende Kunden vor den T-Punkten wie vor den Verkaufsstellen in den USA wurden zum Verkaufsstart jedenfalls nicht gesehen.

Mobiles Internet vor dem Durchbruch

Durchgesetzt hat sich 2007 endgültig der Mobilfunkstandard UMTS. Deutlich niedrigere Preise für den Datentransport und UMTS-Flatrates haben die Nachfrage nachhaltig angekurbelt. Zum Ende des Jahres werden gut zehn Millionen Bundesbürger das UMTS-Netz mit ihren Endgeräten nut-

zen. Für 2008/2009 ist mit dem endgültigen Marktdurchbruch für schnelle Datendienste und das mobile Internet zu rechnen.

Und weil das Internet zusehends mobil wird, haben neue schlagkräftige Mitspieler die Bühne des Mobilfunks betreten: Anbieter wie Yahoo! und Google wollen künftig mit Software und Betriebssystemen ihren Teil des Kuchens für sich beanspruchen. Ob als Konkurrent oder Partner der Mobilfunkher, wird die Zukunft zeigen.

Fazit

Auch wenn die Umsätze im Mobilfunk im Jahr 2007 um ein bis zwei Prozent zurückgingen, bietet der Markt weitere gute Wachstumschancen für jene Anbieter, die ihre Geschäftsmodelle und Arbeitsweise an die neuen Marktgegebenheiten anpassen. So wird beispielsweise die Anzahl der SIM-Karten 2008 die 100-Millionen-Grenze durchbrechen. Mit neuen Playern und dem damit verbundenen Wettbewerbs- und Erfolgsdruck entwickelt sich die Branche hochdynamisch. Entscheidend für weiteres Wachstum ist jetzt die strategische Ausrichtung.

Große Chancen und ebenso große Aufgaben erwarten die Provider: weiter sinkende Preise, steigende Nutzer- und Nutzungszahlen, wachsende Investitionen in die Kundenbindung, Markteintritte von neuen Wettbewerbern und vieles mehr werden die Branche in Atem halten. Aber das Wichtigste ist, dass auch 2008 der Kunde von neuen Plänen und Produkten profitieren wird. Nur dann können auch die Anbieter auf Erfolge hoffen.



Oliver Steil

Vorstandsvorsitzender der
debitel AG

Entwicklung der Marktbereiche → Mobilfunk

Statement

→ Mobiles Internet erreicht Privatanutzer

Im Mobilfunkmarkt scheint Wachstum schwierig. Statistisch gesehen hat jeder Bundesbürger mindestens ein Handy. Größter Umsatzträger im Mobilfunk sind nach wie vor Sprachdienste, die rund drei Viertel ausmachen. Doch die Margen bröckeln und die Erlöse pro Teilnehmer sinken. Mit Datendiensten machen sich die Provider fit für die Zukunft. Web 2.0 wird mobil.

Premium-Produkte oder Discounterware: Während Supermärkte und Online-Anbieter mit preisaggressiven Tarifen für Sprache und SMS steigende Marktanteile verzeichnen, müssen etablierte Anbieter auf Mehrwert setzen. Mobile Datendienste bieten eine gute Möglichkeit, sich im Markt zu differenzieren, neue Erlösquellen zu erschließen und langfristig Kunden zu gewinnen. Klarer Indikator dafür ist die Zunahme der UMTS-Nutzer. UMTS und die Weiterentwicklung HSPA erlauben hohe, DSL-ähnliche Bandbreiten und sind die Voraussetzung für schnelle Daten-Dienste wie E-Mail, WWW und Video. Während zunächst die Datenübertragung für Notebooks und PCs für Nachfrage unter geschäftlichen Nutzern sorgte, schwappt die Onlinewelle jetzt auf private Mobilfunkkunden über.

Mit neuen Diensten und über Partnerschaften mit Internet-Unternehmen adressiert die debitel-Gruppe ver-

stärkt Privatkunden. Mobile Datendienste erobern den Massenmarkt. Offboard-Navigationssysteme und Musikdownloads via GPRS waren der Anfang. Jetzt stehen weitere Dienste bereit, die bekannte und erfolgreiche Anwendungen vom stationären Internet-PC aufs Handy holen. Die Mobilität des Endgeräts ist dabei der wesentliche Ansatz für klaren Nutzwert.

Während Handys mit E-Mail-Client längst zum Standard gehören, kommen nun eBay, Fotoblogs und Communityfunktionen durchs mobile Web und folgen dem Nutzer überall hin. Spezielle Web-Browser, die reguläre Internetseiten für die Darstellung auf dem kleineren Display optimieren, machen den PC zunehmend entbehrlich. Vielversprechend sind außerdem die sogenannten Web 2.0-Anwendungen, bei denen der Nutzer die Inhalte mitbestimmt: Mit dem Handy können die Nutzer bereits heute Blogs mit Bild und Text füllen, an Internet-Auktionen teilnehmen oder Freundschaften in Online-Communities pflegen – in der Geschwindigkeit und mit dem Komfort, den sie vom stationären DSL kennen. Wer die Möglichkeiten nutzen will, die in der Verbindung zwischen Mobilfunk und Internet liegen, braucht auch leistungsfähige Hardware und gute Beratung. So können sich namhafte Anbieter auch künftig der Herausforderung der Discounter stellen.

Statement

→ Discount boomt!

Seit der Gründung der ersten Mobilfunk-Discounter Mitte 2005 zeichnet sich das junge Segment durch ein stetiges Wachstum aus. Heute beträgt der Marktanteil bereits rund zehn Prozent. Was im Umkehrschluss bedeutet, dass immer noch über 90 Prozent der deutschen Mobilfunkkunden zu teuren Tarifen nutzen und zu viel für mobile Telefonie bezahlen. Doch das wird sich zunehmend ändern: Für das Jahr 2010 erwarten wir einen Marktanteil der Discounter von 25 Prozent. Warum? Die Nachfrage der Verbraucher nach fairen und transparenten Tarifen steigt. Sie wollen keine überflüssigen Kosten, wie Grundgebühr oder Mindestumsatz, und keine Einschränkungen durch festgelegte Vertragslaufzeiten. Stattdessen wollen sie unmittelbar und jederzeit von Preissenkungen profitieren. Es ist das Verdienst der Discounter und ihrer Kunden, dass sich der Preisabstand zwischen Mobilfunk und Festnetz deutlich verringert hat. Dieser Trend wird sich fortsetzen und zu einer steigenden Mobilfunknutzung in Deutschland führen.

Blau Mobilfunk ist ein Discounter der ersten Stunde und hat sich mit seinen Tarifen blau.de und blauworld optimal auf die neuen Kundenbedürfnisse eingestellt. Darin bestätigt uns nicht zuletzt die Tatsache, dass jetzt auch die anfänglich skeptischen Mobilfunkbetreiber nach und nach in unseren Markt einsteigen. Sei es mit eigenen Discount-Angeboten oder im Verbund mit bestehenden Marken, beispielsweise aus Handel oder Me-

dien. Doch nur wer sein Angebot laufend kundenorientiert erweitert, wird in unserem Wachstumssegment langfristig bestehen. Wir haben deshalb nicht nur einen fairen Tarif für Sprache und Daten, sondern mittlerweile auch eine zubuchbare Flatrate im Angebot. Sie verbindet die aktuell stärksten Markttrends: no frills und convenience. Letzterer Aspekt ist auch im Service-Bereich von zunehmender Bedeutung. Wir haben uns darauf mit unseren zahlreichen Vertriebs- und Auflademöglichkeiten online und offline eingestellt. Unser Ethnotarif blauworld erweitert unser Portfolio darüber hinaus gezielt: Er spricht erfolgreich eine attraktive Zielgruppe an, die regelmäßig von Deutschland ins Ausland telefoniert und sich durch intensive Nutzung des Mobiltelefons auszeichnet. All diese Faktoren tragen dazu bei, dass wir deutlich über dem Marktschnitt wachsen.

Für die Zukunft erwarten wir, dass sich die mobile Datenübertragung neben der klassischen Telefonie und SMS im alltäglichen Nutzerverhalten etabliert. Es gibt zunehmend attraktive Online-Dienste, die mit dem Handy genutzt werden können. Doch die Hemmschwelle für den Einstieg in die mobile Datennutzung ist hoch. Das liegt vor allem an der Angst vieler Kunden vor unkontrollierbaren Kosten. Der Erfolg des mobilen Internets wird also entscheidend von einfachen, fairen und transparenten Tarifmodellen abhängen – wie sie einige Discounter, unter anderem blau.de, bereits heute anbieten.



Martin Ostermayer

Geschäftsführer der
blau Mobilfunk GmbH



Thorsten Dirks

Chief Executive Officer der
E-Plus Gruppe

Entwicklung der Marktbereiche → Mobilfunk

Statement

→ Marktsegmentierung schafft Wachstum

Nach der Geburtsstunde des digitalen deutschen Mobilfunks wuchs die Branche über ein Jahrzehnt lang ohne große Überraschungen. Vier Netzbetreiber – mit den D-Netzen an der Spitze – teilten den Markt mit einigen Service-Providern unter sich auf.

Ohne harten Wettbewerb richteten sich die Angebote vor allem nach den Interessen der Betreiber, während die Kunden mit Produkten nach dem Prinzip „one size fits all“ vorlieb nehmen mussten. Das Resultat: wenig Auswahl, hohe Preise. Statt attraktiver Tarife sollten technische Innovationen die Massen begeistern. Der praktische Nutzen für den Verbraucher geriet nicht selten in Vergessenheit. Eine Situation, die nicht nur für die Kunden, sondern auch für die kleinen Anbieter zunehmend unbefriedigend wurde, denn im Einheitsbrei des Marktes konnten sie mit ihren Angeboten kaum Durchschlagskraft entwickeln.

Damit ist seit Mitte 2005 Schluss: Aus E-Plus wurde die E-Plus Gruppe, und die neuen Marken sorgten für reichlich Bewegung im Markt. BASE, simyo und Co. stellen die Kundenbedürfnisse konsequent in den Vordergrund, bieten einfache und günstige Tarife statt technischer Spielereien und unterscheiden sich dadurch deutlich vom „alten Mobilfunk“. Und: Weil nicht jeder Kunde gleich ist, richten sie sich jeweils an eine klar definierte Zielgruppe. In anderen Branchen ist dieses Konzept schon seit Langem erfolgreich: Automobilhersteller und Lebensmittelproduzenten setzen auf mehrere Marken, um ihre Produkte

gezielt zu vermarkten und so weiteres Wachstum zu erzielen.

Das funktioniert auch im Mobilfunk: Wenn nicht nur eine, sondern gleich mehrere Marken aus einem gemeinsamen Tarifbaukasten entwickelt, über ein Netz abgewickelt und über eine standardisierte Vertriebs-Toolbox vermarktet werden können, schafft das Synergien, Kosteneffizienz und kurze Vorlaufzeiten für neue Produkte.

Mittlerweile hat der Marktwandel fast die komplette Branche erfasst. Wer profitiert davon? Die neue Vielfalt kommt erst einmal dem Kunden zugute: Immer mehr Anbieter, etwa 30 davon im E-Plus Netz, bieten endlich günstige und auf bestimmte Zielgruppen perfekt zugeschnittene Produkte. Dadurch verliert der Mobilfunk das alte Teuer-Image und die Nutzung der Angebote steigt endlich.

Für den Impulsgeber hat sich der Wandel ebenfalls gelohnt: Die E-Plus Gruppe gilt nun als Vorreiter des neuen kundenorientierten Mobilfunks. Das Unternehmen profitiert vom neuen Kundenwachstum und von den schlanken, effizienten Strukturen, die aus der Fokussierung auf die Kernaufgaben resultieren. Das Unternehmen verzeichnet das stärkste und profitabelste Wachstum der Branche hinsichtlich Umsatz und EBITDA sowie ein deutlich aufgewertetes Markenimage. Auf Dauer wird sich der Marktwandel für jeden Anbieter auszahlen, der flexibel genug ist, um Geschäftsmodell, Prozesse und Strukturen der neuen Situation anzupassen.

Statement

→ Kinder altersgerecht an das Handy heranzuführen

Die aktuelle Studie „Kids Verbraucher-Analyse 2007“ des Berliner Egmont Ehapa Verlags belegt den Trend zu einem niedrigeren Einstiegsalter in den Mobilfunk. Und bei über 46 Prozent der sechs- bis 13-jährigen Mädchen und Jungen steht in Deutschland das erste eigene Mobiltelefon auf dem Wunschzettel. Mobilfunk für Kinder birgt somit ein hohes Marktpotenzial, ist aber auch mit besonderer Verantwortung verbunden.

Ein Handy ist heute weit mehr als nur ein Telefon – Kurznachrichten, Musik, Bilder und Spiele machen das Handy zu einem multimedialen Alleskönner. Kinder sind kleine Entdecker, wollen spielen und vieles ausprobieren, um sich die Welt zu erschließen. Modernen Technologien stehen sie unbefangener gegenüber als viele Erwachsene. Ein qualitativ hochwertiges Angebot mobiler Inhalte wie Spiele, Lernspiele oder MP3-Dateien trägt dazu bei, die Kinder altersgerecht an dieses Medium heranzuführen.

Auf der anderen Seite bergen gerade die umfangreichen Fähigkeiten moderner Mobiltelefone viele Risiken für Kinder. So ermöglichen nahezu alle verfügbaren Mobilfunkgeräte für Erwachsene den unkontrollierten Austausch von Inhalten, was bei Kindern zu Problemen führen kann. Deshalb

fordern Eltern zu Recht das höchstmögliche Maß an Sicherheit und Kontrolle bei einem Produkt für ihren Nachwuchs. Insbesondere Kinder müssen nachhaltig vor Gefahren wie Gewaltvideos an Schulen, Stichwort „Happy Slapping“, und natürlich auch Kostenfallen wie Flirt-SMS oder Klingelton-Abos geschützt werden. Dafür lassen sich technische Lösungen und kindgerechte Produkte einsetzen.

In zunehmendem Maße steht die Mobilfunkindustrie vor der Herausforderung, Marktsegmente und -nischen mit maßgeschneiderten Angeboten zu bedienen. Nur mit Produkten, die für den Kunden einen höheren Nutzwert bieten als der Standard, können sich Anbieter aus der Preisfalle im hart umkämpften Mobilfunkmarkt befreien. Auf diese Strategie setzt Kandy Mobile mit einem umfassenden Mobilfunkangebot, das Kindern Spaß und Eltern gleichzeitig Sicherheit bietet.

Dennoch können Eltern und Schulen nicht aus der Verantwortung genommen werden. Eltern sollten sich aktiv mit ihren Kindern über das Thema Handy auseinandersetzen, Regeln im Umgang mit dem Gerät aufstellen und über Gefahren aufklären. Auch Lehrer können in der Schule einen sensiblen und kreativen Umgang mit dem Medium Handy vermitteln.



Ralph Stegmüller

CEO der Kandy Mobile AG



Auch bei Kindern und Jugendlichen hoch im Kurs: das eigene Handy



Klaus-Dieter Scheurle

Managing Director Credit Suisse
Securities (Europe) Limited

Scheurle war von der Marktöffnung 1998 bis Ende 2000 erster Präsident der damaligen Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post

➔ Modell für die Liberalisierung anderer Märkte

Frage: Zehn Jahre Liberalisierung im Festnetz und fast 20 Jahre Postreform, wie kam es zu den für den Wirtschafts-Standort Deutschland so wichtigen Strukturreformen?

Antwort: In den vergangenen zehn Jahren hat sich die Bedeutung dieser Reformen herausgestellt. Wenn man heute die Angebote im Telekommunikationsbereich in preislicher und qualitativer Hinsicht sieht, weiß man, dass diese in einer monopolistischen Marktstruktur nicht möglich gewesen wären. Hätten wir weiterhin ein Monopol im Telekommunikationsmarkt, würde die deutsche Volkswirtschaft nicht da stehen, wo sie heute steht.

Frage: Welches waren während Ihrer Zeit als Präsident der damaligen Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post die einschneidendsten Momente der Marktgestaltung?

Antwort: Rückblickend zeigt die Postreform, dass die Politik mehrere Anläufe, die verschiedenen Stufen der Postreform, benötigte. Die Politik war einerseits mutig, indem sie die damals bestehenden Monopole auflöste, andererseits nahm sie sich viel Zeit und ging die Postreform zaghaft an. Damals sprach man davon, dass im Telekommunikationsbereich hohe Investitionen nötig seien, die die öffentliche Hand nicht leisten könne. Zudem hatte die Telekom damals Schulden in Höhe von rund 110 Milliarden DM. Wenn man heute sieht, welche Bedeutung der Telekommunikationsbereich für unsere arbeits-

teilige Welt hat, kann man die Politik auch heute nur ermutigen, über das Tagesgeschäft hinauszudenken und wettbewerbliche Strukturen zu schaffen.

Frage: Taugt denn die Liberalisierung der TK-Märkte als Vorbild für andere netzgebundene Märkte?

Antwort: Ja, ganz eindeutig. Die Reform der Telekommunikationsmärkte kann ein Modell für die Liberalisierung anderer Märkte sein. Dabei sollte die Erkenntnis, wie hoch die volkswirtschaftliche Bedeutung der Einführung von Wettbewerb ist, die Entscheidungsträger ermutigen, nicht zu zaghaft zu sein. Nur dann kann Deutschland im zunehmend globaleren Wettbewerb bestehen.

Frage: Heute haben wir eine Große Koalition, seinerzeit bei der Vereinbarung der Postreform nicht. Aber damals bildete sich eine parteiübergreifende Koalition für die notwendige Grundgesetzänderung...

Antwort: ...die Politik einschließlich der breiten Mehrheit im Bundestag war viel entschlossener als heute!

Frage: Ihre Zeit als Präsident der damaligen Regulierungsbehörde für Post und Telekommunikation kann man durchaus als turbulent bezeichnen. Auch mit Ihrem damaligen Vizepräsidenten Herrn Börsen waren Sie nicht immer einer Meinung. Was waren für Sie die einschneidendsten Momente?

Antwort: Ganz wichtig war, dass die

Regulierungsbehörde sehr schnell ihre erste echte Bewährungsprobe bestehen konnte. Die sogenannte Wechselgebühr, die die Telekom den Wettbewerbern beim Wechsel in Rechnung stellen wollte, haben wir für unzulässig erklärt. Ebenfalls von eminenter Bedeutung für den Wettbewerb war die Durchsetzung der Entbündelung der Teilnehmeranschlussleitung. Der Wettbewerb, den wir heute kennen, beruht auf dieser damaligen Entscheidung.

Frage: Die Durchsetzung des Preises für die Miete der Teilnehmeranschlussleitung hat aber fast ein Jahr gedauert...

Antwort ...stimmt nicht, das haben wir deutlich schneller bewerkstelligt!

Frage: Eine viel und kontrovers diskutierte Frage ist die, wieviel Regulierung der Telekommunikationsmarkt braucht. Können netzgebundene Märkte überhaupt langfristig aus der Regulierung entlassen werden?

Antwort: In einzelnen Bereichen kann die Regulierung bereits heute zurückgefahren werden. Manche Bereiche wie etwa die Frequenzvergabe müssen hingegen immer durch eine Aufsichtsbehörde verwaltet werden. Regulierung muss grundsätzlich darauf achten, wie sich der Wettbewerb entwickelt und dann die Eingriffe entsprechend zurückfahren. Regulierung ist immer nur die zweitbeste Lösung. Das gilt im Übrigen für alle netzgebundenen Märkte.

Frage: Derzeit wird heftig um den anstehenden EU-Review gerungen. Der schlägt unter anderem einen europäischen Superregulierer und eine strukturelle Separierung bei den Netzen vor. Wäre Letztere auch für den deutschen Markt sinnvoll gewesen?

Antwort: In der Tat haben wir darüber schon vor zwölf Jahren diskutiert und sind zu einem anderen Ergebnis gekommen. Insofern ist die heutige Diskussion zu diesem Thema überflüssig. Die Regulierung hierzulande hat gezeigt, wie man Wettbewerb auch ohne eine solche Trennung von Netz und Betrieb einführen kann. Hier wie auch bei vielen anderen Äußerungen aus dem politischen Raum muss man darauf achten, dass die Regulierung nicht benutzt wird, um sich politisch zu profilieren.

Frage: Trotzdem: In Großbritannien ging man bei BT einen anderen Weg, nämlich den einer freiwilligen Trennung von Netz und Betrieb. Würden Sie Herrn Obermann zu einem solchen Schritt raten?

Antwort: Dies sollte eine Entscheidung der jeweiligen Vorstände bleiben, mit welcher Strategie den Herausforderungen der Märkte am besten begegnet werden kann.

Frage: Die EU-Kommission möchte sich künftig stärker in die TK-Regulierung einmischen, weil sie die Arbeit der nationalen Wettbewerbsbehüter für wenig effizient hält. Hier sei eine europäische Regulierungsbehörde nötig...

Antwort: ...weil die Regulierungsansätze in den Mitgliedsstaaten harmonisiert werden sollen. Dabei ist der innerhalb der EU herrschende Standortwettbewerb doch eher förderlich. Dabei wird sich auch herausstellen, welche Regulierungsansätze die besten Erfolge bringen. Eine europäische Regulierungsbehörde schafft neue Bürokratie. Die noch ausbleibenden grenzüberschreitenden Konsolidierungsprozesse bei den Incumbents zeigen doch, dass die verschiedenen nationalen Märkte mehr oder weniger große Eigenheiten aufweisen.

Frage: Sind die nationalen Regulierer näher dran?

Antwort: Ja. Das deutsche Modell der entbündelten Teilnehmeranschlussleitung wurde zwar von vielen Ländern übernommen. Aber in anderen Ländern ist die Situation zum Beispiel bei der Kabel-Infrastruktur eine andere, daher sind dort auch andere Regulierungsansätze nötig. Grundsätzlich gilt: Je mehr die Marktentwicklung voranschreitet, in desto größerem Umfang erfolgt die Harmonisierung von selbst.

Frage: Wie schätzen Sie den Markt und seine künftige Entwicklung ein? Was sind die größten Herausforderungen?

Antwort: Die Partnerschaft von Google mit den Mobilfunk-Netzbetreibern zeigt die Faszination, die von den Telekommunikationsmärkten ausgeht. Das Zusammenwachsen von Angeboten aus unterschied-

lichen Bereichen wird weiter voranschreiten. Der Konsolidierungsprozess im Markt, den wir seit einiger Zeit beobachten, wird auf jeden Fall weitergehen. Der betrifft nicht nur reine TK-Unternehmen, sondern auch andere Anbieter in diesem Markt wie zum Beispiel Google. Kartell- und Regulierungsbehörde dürfen diese Entwicklung nicht durch zu starke Regulierung behindern.

Frage: Trotz Konsolidierung sind immer noch Eintritte neuer Marktteilnehmer zu beobachten. Wie beurteilen Sie das aus Sicht eines Analysten: Ist der deutsche TK-Markt für ausländische Investoren attraktiv?

Antwort: Wir haben auf dem Telekommunikationsmarkt verschiedene Entwicklungsphasen durchgemacht. Die aktuelle Konsolidierung verspricht neue Wertschöpfungspotenziale, die für Investoren auf jeden Fall interessant sind. Grundsätzlich sind natürlich auch die Bedingungen auf den Finanzmärkten ein wesentlicher Einflussfaktor bei der Entscheidung für ein Engagement in Deutschland oder anderen Ländern.

Frage: Was geben Sie der Branche anlässlich des zehnten Geburtstags des Verbandes mit auf den Weg?

Antwort: Zunächst gratuliere ich dem VATM ganz herzlich zum zehnten Geburtstag. Ich wünsche dem Verband viel Erfolg dabei, die internen Meinungsbildungsprozesse auf die Anforderungen des Marktes abzustimmen.

Frage: Zu guter Letzt: Wie bewerten Sie die Telekommunikationspolitik der Großen Koalition?

Antwort: Ich würde mir manchmal gerne den Mut vergangener Tage wünschen!

Herr Scheurle, wir danken Ihnen herzlich für dieses informative Gespräch.

→ Nutzlose Änderung des Telekommunikationsgesetzes

Frage: Zehn Jahre Liberalisierung im Festnetz und fast 20 Jahre Postreform: Wie kam es zu den für den Wirtschafts-Standort Deutschland so wichtigen Strukturreformen?

Antwort: Wegweisend war für mich ein Gespräch mit Peter Glotz, der damals der medienpolitische Vordenker der SPD-Bundestagsfraktion war, im Mai 1987. Glotz legte mir seine Position zu den relevanten „Fernmelde-Themen“ dar, die durchaus nicht unbedingt im Einklang mit den Ansichten der Fraktion stand. Uns war klar, dass man die seinerzeitige Monopolsituation der Deutschen Bundespost zugunsten eines liberalisierten Marktes aufbrechen musste. Und es war auch klar, dass dieser Schritt einen Bruch mit den wirtschaftspolitischen Traditionen von SPD und Gewerkschaften darstellen musste. Gegen härtesten Widerstand aus der Partei sowie der Deutschen Postgewerkschaft konnte der Weg hin zur notwendigen Grundgesetzänderung freigemacht werden – letztlich auch deshalb, weil sich die Fraktionsspitze klar pro Wettbewerb und Privatisierung entschied. Wir wollten aus der Opposition he-

raus Strukturpolitik machen, und wenn man sich die heutige Wettbewerbslandschaft anschaut, ist uns das gelungen. Natürlich spielte auch die EU-Vorgabe eine Rolle, bis zum 1. Januar 1998 den Markt für Sprachtelefonie zu öffnen.

Frage: Welches waren während Ihrer Zeit als Vizepräsident der damaligen Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post die einschneidendsten Momente der Marktgestaltung? Sie waren ja mit dem damaligen Präsidenten der Behörde nicht unbedingt immer einer Meinung...

Antwort: ...wir haben in der Tat im damals gleichberechtigten Präsidium der Regulierungsbehörde den einen und anderen heftigen Streit in der Sache geführt. Ursprünglich hatte ich die Vorstellung, man müsse die Weichen so stellen, dass gleich starke Wettbewerber zur Deutschen Telekom entstehen. Während jedoch große Konzerne aus der Stahl- und Energiebranche wie RWE oder Thyssen hinsichtlich Kreativität und Ausdauer enttäuschten, machten kleine Wettbe-



Arne Börsen

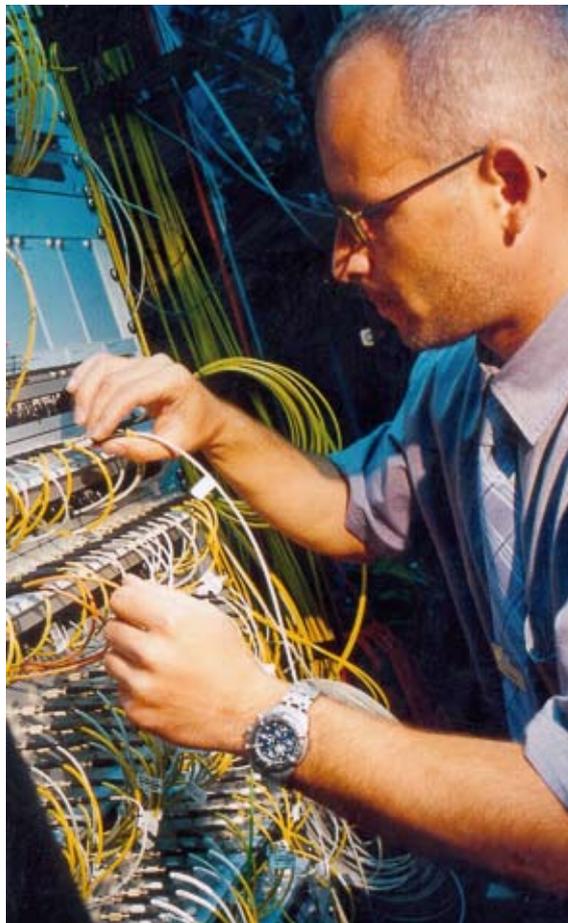
Geschäftsführer AB Consulting

Börsen war von 1998 bis 1999 zwei Jahre Vizepräsident der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post

Wichtige Komponente beim Aufbau
von Telekommunikationsnetzen:
das Glasfaser-Patchfeld

werber wie Mobilcom und Co. durch eine aggressive Preispolitik das Rennen. Dabei legte die aus meiner Sicht kritische Höhe der Interconnection-Gebühren von lediglich 2,7 Pfennig den Grundstein für den beispiellosen Preiskampf, der den Verbrauchern zweifellos große Vorteile brachte, jedoch auch über Nacht Geschäftsmodelle vernichtete.

wäre, dieser war aber politisch nicht durchzusetzen. Als die Privatisierung dann im Gange war, war die Separierung aus eigentumsrechtlichen Erwägungen heraus schon nicht mehr möglich. Auch der aktuelle Vorstoß der EU-Kommission ist angesichts dessen nicht praktikabel, es sei denn, ein Unternehmen mit eigenem Netz trennt Infrastruktur und Betrieb aus eigenem Antrieb.



Frage: *Würden Sie als Berater denn Herrn Obermann einen solchen Schritt vorschlagen?*

Antwort: ...aus dem Bauch heraus ja, wobei man natürlich die konkreten ökonomischen Auswirkungen ex ante intensiv untersuchen müsste.

Frage: *Taugt denn die Liberalisierung der TK-Märkte als Vorbild für andere netzgebundene Märkte?*

Antwort: Die ursprüngliche Befürchtung, die staatliche Daseinsfürsorge in den Bereichen Post und Telekommunikation werde mit einer

Frage: *Wäre aus der Rückschau heraus eine strukturelle Separierung, also die Trennung des Telekomnetzes vom Betrieb unter eigenständiger organisatorischer Leitung, sinnvoll gewesen?*

Antwort: Wir wussten, dass dies aus Sicht eines funktionierenden Wettbewerbs der Königsweg gewesen

Privatisierung nicht mehr gewährleistet sein, hat sich nicht bewahrheitet. Ganz im Gegenteil: Die Versorgung der Bürger ist heute angesichts des Wettbewerbs und der unternehmerischen Freiheit der ehemaligen Staatsunternehmen eher größer als vor 1989. Natürlich sind die Mitarbeiterzahlen bei Post und Telekom deutlich gesunken. Dies muss man aber vor dem Hin-

tergrund sehen, dass die Deutsche Bundespost seinerzeit das größte Arbeitsbeschaffungsprogramm in ganz Deutschland war und nun vor allem Rentabilitätsgesichtspunkte von börsennotierten Unternehmen im Vordergrund stehen. Daher halte ich eine Privatisierung der Bahn für gerechtfertigt.

Frage: Wie viel Regulierung braucht der TK-Markt denn in der Zukunft?

Antwort: Vorrangiges politisches Ziel muss eine Rückführung der Regulierung sein! Allerdings gibt es Bottlenecks, die immer reguliert werden müssen, wie zum Beispiel die Teilnehmeranschlussleitung. Die letzte Meile wird ihre Funktion als Hauptanschluss verlieren – denn immer mehr Menschen ersetzen den herkömmlichen Telefonanschluss durch das Mobiltelefon beziehungsweise benötigen nur noch einen breitbandigen Internetzugang. Natürlich können sich auch Bottlenecks – wie im Fall von VDSL – verschieben. Ich teile die Auffassung, dass hier der Markt nur gemeinsam von Telekom und Wettbewerbern erschlossen werden kann. Der politische Druck ist aus meiner Sicht noch nicht hoch genug. Statt hier die Entwicklung eines gemeinsamen Marktszenarios zu fördern, wurde seitens der Politik viel Zeit mit nutzlosen Änderungen des Telekommunikationsgesetzes vertan. Meine Empfehlung an alle Marktteilnehmer: Suchen Sie in strategischen Fragen der Marktentwicklung den Dialog untereinander, anstatt neue Feindbilder aufzubauen.

Frage: Wie bewerten Sie die aktu-

elle Marktsituation? Wie wichtig ist das Thema flächendeckende Breitbandversorgung?

Antwort: Die fehlende flächendeckende Breitbandversorgung in Deutschland verhindert den Zugang zu Anwendungen wie E-Learning, E-Government, E-Health und damit für viele Gemeinden und Bürger die Teilhabe am modernen öffentlichen Leben. Drahtlose Anschlusstechnologien wie WiMAX oder UMTS mögen punktuell Abhilfe schaffen. Der Breitband-Patient Deutschland wird jedoch erst an der Umwidmung bislang für analoges Fernsehen genutzter Frequenzen genesen. Staatskanzleien und Landesmedienanstalten müssen ihr ewig gestriges Besitzstandsdenken aufgeben und im Sinne der Bürger und Wähler handeln. Diese Frequenzen werden im Zuge des Umschaltens auf Digitalfernsehen in Kürze frei und müssen für die Informationsversorgung der Bürger via Internet eingesetzt werden. Übrigens kommen auch die öffentlich-rechtlichen Sender ihrem verfassungsmäßigen Grundauftrag, der sich zunehmend auf Online-Medien erstreckt, erst dann wirklich nach, wenn sie tatsächlich alle Bürger auch über das Internet erreichen.

Frage: Zu guter Letzt: Welche Note geben Sie der Telekommunikationspolitik der Großen Koalition?

Antwort: Ich würde sie gerne bewerten, wenn es sie denn gäbe.

Herr Börsen, wir danken Ihnen herzlich für dieses informative Gespräch.

Bilanz

→ Die Mehrwertdienste im Jahr 2007

Das Marktsegment der Mehrwertdienste (MWD) war im Jahr 2007 vom Inkrafttreten der Novelle des Telekommunikationsgesetzes (TKGÄndG) und Maßnahmen der Bundesnetzagentur (BNetzA) in Bezug auf die Umsetzung der neuen gesetzlichen Vorgaben bestimmt. Darüber hinaus sorgten weitere Aktivitäten der BNetzA für äußerst kontroverse Diskussionen. So etwa die Pläne des Regulierers, beschränkend in die seit Langem etablierten Geschäftsmodelle im Bereich der Auskunftsrufrummern 118xy einzugreifen. Über allen Entwicklungen des Jahres 2007 stand für alle Bereiche des TK-Marktes, sozusagen als das herausragende übergeordnete Thema, die Migration des alten Netzregimes (PSTN) hin zu einer neuen IP-gestützten Infrastruktur.

Die Diskussion über die Migration in das neue IP-Zeitalter war in den vergangenen zwölf Monaten sehr vielschichtig. Die Mehrwertdienste spielten dabei – zumindest im ersten Schritt – bei der Lösungsfindung durch die BNetzA nur eine untergeordnete Rolle. Erst durch die Aktivitäten des VATM konnte die Regulierungsbehörde davon überzeugt werden, dieses Segment mehr in den Fokus der Betrachtung zu rücken. So fand im Mai 2007, organisiert vom VATM und mit Beteiligung der BNetzA, in Berlin ein gut besuchter Telekompassabend statt. Dabei und bei etlichen anderen Gelegenheiten im Jahr 2007 konnte gegenüber Politikern und Vertretern der Bundesnetzagentur die Verbandsposition vertreten werden: Dass sich mit den Mehrwertdiensten ein funktionierendes, modernes und

praktisches Instrument für den wertorientierten Kundendialog und Servicedienstleistungen herausgebildet hat, für das ein über die Jahre entwickelter Rechtsrahmen und klare gesetzliche Spielregeln bestehen. Und dass genau diese Rahmenbedingungen, Systematiken und Spielregeln sich auch in der neuen All-IP-Welt für alle Marktteilnehmer wiederfinden müssen. Hierzu wurde nicht zuletzt auch eine umfassende Studie seitens des VATM in Auftrag gegeben.

Die erprobten und erfolgreichen bestehenden Geschäftsmodelle und Systematiken in die neue All-IP-Welt zu überführen und gleichzeitig die Voraussetzungen zu schaffen, um auf Basis der neuen Technologien neue und verbraucherfreundliche Dienste zu entwickeln, ist auch eines der herausragenden Ziele für das Jahr 2008.

2007 wurden mit mehr als zweijähriger Verzögerung die neuen Kundenschutzvorschriften des TKG veröffentlicht. Der erste Teil trat am 01.02.2007 in Kraft. Die weiteren Vorschriften zum Verbraucherschutz, die insbesondere MWD betrafen, folgten mit siebenmonatigem Versatz am 01.09.2007. Künftig ersetzen und erweitern die Normen die veralteten Vorschriften der TK-Kundenschutzvereinbarung aus dem Jahr 1997, die bis zuletzt Geltung hatten. Sinn und Zweck der neuen Normen ist einerseits die Stärkung des Verbraucherschutzes, andererseits soll den im Bereich der Telekommunikation tätigen Unternehmen aber auch mehr Rechtssicherheit in Bezug auf ihren Handlungsspielraum

gewährleistet werden. Vor diesem Hintergrund skizziert der nachfolgende Beitrag die voraussichtlich relevantesten Aspekte der gesetzlichen Umsetzung des TK-Kundenschutzes.

Die Vorschriften basieren größtenteils auf EU-Vorgaben, wobei die erlassenen Bestimmungen vielfach über deren Mindestvorgaben hinausgehen. So finden die auf MWD fokussierten Normen keine Entsprechung in den Richtlinienvorgaben. Dieser Bereich wurde deutlich umfassender und detailgenauer kodifiziert als bisher. Nicht zuletzt durch die Arbeit des VATM konnte aber erreicht werden, dass die Bestimmungen in vielen Bereichen die Rechtssicherheit für Endnutzer und Unternehmen erhöhen, ohne den Markt einschränkend zu reglementieren. Auf der anderen Seite wurde bereits 2007 deutlich, dass den neuen Verbraucherschutzvorschriften des TKG in einigen Bereichen die wünschenswerte Rechtsklarheit fehlt. Hier besteht weiterhin Klärungsbedarf. Insbesondere im Rahmen von neutralen Vorschriften wie der Frage, wann eine Telekommunikationsforderung begründet ist, wäre eine eindeutige Fassung wünschenswert gewesen. Gleiches gilt beispielsweise für die Ausgestaltung des Einzelbindungsnachweises und das Verbot der Rufnummernübertragung. Ferner wurde in vielen Bereichen die konkrete Umsetzung der BNetzA überlassen. Insbesondere angesichts der sonstigen Verfügungen im Bereich der MWD (wie etwa bei den 118xy-Rufnummern) wäre eine zügigere Umsetzung für Verbraucher und Unternehmen im Jahr 2007 durch die

Behörde sinnvoll gewesen. Letztlich gibt die TKG-Novelle dem Regulierer erstmals die Ermächtigungsgrundlage, den Endkundenpreis für MWD zu bestimmen. Dies gilt allerdings nur dann, wenn unterschiedliche Endkundenpreise im Festnetz angeboten werden. Die Frage, warum eine Regelung wie in Österreich – mit einheitlichen Endnutzerpreisen aus allen Netzen – nicht möglich ist, muss an dieser Stelle erlaubt sein.

Weitere Pläne, die MWD noch stärker als im TKG zu reglementieren, wurden im Jahr 2007 nicht (mehr) umgesetzt. So wurde der Vorschlag von Bundesjustizministerin Zypries, Bußgelder gegen unerlaubte Telefonwerbung gesetzlich festzuschreiben, ein Sonderkündigungsrecht einzuführen und die Werbenden zu einer Rufnummernanzeige zu verpflichten, nicht mehr verabschiedet. Mit einem entsprechenden Gesetzesentwurf ist nun Anfang 2008 zu rechnen. Auch der sehr kontrovers diskutierte Vorstoß von Verbraucherschutzminister Seehofer, über verkürzte Wartezeiten, kostenlose Warteschleifen, „kompetente Hotline-Mitarbeiter“ und bessere Sprachsteuersysteme die Verbraucherfreundlichkeit von Service-Hotlines zu verbessern, wurde – nicht zuletzt aufgrund der durch den VATM vorgebrachten Bedenken – 2007 nicht mehr konkreter formuliert.

Ebenfalls für 2007 hatte die BNetzA eine umfassende Überarbeitung des Nummerierungsraumes angekündigt. Diese blieb gänzlich aus. Hingegen veröffentlichte die Regulierungsbehörde – für die Marktteilnehmer im Bereich

MWD gänzlich unerwartet – Entwürfe zur Beschränkung des Anwendungsbereichs der 118xy-Rufnummern. Obwohl sich die Auskunfts-Rufnummern und die Weitervermittlung von Anrufen zu anderen Rufnummern in den vergangenen sieben Jahren zu einer erfolgreichen Rufnummerngasse mit einer hohen Akzeptanz und Nachfrage bei Verbrauchern entwickelt haben, will die Bundesnetzagentur hier beschränkend eingreifen. Und dies, obwohl die Weitervermittlung gesetzlich als Bestandteil der Auskunftsdienstleistung vorgesehen ist. Erst durch diese Dienste kann sich der Auskunftsanbieter im Wettbewerb differenzieren. Auch wurde die Praxis der Weitervermittlung ausdrücklich und wiederholt durch die Bundesnetzagentur toleriert und bestätigt.

Als Folge und im Vertrauen hierauf haben zahlreiche Unternehmen mit Zustimmung der BNetzA ihre langfristig ausgelegten Geschäftsmodelle aufgebaut. Der Entwurf der Regulierungsbehörde stellt damit eine existenzielle Bedrohung und einen erheblichen Eingriff in die bestehenden Geschäftsmodelle sowie die Geschäftsautonomie dar. Ein Markt mit einem hohen zweistelligen Millionenvolumen würde zerstört – mit allen Konsequenzen für Unternehmen und Arbeitnehmer. Ein solch faktisch rückwirkender Eingriff war und ist weder

erforderlich noch verhältnismäßig. Die Aufgabe der BNetzA – die Schaffung der richtigen Rahmenbedingungen für Wettbewerb und wirtschaftliches Wachstum durch eine marktfreundliche Zugangsregulierung – wird hier nicht nur verfehlt, sondern ins Gegenteil verkehrt. Anstatt die Vorgaben des TKGÄndG in die Praxis umzusetzen, werden Inhalte und bestehende Geschäftsmodelle ohne Nutzen für den Verbraucher faktisch untersagt.

Im Bereich des für die MWD potenziell bedeutsamen Marktes der Wett- und Gewinnspiele (der Gesamtmarkt hat ein Volumen von rund 30 Mrd. Euro) konnte durch den VATM ein Teilerfolg erzielt werden. Im Rundfunkänderungsstaatsvertrag findet sich eine Norm, die Gewinnspiele bis 0,50 Euro über MWD-Rufnummern unter bestimmten Auflagen gestattet. Im Übrigen haben sich die Länder 2007 erfolgreich gegen die aufkommende Liberalisierung des Wettspielmarktes durch die EU zur Wehr gesetzt. Als Ergebnis wird das neue Glücksspielrecht zum 1. Januar 2008 in allen Ländern in Kraft treten, wodurch das Staatsmonopol bis auf Weiteres abgesichert bleiben soll. Es bleibt im Interesse der Telekommunikations- und Medienbranche zu hoffen, dass sich die Länder mittelfristig an den EU-Vorgaben orientieren und den Markt zugunsten des Wettbewerbs liberalisieren.

Statement

→ Rechtsrahmen für All-IP-Welt weiterentwickeln!

Die TK-Märkte befinden sich mit der Umstellung auf Next Generation Networks und All-IP-Welt mitten in einem wegweisenden strukturellen Umbruch. Die zunehmende Konvergenz von Telekommunikation und Medien und das Zusammenwachsen von Festnetz, Internet und Mobilfunk verwischen bisherige Marktgrenzen. Diese Entwicklung bietet auch für die Mehrwertdienste-Branche eine Vielzahl neuer Chancen. Die Mehrwertdienste haben sich als modernes Instrument für wertorientierten Kundendialog und Servicedienstleistungen herausgebildet – mit einem über die Jahre entwickelten klaren Rechtsrahmen. Dieser Rahmen muss sich auch in der All-IP-Welt für alle Marktteilnehmer wiederfinden.

Darüber hinaus tragen die Mehrwertdienste heute zur Refinanzierung zahlreicher Geschäftsmodelle und Dienstleistungen bei, insbesondere im Medienbereich. Eine unkontrolliert verlaufende Umstellung der Netzstrukturen kann sich langfristig nachteilig für Verbraucher und Unternehmen auswirken. Technische Entwicklungen und Marktdurchdringung dürfen das rechtliche Regime – etwa bei der Zusammenschaltung und in der Missbrauchs-Prävention – nicht überholen! Ganz konkret geht es dabei um die Sicherstellung der Abrechenbarkeit und Erreichbarkeit von Mehrwertdiensten und Servicernummern, Trusted Domains, den diskriminierungsfreien Zugang zum und für den Endnutzer sowie die Wahrung von Verbraucherschutzrechten und eine effiziente Missbrauchsprävention. Das sind die gemeinsamen He-

rausforderungen für unsere Branche, die BNetzA und die Politik. Dieser Übergang ist für Gesetzgeber und Regulierer auch eine hervorragende Gelegenheit, endlich gegen die bestehende Diskriminierung des Festnetzes gegenüber dem Mobilfunk vorzugehen. Während im Festnetz ein transparenter, verbraucherfreundlich einheitlicher Preis für Anrufe zu Mehrwertdiensten erhoben wird, können Mobilfunkunternehmen den Preis gegenüber ihren Kunden frei festlegen. Dies führt zu deutlich überhöhten Preisen für gleiche Leistungen und zu einer nicht nachvollziehbaren Intransparenz für den Verbraucher. Für die Entwicklung neuer Angebote und Dienste im konvergenten TK- und Medienmarkt ist eine technologieunabhängige Behandlung von Festnetz und Mobilfunk dringend erforderlich. Nur dann können Unternehmen und Verbraucher in Deutschland das Potenzial der Fixed Mobile Convergence, der Unabhängigkeit von der Zugangstechnologie, wirklich voll ausschöpfen.

Entscheidende Voraussetzung dafür sind gleiche Endkundertarife für Anrufe zu Mehrwertdiensten von Festnetz und Mobilfunk. Das erfolgreiche Beispiel Österreich zeigt, dass von einer solchen Lösung alle Marktpartner und Verbraucher profitieren. Von Politik und Regulierer erwarten wir ein deutlich konstruktiveres Engagement, das positive Impulse für den Mehrwertdienstemarkt setzt. Dazu gehört definitiv nicht die Regulierung von Inhalten und bestehenden Geschäftsmodellen wie bei geplanten Änderungen der Vergabe- und Nutzungsbedingungen für Auskunftsdienste.



Renatus Zilles

Vorsitzender der Geschäftsführung der NEXT ID GmbH



Dr. Christian Kühl

Sprecher der Geschäftsführung
der dtms GmbH

Statement

→ Über den Wert eines Kunden

Überall dort, wo Verbraucher über einen technischen Zugangskanal auf ein Unternehmen treffen, stellen moderne Mehrwertdienste-Enabler Wissen über den Anrufer zur Verfügung. Sie ermöglichen das gezielte Sammeln, Auswerten und Interpretieren von Informationen, und fördern so einen umfassenden Lernprozess über den individuellen Kunden und das Kontakt-Management.

Moderne TK-Technik erkennt den Anrufer schon vor der Durchschaltung des Calls zum Call Center: Dieser zeitliche Vorsprung wird technisch durch den Mehrwertdienste-Carrier genutzt, um den Anrufer als konkrete Person zu identifizieren. Dies geschieht durch die gezielte Verknüpfung der technischen Welt des Carriers mit der Datenbank-Umgebung des Unternehmens. Intelligente Netze (IN) übernehmen im Bereich der Anrufzuführung qualitative und quantitative logistische Aufgaben. In ihnen sind konkrete Handlungsanweisungen hinterlegt, wie mit einem ankommenden Anruf zu verfahren ist (etwa Routing über Netzwerk ACD, Tarifierung, automatisierte oder Agentengestützte Gesprächsführung). Mithilfe des IN können Performanz und Auslastung der Call Center-Agenten gesteuert und modifiziert werden, statistische Auswertungen in Echtzeit sind möglich und dank mathematisch-statistischer Modelle auch der „Blick in die Zukunft“ des Anruf-Aufkommens.

Hinzu kommt das Wissen aus unternehmensseitigen Datenbanken: Gerade im CRM (Customer Relationship Management) sind an vielen Stellen

Informationen über den Verbraucher vorhanden. Auch die emotionale Intelligenz des Call Center-Agenten kann technisch genutzt werden, um die Wissensbasis rund um den Kunden zu verbreitern. Das IN ist dabei der „logische“ Ort, an dem verschiedene Prozess-Welten vor, bei und nach Anrufannahme miteinander verknüpft werden. So identifiziert das IN heute schon den (zufriedenen) Bestandskunden, der häufig per Telefon bestellt, erkennt aber auch den (genervten) Wahlwiederholer und kann beide priorisiert zum Agenten durchstellen. Es kann die Wartezeit begrenzen und Ansagen oder Rückrufangebote schalten. Das IN erkennt auch den VIP-Kunden, den säumigen Zahler, den Neukunden und reagiert passgenau.

Diese differenzierte Vorgehensweise zahlt sich für Unternehmen bereits kurzfristig aus, denn hohe Service-Qualität und Betriebswirtschaftlichkeit schließen sich nicht aus, vielmehr bedingen sie einander – Stichwort „Kundenwert-Management“: Bei jedem Kundenkontakt steht einem mit Sicherheit anfallenden Kostenblock nur ein wahrscheinlicher Umsatz gegenüber. Gelingt es einem Unternehmen, die emotionalen Bedürfnisse seiner Kunden im Zeitpunkt der Kontaktaufnahme zu erkennen und zu bewerten, wird durch ein positives Service-Erlebnis die Bereitschaft des Kunden zur Bindung an das Unternehmen gestärkt: Die individuelle Umsatzwahrscheinlichkeit steigt. Mithilfe moderner Mehrwertdienste-Carrier wird so aus dem anonymen Anrufer schon ein Kunde, bevor der Call Center-Agent das Gespräch annimmt.

→ Mehr Transparenz in der

Call Center-Branche schaffen!

Die Entwicklung der letzten Jahre zu einer stärkeren Diversifikation im Mehrwertdienstebereich schritt auch im vergangenen Jahr voran. Der Umbau der Netzinfrastruktur auf Netze der neuen Generation (NGN), die Verkehre über das Internet-Protokoll abwickeln, wurde bei IN-telegence bereits 2007 abgeschlossen. Damit ist IN-telegence bestens für die Zukunft gewappnet – und kann flexibel und kostengünstig neue Lösungen entwickeln.

In wirtschaftlicher Hinsicht verlief das Jahr 2007 für IN-telegence äußerst erfolgreich. Neben den klassischen Mehrwertdiensten gestalteten sich im Bereich Call Center-Vernetzung und Sprachautomatisierung die Umsätze und Erträge sehr positiv. Gerade durch die Umstellung auf das NGN konnten viele neue Möglichkeiten für Lösungen rund um Servicrufnummern und Mehrwertdienste entwickelt und am Markt etabliert werden. Die klassischen Mehrwertdienste, deren Differenzierung allein über die Rufnummerngasse erfolgt, werden dabei in Zukunft komplexen, kundenindividuellen Lösungen weichen, bei denen die Servicrufnummer nur noch das „Mittel zum Zweck“ darstellt.

Nicht zuletzt durch die erfolgreiche regulatorische Arbeit von VATM und IN-telegence konnten die marktlenkenden Regelungen zu einer erfolgreichen Entwicklung des Mehrwertdienstebereiches beitragen. Das Inkrafttreten der verbraucher-schützenden Regelungen des neuen Rechtsrahmens des TKG stärkte die

seriösen Dienste und gab endlich Rechtssicherheit für die Anbieter.

Auf der anderen Seite stand gerade die Call Center-Branche im vergangenen Jahr in der Diskussion. Auch hier konnte IN-telegence gemeinsam mit dem VATM durch eine konsequente Verbraucher- und Kundenschutzpolitik Probleme aufdecken und gerade durch freiwillige Verpflichtungen den Willen der Wirtschaft bekräftigen, nachhaltig seriöse Anbieter zu stärken und konsequent gegen schwarze Schafe vorzugehen. Nur wenn wirklich ernsthaft gegen Missbräuche auch auf Seiten der Call Center-Betreiber vorgegangen wird, können die negativen Erfahrungen, die die Mehrwertdienstebbranche in den vergangenen Jahren leider machen musste, künftig vermieden werden.

Hierbei setzt IN-telegence auf die langjährige Kompetenz und Vernetzung des VATM, um durch gezielte Gespräche auf Entscheidungsebene mit Vertretern von Politik und Behörden einen gesetzlichen und freiwilligen Rahmen zu schaffen, der den Innovationsschub, den neue Technologien und die Konvergenz der Medien bieten, auch für den Verbraucher in verlässlichen Anwendungen absichert.

So bleiben für 2008 neben der Schaffung von Transparenz in der Call Center-Branche auch der regulatorische Rahmen und der Verbraucherschutz im NGN wichtige Themen für IN-telegence, die diese gemeinsam mit dem Verband angehen und lösen möchte.

Statement



Christian Plätke

Geschäftsführer der
IN-telegence GmbH & Co. KG





Dr. Andreas Albath
Vorstandsvorsitzender der
telegate AG

Entwicklung der Marktbereiche → Auskunfts- und Mehrwertdienste

Statement

→ „Lokale Suche“ = moderne Auskunft

Gepusht vor allem von den internationalen Suchmaschinenbetreibern kursiert seit geraumer Zeit ein neuer Begriff im Blätterwald der Telekommunikations- und Marketingfachmedien: „Local Search“ heißt das Zauberwort, das Internetfirmen künftig noch mehr Umsatz bringen soll.

Vergessen wird dabei, dass ein vermeintlich neuer – weil englischer – Begriff noch lange kein neues Produkt macht. „Lokale Suche“ bieten die deutschen Auskunfts- und Verzeichnismedien ihren Kunden seit Jahren in hervorragender Qualität. Rund zwei Drittel der Auskunftsgespräche bei der Telefonauskunft „11880“ beispielsweise betreffen Nachfragen zu Firmen oder gewerblichen Gesprächsteilnehmern. Und der Löwenanteil davon bezieht sich auf Rufnummern und Kontaktdaten aus dem nahen räumlichen – also dem lokalen – Umfeld.

Da will ein Anrufer die Telefonnummer eines Handwerkers um die Ecke wissen, der schnell und preisgünstig ein akutes Problem lösen kann. Oder er benötigt Adresse und Öffnungszeiten von Behörden, Arztpraxen oder Versicherungsbüros. In den meisten Fällen ist eine reine Internetrecherche aufwändig und wenig vielversprechend, da vor allem kleinere Betriebe und Dienstleister häufig nicht über einen Internetauftritt verfügen. Da helfen also nach wie vor Auskunftsmedien. Neu ist nur, dass diese ihre Informationen heute nicht mehr nur via Telefon oder Buch anbieten, sondern Anbieter wie telegate längst die modernen

Medien Internet oder Mobile erobert haben.

Dabei zeigt sich, wie wichtig die jahrelange Erfahrung in der Aufbereitung von Teilnehmerdaten und lokalen Informationen beim Transfer in neue Auskunftsmedien ist. Regelmäßig schneidet die 11880.com in Anbietervergleichen – durchgeführt von Experten aus Markt und Medien – mit Abstand als Nummer eins ab und lässt dabei nicht nur die nationale Konkurrenz, sondern vor allem auch namhafte internationale Wettbewerber wie Google oder Yahoo! hinter sich.

Kluge Auskunftsanbieter lassen sich also auch in Zukunft nicht die Butter vom Brot nehmen und bieten den Wettbewerbern aus den sogenannten „neuen Medien“ Paroli. In zweierlei Hinsicht: mit einem hervorragenden Produktangebot für den Endkunden, aber auch mit einem wirtschaftlich interessanten Angebot für Werbekunden.

Denn: Moderne Auskunftsmarken wie die 11880 sind in Zukunft auch moderne Medienmarken. Sie refinanzieren ihr umfassendes Produktportfolio in den elektronischen Medienkanälen zunehmend über Werbeeinträge und folgen damit dem traditionellen Geschäftsmodell der Medienhäuser. Damit erschließen sie sich einerseits neue Umsatzquellen – andererseits sichern sie so aber auch weiterhin hervorragende Auskunftsqualität für den Verbraucher.

→ Die Presse als ständiger Begleiter

Die Entfaltung der Telekommunikation ist auch ein wichtiges Medien-thema.

Sie ist quadratisch, praktisch, gut und hat jetzt seit zehn Jahren ihren Platz in der Zeitung – die tägliche Tabelle mit den günstigsten Tarifanbietern ist Sinnbild dafür, wie rasant eine einzelne Branche nicht nur die Gesellschaft geprägt, sondern auch der Wirtschaftspresse ein schlagzeilenträchtiges Themenfeld beschert hat. Seit 1998 spiegeln die Medien die vielen Facetten der vollständigen Öffnung des deutschen Telekommunikationsmarktes: Aus Verbrauchersicht waren in der Dekade sensationelle Preissenkungen und der Einzug von Handy und Internet ins Alltagsleben zu vermelden. Die Anlegerschaft verfolgte manches Börsendebüt und -debakel, vor allem aber Höhenflug und Fall der T-Aktie. Aus dem Blickwinkel der Arbeitnehmer galt das Augenmerk der Arbeitsplatzbilanz im Spannungsfeld zwischen den neuen Anbietern und der frisch privatisierten Deutschen Telekom mit ihrem Beamtenheer aus Behördenzeiten. Und über allem schwebte das ordnungspolitische Ziel, die Schaffung von Wettbewerb in einer staatlichen Domäne.

Ein schwieriges Unterfangen und ein Antagonismus mit prinzipiellen Zügen: Hier der Ex-Monopolist mit Pfründen und Startvorteilen, dort die Newcomer, sei es als Netzbetreiber, sei es als infrastrukturlose Diensteanbieter und daher keineswegs mit homogenen Interessen. Diese strategische Gemengelage und der Dauerkonflikt um das rechte Maß der Regulierung

– alles geht zurück auf das Ende der 90er-Jahre, als im ersten Schritt der Festnetz-Liberalisierung der Bereich der bis dato so teuren Ferngespräche freigegeben wurde. Die Deutschen lernen neue Begriffe kennen – Call-by-Call und Preselection –, neue Unternehmen wie den Preisbrecher und Börsenstar Mobilcom und ein ganz neues Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Presse kann bald berichten: Aus der Fasse-dich-kurz-Generation ist ein Volk von Quasselstrippen geworden. Hinter den Kulissen wird zwar von Anfang an ein zäher Streit um Zusammenschaltungsbedingungen und Anschlussmieten ausgetragen (den zu dokumentieren zu einem neuen Spezialistentum im Journalismus führt). Dennoch: Die Zahl der Verbindungsminuten bei den Konkurrenten der Telekom geht rasend nach oben – ein Jahr nach der Marktöffnung beträgt sie bereits 94 Millionen, eine Zunahme um 130 Prozent.

Nach zehn Jahren, Ende 2007, werden es 375 Millionen Telefonminuten sein, die über Vorwahl-Betreiber oder Anschlussanbieter abgewickelt werden. Dieser gigantische Anstieg ist auch der zweiten Liberalisierungsstufe – der Öffnung der Ortsnetze für Call-by-Call – zu verdanken, vor allem aber der explosionsartigen Ausbreitung der Breitbandverbindungen ab 2005. Für die Deutsche Telekom bedeuten DSL-Flatrates und Internet-Telefonie den zunehmenden Verlust von herkömmlichen Anschlüssen, für ihre Konkurrenten einen Anteil von jetzt weit über einem Drittel auf dem 37 Milliarden Euro schweren Festnetzmarkt. Hier sind infrastrukturbä-



Stefan Paul Mechnig

war bis 2007 Chefkorrespondent von Dow Jones Newswires und ist seit Januar 2008 bei Capital tätig

sierte Anbieter wie Arcor, Hansenet oder Versatel und Wiederverkäufer wie United Internet und freenet beachtliche Mitspieler geworden, denen große Aufmerksamkeit zuteil wird.

Der rosa Riese erscheint derweil in den Medien immer mehr als der kranke Mann am Rhein – je nach Standpunkt ein an die Regulierungsvorschriften gefesselter Gulliver, der den Nadelstichen der Kleinen ausgesetzt ist, oder ein ungelenker Goliath, der den pfiffigen Wettbewerber Davids nicht viel zu entgegen weiß. Eine raffinierte Waffe aber setzt die Telekom in der Auseinandersetzung von jeher ein: Auf der Ebene der Vorleistungen versucht sie, auf die Entfaltung des Wettbewerbs Einfluss zu nehmen, wie zuletzt die Querelen um den Zugang zu ihrem VDSL-Glasfasernetz gezeigt haben. Sicherlich nicht zu Unrecht weisen die Bonner jedoch auch auf strukturelle Zwänge hin, die ihnen Beschränkungen auferlegen – so können sie wegen des großen Staatsanteils erst spät das auch von der zunehmend ungeduldigen Öffentlichkeit geforderte Engagement in den USA eingehen. Als es Mitte 2000 so weit ist, muss die Telekom den Markteinstieg teuer bezahlen: Der kleine Mobilfunkanbieter VoiceStream kostet sie sage und schreibe 51 Milliarden Dollar. Die kritischen Kommentare überwiegen anfangs. Der Schuldenberg ist riesig, vor allem wegen der teuren UMTS-Lizenz, die T-Aktie taumelt, der Bund wird nervös, Ron Sommer muss gehen.

Ein paar Jahre später und zwei Vorstandschefs weiter lauten die Schlagzeilen anders: „US-Mobilfunk Wachstumsmotor der Telekom.“ Und allmählich kommt bei T-Mobile und Co dank UMTS auch die drahtlose Datenkommunikation in Schwung, zumal die Übertragungsraten immer höher werden. Zwar hat sich die Lizenzauktion des Jahres 2000 für die Unternehmen als Milliardengrab erwiesen, und zwei Aspiranten blieben auf der Strecke. Doch heute machen Datendienste immerhin neun Prozent des Serviceumsatzes der Branche aus. Deren gesamte Erlöse liegen inzwischen bei 26 Milliarden Euro – gemessen an den knapp zehn Milliarden von 1998 war damit der Mobilfunk die eigentliche treibende Kraft des vergangenen Jahrzehnts in der Telekommunikation.

Der Handy-Markt entstand zwar schon eine Dekade früher, als die Telekom und der vormalige Montankonzern Mannesmann – heute nach der Mammutfusion Teil des Universums von Vodafone – die ersten GSM-Konzessionen erhielten. Der Durchbruch des Mobilfunks fällt aber mit der Festnetz-Liberalisierung zusammen: Mit Viag Interkom, der jetzigen O2, geht ein vierter Netzbetreiber an den Start, das Handy avanciert zum Hit unterm Christbaum, es wird Kultobjekt, Statussymbol, später Kamera, Musikbox, Taschenfernseher. Der Siegeszug in Zahlen: 14 Millionen Kunden 1998, zehn Jahre später 96 Millionen; weit mehr SIM-Karten als Einwohner! Das Interesse an der Branche bleibt gleichwohl ungebrochen, wie auch der Rummel um das iPhone zeigt.

Trotzdem wachsen die Bäume nicht mehr in den Himmel, die Unternehmen müssen sich etwas einfallen lassen. Diensteanbieter wie Debitel suchen ihr Heil in Zusammenschlüssen oder ihr Glück als „No-frills“-Billigheimer. Die Netzbetreiber setzen entweder wie E-Plus auf Sprachkommunikation: Sinkende Preise sollen zur Abwanderung aus dem Festnetz führen. Oder sie wollen das Internet mobil machen – das große Thema von T-Mobile und Vodafone. Die brauchten lange, um zu erkennen, dass das Prinzip der geschlossenen eigenen Portale nicht ankam. Genauso hatte sich zuvor die unausgereifte WAP-Technik zur Konfiguration von Internet-Seiten als Flop erwiesen. Die Geschichte der jungen Industrie ist voll solcher retardierender Momente.

So sind denn auch Ausblicke, gar auf das nächste Dezennium, nicht leicht. Durch die Brille des Konsumenten gesehen, wird wohl in immer preiswertere Pauschalpakete immer mehr hineingepackt. Das mobile Gerät dürfte die multimediale Zentrale für eine Vielzahl von Diensten auf extrem hochbitratigen Leitungen werden. Mobilfunker schwärmen schon von doppeltem VDSL-Tempo, aber auch das Festnetz wird immer leistungsfähiger. Jenseits von Massenmarktangeboten aus Kommunikation und Unterhaltung wie dem internetbasierten Fernsehen werden damit im globalisierten Wirtschaftsleben endlich wahrhaft professionelle Videokonferenzen möglich sein. Auch werden zunehmend Anwendungen ins Internet verlagert, das „Büro im Netz“ wird den Arbeitsalltag verändern.

Die Umstellung auf preiswerte IP-basierte Übertragungen dürfte noch einmal viele Telekom-Arbeitsplätze überflüssig machen und bei den Konkurrenten teure Investitionen in Frage stellen. Den Übergang früh zu flankieren, ist eine der großen Aufgaben der Regulierung. Die Firmenlandschaft sollte im nationalen wie globalen Maßstab eine weitere Konzentration erleben. Die spannende Frage ist, ob die großen Netzbetreiber im Wettstreit mit der Medienwelt selbst zu Inhalteproduzenten werden und so die Grenzen der Branchen weiter zerfließen, oder ob sie sich auf ihre angestammte Rolle als „Bit-Pipes“ beschränken. Dann bliebe Raum für innovationsorientierte Unternehmen oder für Spezialisten im Kundenmanagement.

Regulatorisch steht in puncto Netze die Entscheidung an, ob die früheren Monopolisten ihre Infrastruktur auslagern müssen, wie man es in Brüssel gerne hätte. Überfällige Korrektur oder Hirngespinnst? Bei diesem Thema ist die Presse gespalten wie die Akteure selbst. Kommt es zum „Unbundling“, wird die Branche eine riesige Baustelle. Bleibt es beim Alten, stellt sich bald die Frage, wer den nötigen Bandbreitenausbau finanzieren soll. Dann könnte es sein, dass die Googles und YouTubes dieser Welt zur Kasse gebeten werden – Streitthema „Netzneutralität“. So oder so aber wird die Telekommunikation weiter reichlich Stoff für spannende Artikel bieten.

Bilanz

→ Kommunikationsdienste brauchen Breitband

Innovative Zugangstechnologien bringen ultraschnelles Internet bis ins Haus.

Die Kommunikationsdienste werden immer leistungsfähiger und immer mobiler. Die Hersteller und Software-schmieden stehen vor höchst komplexen Herausforderungen, wenn Sie die allgegenwärtigen Dienste über eine Vielzahl von Technologien wie DSL, VoIP, WLAN, WiMAX und UMTS zusammenbringen. Standortbasierte und satellitengestützte Anwendungen (Location Based Services), das „Smart Home“ (Ambient Assisted Living) und das auf intelligenten Funkchips (RFID) basierende sogenannte „Internet der Dinge“ werden diese Komplexität noch weiter verstärken.

War noch vor wenigen Jahren die schnellste Verbindung ins Internet eine ISDN-Verbindung mit 64 bzw. 128 KBit/s, wird heute in Deutschland ein Breitbandanschluss für jeden Haushalt als notwendige Infrastrukturleistung angesehen. Nicht nur aus dem Geschäftsleben ist der superschnelle Zugang zum Internet nicht mehr wegzudenken. Vor allem die „bandbreiten-hungrigen“ Videodienste im Web sowie weltweit vernetzte Computerspiele und das hochauflösende Fernsehen HDTV verstärken den Bedarf an qualitativ hochwertigen Internetverbindungen mit möglichst hohen Übertragungskapazitäten bis hinein in die Privathaushalte.

Mehr als 50 Prozent der Haushalte in Deutschland waren Ende des Jahres 2007 mit DSL versorgt. Allerdings stellt sich die Versorgungsdichte dabei

sehr unterschiedlich dar, von einer sehr guten oder sogar Mehrfachversorgung im städtischen Raum bis hin zu großteils noch völlig fehlenden Anschlussmöglichkeiten im ländlichen Raum. Insbesondere in den Städten haben sich die Netzbetreiber fast durchgängig auf die Steigerung der Übertragungskapazitäten verlegt, bis hin zur Komplettversorgung mit Glasfaser bis ins Haus.

Die Bundesnetzagentur setzt beim Infrastrukturausbau und bei der Stärkung des Wettbewerbs auf vielseitige Technologien und unterstützt Betreiber dabei, eigene Glasfaserleitungen bis in die Keller ihrer Kunden zu legen und die Bandbreite damit auf zukünftig bis zu 100 MBit/s zu steigern.

Glasfaser und WiMAX im Vorteil gegenüber Kupfer

Insbesondere bei den hohen Übertragungsraten stoßen die traditionellen Kupferkabel schnell an ihre Grenzen: Zum einen erlaubt die Länge der verlegten Kupferkabel keine hohen Übertragungsraten. Zum anderen stören sich die Anschlüsse gegenseitig umso stärker, je häufiger und je breitbandiger die Kupferkabel mit DSL belegt werden. Gänzlich anders verhält es sich dagegen bei der Glasfasertechnik. GPON-Konzepte (Gigabit Passive Optical Network) beispielsweise zeichnen sich dadurch aus, dass sie wartungsarm und zukunftssicher sind. Zudem können mit der heutigen Technik Übertragungsraten von deutlich mehr als 100 MBit/s realisiert werden.

Im ländlichen Raum rechnen sich Glasfaserkonzepte oft jedoch nicht, weil

häufig sehr große Distanzen bis zu den einzelnen Haushalten überwunden werden müssen. Funkkonzepte (WiMAX, Satellitenkommunikation) liefern dort bisher eine der wenigen Optionen für die Breitbandversorgung. Mit Vergabe der Lizenzen für die mobile Variante von WiMAX (IEEE 802.16e-Standard) im Jahr 2007 entstand in Deutschland eine weitere Alternative zu den bisher gängigen technologischen Möglichkeiten, die auch wirtschaftlich Vorteile ausspielen kann. Diese liegen in Time-to-Market, Quality-of-Service durch die geschützten Frequenzen und hoher Flexibilität bei der Diensteeinführung durch die IP-Architektur. Im nördlichen Saarland ist bereits ein Breitband-Anbieter mit der neuen, von Alcatel-Lucent bereitgestellten Technik seit Anfang Dezember 2007 am Markt.

Herausforderung Energiekosten

Kontinuierlich steigende Energiepreise und zunehmende IT-Nutzung werden dafür sorgen, dass in wenigen Jahren die Energiekosten zum zweitgrößten Kostenblock vieler Rechenzentren werden. Schon jetzt kommt dem Thema Energieeffizienz dadurch eine immer wichtigere Rolle zu. Das Themenspektrum reicht von der ressourcenschonenden Beschaffung über den Betrieb von Rechenzentren mit nachhaltig erzeugter Energie bis hin zur umweltgerechten Entsorgung von Altgeräten.

Einer Umfrage von Forrester Research zufolge ist das Umweltbewusstsein bei den CIOs 2007 zwar deutlich angestiegen, punktuellen Aktionen liege jedoch meistens keine Unternehmensstrategie zugrunde, fanden die Markt-

forscher heraus. Hier können sich die Ausrüster bei ihren Kunden also durchaus noch mit innovativen Produkten und Gesamtlösungen zur Energieeffizienz profilieren. Insbesondere die Anbieter von Netzwerkkomponenten wie Hubs, Switches und Routern sollten laut Untersuchungen der Experton Group noch mehr Interesse an dem Thema zeigen.

All-IP-Welt erfordert gemeinsame Anstrengungen der Marktteilnehmer

Zahlreiche Carrier und Service Provider haben ihre Infrastruktur bereits auf Ethernet, MPLS und IP umgestellt und arbeiten nun daran, hohe Qualität, Flexibilität, Übertragungsgeschwindigkeit und Sicherheit ihres Netzes auf möglichst vielen Übertragungswegen möglichst nahe an die Kunden heranzubringen. Ausrüstern und Systemhäusern eröffnen sich hier zahlreiche Chancen für neue Lösungen und Anwendungen, bei denen sie sich eng an den Anforderungen der Anwender ausrichten müssen. Da in der neuen NGN-Telekommunikationswelt auch völlig neue Regeln für die Wertschöpfung gelten, müssen erfolgreiche Geschäftsmodelle nun in die All-IP-Welt überführt und die Voraussetzungen dafür geschaffen werden, neue verbraucherfreundliche Dienste zu entwickeln. Alle am Markt beteiligten Organisationen und Unternehmen müssen dazu nun möglichst schnell gemeinsame Lösungen für Themen wie Zusammenschaltung, Quality of Service, Erreichbarkeit, Abrechnungssysteme, IMS-Plattformen oder auch Verhinderung von Missbrauch erarbeiten.



Omar Khorshed,
Vorstandsvorsitzender der
acoreus AG

Entwicklung der Marktbereiche → Ausrüster/Outsourcing

Statement

→ Zehn Jahre danach: der liberalisierte TK-Markt

2007: ein Jahrzehnt im deutschen Telekommunikationsmarkt. Die Telekom ringt hart um ihre „VDSL-Regulierungspause“ und wird von höchsten EU-Richtern in ihre Schranken verwiesen. Eine Neufassung des TKG-Gesetzes wird auferlegt. Doch Bundesregierung und Telekom bleiben stur – die Fassung sei EU-konform – bis zum August 2007. Da öffnet der Konzern seine Pforten und gewährt Zugang zum heiß umkämpften Glasfaserhochgeschwindigkeitsnetz. „Wettbewerbsentschärfung“ heißt das.

Wettbewerbsbelebung entsteht dagegen durch die Konvergenz neuer Dienste. Next Generation Networks (NGN) heißt das Zauberwort. Doch ums Zaubern geht es hier weniger, eher um Regelungen, die vom Regulator verabschiedet werden müssen. Den meisten Marktteilnehmern ist bei diesen Diensten – insbesondere in der „All IP-Welt“ – nämlich noch nicht klar, wie man die Nutzer und deren Dienste identifiziert, um sie abrechnen zu können. Um über diese Problematik zu diskutieren, trafen sich im Juni 2007 30 Vertreter der Branche bei einem VATM-Workshop in Düsseldorf bei der acoreus AG.

Um korrekt abrechnen zu können, muss die Identifizierung gesichert sein. Dabei soll natürlich die Nutzung für den Endkunden möglichst einfach und registrierungsfrei werden. Eine Lösung könnte eine übergreifende Datenbank sein. Damit wäre es möglich, genutzte Dienste mit dem entsprechenden Internetzugang zu verknüpfen. Um eine einvernehmliche Branchenlösung zu finden, sollte

der „Arbeitskreis für technische und betriebliche Fragen der Nummerierung und Netzzusammenschaltung“ (AKNN) unter Einbeziehung der Mehrwertdienste-Anbieter die Federführung in die Hand nehmen, die Bundesnetzagentur (BNetzA) soll moderieren. Nun wartet die Branche auf deren Vorschlag, oder besser auf deren Moderation. Unabhängig davon arbeiten einzelne Unternehmen – unter anderem auch acoreus – an Vorschlägen, wie das Modell der Zukunft aussehen könnte.

Eine weitere Entwicklung war 2007 zu beobachten: Durch die zunehmende Anzahl von Fusionen von Netzbetreibern hat das Austauschverfahren der Portierungsdaten zwischen den Netzbetreibern an Bedeutung gewonnen. Denn im Fall von Fusionen können Netzbetreiber auch Rufnummernblöcke (RNB) von anderen Netzbetreibern übernehmen. Bisher wurden bei den RNBs nur die Zuteilung von und die Rückgabe an die BNetzA abgebildet. Ab Februar 2008 soll dieses Verfahren gelten. acoreus hat an der Überarbeitung der neuen Version mitgewirkt und diese in den entsprechenden Gremien begleitet. Zu guter Letzt: der Mobilfunkmarkt. Mit Lidl haben jetzt alle Lebensmitteldiscounter Billig-Tarife im Angebot. Und mit „congstar“ ist auch die dominanteste Kämpferin im Markt wieder am Start. Zukünftig wird es mehr Postpaid- als Prepaid-Tarife geben und die Angebote werden über die Sprache hinausgehen, was sich wiederum auf die Abrechnungen und Kundenserviceprozesse niederschlägt. Die acoreus AG ist in diesem Kerngeschäft bestens gerüstet.

Statement → Wettbewerb als Innovationsmotor –

Innovation für Verbraucher als Herausforderung

Die Öffnung des Telekommunikationsmarktes mit dem Start der Postreform III vor zehn Jahren hat dramatische Folgen für die Verbraucher, die Carrier und die Zulieferindustrie. Die Verbraucher profitieren vom Wettbewerb der Branche mit einer Vervielfältigung des Angebotes und der ständigen Verbesserung des Komforts. Gleichzeitig verfallen die Preise für Sprach- und Datendienste. Die Preise für den Internetzugang sind in den letzten fünf Jahren um etwa 40 Prozent gefallen. Gleichzeitig geraten die Margen bei Netzbetreibern und damit die Preiskalkulation der Zulieferindustrie trotz steigender Umsätze immer mehr unter Druck.

Dennoch: Der zunehmende Wettbewerb treibt die Innovation über neue Dienste, Anwendungen, Geräte, Techniken und Geschäftsmodelle. So ist zum Beispiel die Mobile-E-Mail eine der neuen Anwendungen. Sie hat sich mit dem Businesshandy fest im Büroalltag etabliert. Es ist für Geschäftsleute kaum noch vorstellbar, irgendwo auf dieser Welt nicht sofort über E-Mail erreichbar zu sein. Eine Mail wird oft schneller beantwortet als ein Rückruf getätigt. Die Mobile-E-Mail wird mit der Verbreitung der entsprechenden Geräte und Preismodelle mit Sicherheit nun auch Einzug in das Privatleben halten.

Die Suche der Netzbetreiber nach neuen Geschäftsmodellen, kombiniert mit den technologischen Möglichkeiten, erfindet das Fernsehen komplett neu und führt es mit Internet und Mobilfunk zum IPTV zusammen. Damit kann der Verbraucher in Zukunft selbst bestimmen, wann er welchen Beitrag

sehen möchte. Er kann sehr einfach eigene Inhalte für Freunde und Familienmitglieder im Fernsehen bereitstellen. Er kann seinen „Videorecorder“ von unterwegs über sein Mobilfunktelefon programmieren. IPTV hat das Potenzial, den Fernsehkonsum zu revolutionieren.

Ein Beispiel für Innovation der Technik ist die Entwicklung des breitbandigen Zugangs zum Internet. Waren vor zehn Jahren 128 KBit/s noch ein schneller Zugang, so sind heute im Festnetz 16 und 25 MBit/s über ADSL2+ und VDSL der Standard. Das Ende ist damit noch lange nicht erreicht, denn erste Betreiber in Deutschland folgen dem internationalen Trend und investieren in Glasfaser-Anbindungen bis zum Endteilnehmer. GPON, der „passive optische Netzzugang“, ermöglicht Bitraten von über 100 Mbit/s und stellt sich als wartungsarme und umweltschonende Lösung dar. Kommerzielle WiMAX-Angebote als eine Alternative zu DSL oder Kabel befinden sich im Aufbau. Damit können Lücken in der Breitbandversorgung, die es vor allem im ländlichen Bereich noch gibt, geschlossen werden. Um diese „weißen Flecken“ nicht von der Entwicklung auszuschließen, wird heute mit Recht neben alternativen Techniken auch über Investitionsschutz diskutiert. Ein gesundes Miteinander der Marktteilnehmer setzt eben auch eine kluge Regulierung voraus.

Die WiMAX-Technik könnte künftig wesentlich effizienter gestaltet werden, wenn ein Teil der Frequenzen, die heute noch für analoges Fernsehen genutzt werden, freigegeben würden.



Alf-Henryk Wulf

Stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Alcatel-Lucent Deutschland AG



Gerhard Wacker
Geschäftsführer der
NEXNET GmbH



Entwicklung der Marktbereiche → Ausrüster/Outsourcing

Statement

→ Kommunikation der nächsten Generation

Die traditionellen Telefon- und Mobilfunknetze konvergieren mit IP-basierten Netzen zu Next Generation Networks (NGN). Der Kunde hat die Wahl und entscheidet, wann er welchen Service in Anspruch nimmt. Nutzt er TV über IP, so hat er die Möglichkeit, sein individuelles Fernsehprogramm auf Abruf zusammenzustellen. Musiktitel werden heute downgeloaded und Bundesligaergebnisse per SMS verbreitet. Im Zuge der Liberalisierung des TK-Marktes und des damit verbundenen Trends zum konvergenten Angebot mussten sich die Carrier und Billinganbieter der Herausforderung stellen, komplexe Abrechnungsbezie-

hungen für den Endkunden möglichst einfach darzustellen. Inzwischen werden auch die Abrechnungsbeziehungen der verschiedenen Anbieter untereinander immer komplizierter. Es gilt, die neuen Anforderungen an die Billingprozesse zu erkennen und mithilfe leistungsstarker und intelligenter IT-Systeme umzusetzen. Nicht nur die Anforderungen an die IT steigen, auch der Druck auf der Kostenseite wird immer größer. Wir als Clearinghouse stellen uns diesen neuen Herausforderungen und bieten schon heute professionelle, genau auf die individuellen Bedürfnisse unserer Partner abgestimmte Abrechnungslösungen.

Konvergente Angebote stellen neue Anforderungen an Abrechnungsprozesse.



→ Der Einfluss des Kapitalmarktes auf die Wettbewerbsentwicklung in der deutschen TK-Branche

Zehn Jahre nach der Liberalisierung des deutschen Telekommunikationsmarktes genießen die deutschen Verbraucher heute die Vorteile einer breit gefächerten Wettbewerbslandschaft mit sehr günstigen Preisen insbesondere im Festnetz. Gerade der exzellente Zugang zum Kapitalmarkt insbesondere auf der Eigenkapitalseite hat viel zu dieser breiten Wettbewerbslandschaft beigetragen.

Ohne offene und funktionierende Eigenkapitalmärkte wären viele der heute erfolgreich agierenden Unternehmen der Telekommunikationsbranche wieder verschwunden und die Wettbewerbslandschaft wäre wesentlich eintöniger.

Diese These mag auf den ersten Blick überraschen, da Kapitalmärkte sich in der Regel stark an ökonomischer Effizienz orientieren. Gerade in einer Branche, in der Skalenvorteile so wichtig sind wie in der Fixkosten-basierten Telekombranche, sollte man eigentlich keine allzu große Wettbewerbsvielfalt erwarten. Die Entwicklung in vielen unserer europäischen Nachbarländer scheint diesen Einwand zu bestätigen. Wie ist vor diesem Hintergrund die Vielzahl an Unternehmen in der deutschen Telekommunikationslandschaft zu erklären?

In keinem anderen europäischen Land gibt es so viele eigenständig am Markt agierende Telekommunikationsunternehmen aus den unterschiedlichsten Teilsegmenten des Marktes wie in Deutschland.

Im Marktsegment Mobilfunk sind die Unterschiede zu unseren europäischen Nachbarn mit vier Mobilfunknetzbetreibern und einer Reihe von Mobilfunk Service Providern noch relativ gering. So wundert es wenig, dass sich hier andere Länder wie Großbritannien, einige skandinavische Länder, aber insbesondere auch Österreich eines wesentlich weiter entwickelten Wettbewerbs erfreuen.

Im Geschäftskundensegment kann sich Deutschland sicherlich schon zu den wettbewerbsintensivsten Ländern der EU zählen. Hier agieren neben großen internationalen beziehungsweise paneuropäischen Anbietern wie T-Systems, BT, AT&T und Colt auch eine Vielzahl regionaler Anbieter wie beispielsweise Versatel sowie kleinere und größere nationale Anbieter wie QSC oder Arcor. Die Vielzahl der Wettbewerber hat Geschäftskunden im europäischen Vergleich ein sehr günstiges Preisniveau beschert.

Unübertroffen erscheint jedoch die Wettbewerbsvielfalt im Festnetz- und Breitbandmarkt für Privatkunden in Deutschland, und das, obwohl die Kabelunternehmen bisher noch keine großen Marktanteile im Breitbandmarkt gewinnen konnten. In keinem anderen europäischen Land gibt es eine zweistellige Anzahl von Anbietern mit mehr als 100.000 Breitbandanschlusskunden, wie dies in Deutschland der Fall ist.

Beim Entstehen dieser vielfältigen Wettbewerbslandschaft spielte der



Frank Rothauge

TK-Analyst bei

Sal. Oppenheim jr. & Cie. KGaA

Kapitalmarkt eine entscheidende Rolle. Zunächst ermöglichte der Boom des Neuen Marktes kleinen Telekommunikationsunternehmen in Deutschland einen erheblich günstigeren Zugang zu Eigenkapital, als das in vielen europäischen Nachbarländern der Fall war. Und dies zu einer Zeit, als der Markt gerade für den Wettbewerb geöffnet wurde.

Über einen Börsengang decken auch viele Telekommunikationsunternehmen ihren Kapitalbedarf.



Ab 2001 war dieser Kapitalzugang jedoch wieder vollständig geschlossen. Insbesondere im Jahr 2003 erreichte das Interesse von Investoren am Telekommunikationsmarkt einen absoluten Tiefpunkt, was eine Reihe von Unternehmenspleiten zur Folge hatte. Allerdings gingen die Unter-

nehmen, deren Geschäftspläne gut durchdacht und weitgehend durchfinanziert waren, gestärkt aus dieser Phase hervor, weil sie dadurch ausreichend Zeit bekamen, ihre Geschäftsmodelle zu optimieren. Ohne den Neuen Markt und die anschließende Neuorientierung wäre die deutsche Wettbewerbslandschaft heute sicherlich um Unternehmen wie United Internet, freenet oder QSC ärmer.

Die positive Wirkung eines offenen Eigenkapitalmarktes beweist im Umkehrschluss auch der geringe Marktanteil der Kabelanbieter im deutschen Breitbandmarkt. Neben einem ungünstigen Netzaufbau ist sicherlich die hohe Verschuldung und die damit verbundene Knappheit an Eigenkapital der im Private Equity-Besitz befindlichen Kabelanbieter ein wesentlicher Grund für deren noch geringen Breitbandmarktanteil. Denn eine kapitalintensive, sehr schnelle Aufrüstung der Kabelnetze, um im Wettbewerb mit DSL mithalten zu können, wurde durch Schuldendienst und Eigenkapitalknappheit erheblich verzögert.

In die Zukunft blickend, bleibt zu hoffen, dass die deutschen Telekommunikationsunternehmen auch in den kommenden Jahren so günstigen Zugang zum Kapitalmarkt finden werden. Allerdings sind hier leider Zweifel angebracht. Aufgrund des intensiven Wettbewerbs haben viele Anleger wenig Freude an ihren Investments in börsennotierte Telekomunternehmen gehabt. Die im internationalen Vergleich schwache Performance der T-Aktie oder die zeitweise hohen Ver-

luste der Anleger beim Börsengang von Versatel sind nur zwei Beispiele für die vielfältigen Probleme.

Vor diesem Hintergrund werden Konsolidierungsbemühungen wie im Fall freenet nicht nur bei den zu akquirie-

Am Ende bleibt nur die Börse. Allerdings machen die hohen Bewertungen, die die heutigen Eigner gezahlt haben, bei gleichzeitig niedrigen Bewertungen der börsennotierten Telekomunternehmen, einen Börsengang momentan schwierig.



Telekommunikationsanbieter haben einen hohen Kapitalbedarf – insbesondere dann, wenn sie leitungsgebundene Netze aufbauen.

renden Unternehmen, sondern auch bei den konsolidierenden Unternehmen mit Kursaufschlägen belohnt. Letzteres ist durchaus ein eher seltenes Phänomen an den globalen Kapitalmärkten. Dies sollte als klares Signal an die Unternehmer und Manager der deutschen Telekommunikationsbranche gewertet werden, dass Mut zur Konsolidierung belohnt wird.

Auch in der kommenden Dekade wird die Branche den Kapitalmarkt dringend brauchen, denn der Kapitalbedarf ist weiterhin groß. Zum einen möchten die Private Equity-Eigner der großen Kabelunternehmen ihre Investitionen langsam versilbern. Ein Verkauf von einer Private Equity-Gesellschaft an die nächste erscheint bestenfalls als eine Zwischenlösung.

Schon sehr bald werden die Kabelunternehmen und die im Privatkundenmarkt aktiven DSL-Unternehmen wie auch die Deutsche Telekom in direktem Wettbewerb zueinander stehen und aus Kundensicht kaum noch voneinander zu unterscheiden sein. Es scheint daher schwer vorstellbar, dass sich hier sehr große Bewertungsunterschiede herausbilden.

Neben dem Kabelbereich gibt es aber auch bei den „klassischen“ Telekommunikationsunternehmen einen sehr hohen Kapitalbedarf, der vor allem mit dem Ausbau neuer Glasfasernetze direkt zum Kunden (FTTx) zusammenhängt. Es erscheint durchaus wahrscheinlich, dass bis zu 30 Prozent der deutschen Haushalte in den kommenden zehn Jahren eine Glasfaserleitung zumindest im Haus

liegen haben. Mit IPTV und neuen Videotechnologien wie HDTV wird der Bandbreitenbedarf eines „modernen“ 4-Personen-Haushalts in den kommenden fünf Jahren auf über 30 MBit/s zunehmen. Daher werden sowohl die Deutsche Telekom als auch ihre Wettbewerber damit beginnen, Kapital in den Ausbau von Glasfaseranschlusssnetzen zu stecken. Für die alternativen Netzbetreiber kann sich das schon durch die Umgehung der letzten Meile der Deutschen Telekom rechnen. Neben neuen innovativen Finanzierungsmodellen wird dazu auch zusätzliches Eigenkapital erforderlich sein. Dieser Kapitalbedarf wird auch nur über die Börse zu befriedigen sein.

Sicherlich gibt es auch andere Kapitalquellen neben dem Kapitalmarkt. In den meisten europäischen Ländern kommt zusätzliches Kapital vor allem aus den hohen Einzahlungsüberschüssen der europäischen Telekom-Giganten, die mit ihren tiefen Taschen die Konsolidierung der nationalen Märkte vorantreiben. Auch in Deutschland werden europäische Telekom-Giganten in Zukunft eine größere Rolle spielen. Dieser Drang der Giganten, ihre Position im deutschen Breitbandmarkt auszubauen, ist sowohl bei Telekom Italia und bei Telefonica als auch bei Vodafone zu spüren.

Allerdings hat ein durch paneuropäische Großunternehmen dominierter Wettbewerb wahrscheinlich einen langsameren Innovationsprozess zur Folge, da sich die Strategien der deutschen Töchter nicht in erster Linie an den nationalen Gegebenheiten orientieren, sondern sich auch in die paneuropäischen Strategien der Muttergesellschaften einordnen müssen. Dadurch wird nicht nur die Bewegungsfreiheit des nationalen Managements eingeschränkt, sondern auch der Innovationsprozess in Deutschland verlangsamt.

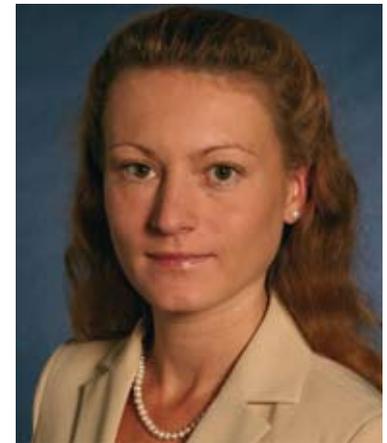
Vor diesem Hintergrund sollte ein günstiger Zugang der deutschen Telekomunternehmen zum Kapitalmarkt nicht nur im Interesse der Unternehmen selbst sein, sondern auch im Interesse aller Regulierungsinstanzen, von Bundesnetzagentur über Bundeskartellamt bis hinauf zu Bundestag und EU-Kommission. Voraussetzung für einen günstigen Zugang zum Kapitalmarkt sind aber positive Anlegererfahrungen. Deshalb wäre bei dem aktuell intensiven Wettbewerb eine Förderung von Konsolidierungstendenzen, die sich positiv auf die Kapitalmarktrenditen auswirken, mittelfristig sogar förderlich für den Wettbewerb und die Innovationskraft der deutschen Telekommunikationsbranche.

→ Von der TKG-Novelle zur Vorratsdatenspeicherung

Zu Beginn des Jahres stand noch das TKG-Änderungsgesetz im Fokus aller Diskussionen und Beratungen. Hart gerungen wurde hier in erster Linie darum, ob die Deutsche Telekom AG (DTAG) im Deutschen Bundestag für ihren VDSL-Ausbau einen gesetzlich festgelegten Regulierungsverzicht werde durchsetzen können. Noch bei Verabschiedung des Gesetzes im Frühjahr konnte nicht mit Sicherheit vorhergesagt werden, wie der neue Paragraf von der letztlich zuständigen Bundesnetzagentur ausgelegt werden würde. Heute steht fest, dass es weder eine Freistellung von Regulierung noch die von der DTAG im Zusammenhang mit ihrem Ausbau angekündigten neuen Produkte gibt. Vielmehr ist der VDSL-Ausbau Teil des überall in Europa voranschreitenden Umbaus der alten Infrastruktur in Next Generation Networks. Hier wird es darauf ankommen, dass gemeinsam mit der Bundesnetzagentur Lösungen gefunden werden, die allen Marktakteuren eine Migration in die „neue Welt“ ermöglichen.

Ein insbesondere auch von den Medien und der Öffentlichkeit mit großem Interesse verfolgtes Gesetzgebungsverfahren betraf die Umsetzung der EU-Vorratsdatenspeicherungsrichtlinie in nationales Recht. Während der öffentlichen Anhörung des Rechtsausschusses im Deutschen Bundestag – bei der auch der VATM als Sachverständiger geladen war – äußerten sich die Experten überwiegend sehr kritisch zu diesem Gesetzgebungsvorhaben. Insbesondere die zentrale Frage, ob die EU-Richtlinie und der nationale Gesetzentwurf noch im Einklang mit der europäischen beziehungsweise der

deutschen Verfassung stehen, konnte nicht abschließend geklärt werden und wird so letztlich vom Europäischen Gerichtshof und vom Bundesverfassungsgericht zu entscheiden sein. Positiv bleibt festzuhalten, dass sich der Gesetzgeber bei der Umsetzung der EU-Richtlinie im Wesentlichen an die Mindestvorgaben gehalten hat und nicht über die minimale Speicherfrist von sechs Monaten hinausgegangen ist. Zu begrüßen ist ebenfalls, dass die Abgeordneten des Deutschen Bundestages in den Gesetzentwurf zumindest für die Anbieter von Inter-



Solveig Orłowski

Leiterin VATM-Büro Berlin

netdiensten noch angemessene Umsetzungsfristen bis zum 01.01.2009 aufgenommen haben. Die nächste Herausforderung im Zusammenhang mit dem Bereich der Telekommunikationsüberwachung betrifft nun die Einführung angemessener Entschädigungsregeln für die zu staatlichen Aufgaben herangezogenen Telekommunikationsunternehmen. Hierzu liegt erfreulicherweise ein erster Gesetzentwurf vor, der zwischen Politik und Wirtschaft auch im nächsten Jahr noch für reichlich Gesprächsstoff sorgen wird.

Kulturelles Highlight in Berlin war wie bereits in den vergangenen Jahren das VATM-Sommerfest. Rund 300 prominente Gäste aus Politik, Medien und Wirtschaft feierten auch 2007 auf den Terrassen des Restaurants Zollpackhof an der Spree gegenüber vom Bundeskanzleramt.



Michael Hattermann
Leiter VATM-Büro Brüssel



→ TK-Politik: Brüssel will mehr Einfluss

Auf den TK-Märkten machte Brüssel im vergangenen Jahr mehrfach von sich reden. Beherrschendes Thema bis zur Sommerpause war das Zerren um eine Einigung bei der Roamingverordnung. Nach Veröffentlichung der Kommissionsvorschläge im Juli 2006 rangen Europäisches Parlament und Rat bis zum Schluss unter deutscher Ratspräsidentschaft um eine Einigung. Aus Sicht von EU und Verbrauchern ein voller Erfolg, senkten doch einige Mobilfunkanbieter ihre Preise bereits zu den Sommerferien 2007. Dennoch ließ die Verordnung wichtige marktwirtschaftliche Grundsätze außer Acht und griff regulatorisch in die Endkundenpreisgestaltung der Unternehmen ein, anstatt mit einer straffen Vorleistungsregulierung die diskriminierenden Mobilfunkallianzen der großen Anbieter einzudämmen.

Auch im Machtkampf mit der Bundesregierung zeigte die EU-Kommission die Zähne. Nachdem der Bundestag trotz unzähliger Warnungen aus Brüssel dem umstrittenen Paragraphen 9a des Telekommunikationsänderungsgesetzes zugestimmt und damit nach Auffassung der Kommission die Unabhängigkeit der Bundesnetzagentur eingeschränkt hatte, blieb die Kommission konsequent und reichte die lange zuvor angekündigte Klage gegen Deutschland beim Europäischen Gerichtshof ein.

Dominierendes Thema zum Jahresende war der EU-Review, mit dem der Rechtsrahmen für elektronische Kommunikationsnetze und -dienste in Gänze überarbeitet wird. Zielsetzung

ist es, die Weichen für Wettbewerb und Innovation neu zu stellen und das Wiedererstarken von ehemaligen Monopolen zu verhindern. Bis zum Jahr 2010 will die EU so „zur dynamischsten und wettbewerbsfähigsten Wirtschaft der Welt“ werden. Die nun vorgestellten Vorschläge vermitteln indes ein zwiespältiges Bild. Die Kommission kürzte massiv ihre Märkteempfehlungsliste, darunter auch Märkte, die sie selbst noch im Juli 2007 als regulierungsbedürftig eingestuft hatte. Die damit verbundene Überführung der Märkte ins Wettbewerbsrecht entspricht dabei nicht nur der Forderung der europäischen Incumbents, auch innerhalb der Kommission und einzelner Mitgliedstaaten wurden immer wieder Stimmen laut, die eine Stärkung europäischer Champions unterstützen. Auch die vorgesehene Errichtung einer EU-Regulierungsbehörde stößt auf sehr zurückhaltende Resonanz. Unternehmen, nationale Regierungen, aber auch Regulierungsbehörden fürchten eine Verringerung nationaler Kompetenz sowie unnötige Bürokratie.

Im Bereich Umbau der Netze (NGN) stellt die EU-Kommission den technologischen Fortschritt im Wettbewerb in den Mittelpunkt und will neue Monopole unbedingt vermeiden. Auch mancher nationale Regulierer hat diesen Trend erkannt und setzt sich nicht für Regulierungsferien und damit befristete Monopole in neuen Netzen ein. Stattdessen sollen die Verbraucher selbst dann in den Genuss des Wettbewerbs kommen, wenn die Glasfaser bis ins Haus gebracht wird.

→ USA: Carrier fürchten Vorratsdatenspeicherung

In den USA wurden 2007 verschiedene regulatorische Themen diskutiert, die zwischenzeitlich, mit einiger Verzögerung, auch in Europa angekommen sind. Prominentestes Beispiel dafür ist die sogenannte Netzneutralität, über deren regulatorische Sicherstellung immer noch intensiv gerungen wird und die auch in den einschlägigen US-Medien vielfach kommentiert wurde. Im Kern geht es dabei um die Frage, ob Breitband-Netzbetreiber virtuelle Mautstellen errichten dürfen, über die sie Content-Anbieter, deren Webseiten besonders intensiv frequentiert werden, zur Kasse bitten können. In den vergangenen Wochen gab es beim VATM-Washington Office allerdings auch verstärkt Anfragen aus den USA zu Themen aus Europa, wie Einführung der Vorratsdatenspeicherung, Digitale Dividende bei der Frequenzverteilung oder regulatorische Erfassung der Next Generation Networks (NGN).

Zur Speicherung, Verwendung und Weitergabe von Kundendaten durch Netzbetreiber und Diensteanbieter gibt es neue Regeln, nachdem es diverse Skandale und sogar Todesfälle von Informanten gab, die durch die Weitergabe und Vermarktung von Telefondaten durch „Data Broker“ verursacht wurden. Die US-Regierung hatte ihre Befugnisse zur Überwachung des Telefonverkehrs (FISA-Gesetz) im vergangenen Jahr ausgeweitet. Die in Deutschland geführte Debatte um die Vorratsdatenspeicherung wird in den USA mit viel Interesse verfolgt. Viele US-Carrier treibt die Sorge um, dass es auch jenseits des großen Teichs zu ähnlichen Speicherpflichten kommt

oder US-Behörden auf Telefondaten in Europa Zugriff erlangen. Einen derartigen Fall hat es bereits mit dem sogenannten SWIFT-Skandal gegeben: Die in Belgien ansässige Organisation SWIFT ist unter anderem für internationale Banküberweisungen zuständig und hat US-Behörden zahlreiche Kundendaten zur Strafverfolgung auf deren Verlangen übermittelt.

Ein weiteres, in Washington intensiv diskutiertes Thema ist die Behandlung von Internet-Telefonie/Voice over IP. In den letzten Monaten hat die US-amerikanische Regulierungsbehörde FCC detaillierte Regeln zur Bereitstellung und Lokalisierung von Notrufen für VoIP-Betreiber und den Zugang von Gehörlosen zu VoIP-Diensten erlassen. Das zum Jahreswechsel 2007/2008 beherrschende Thema bei der FCC ist jedoch die Verteilung von Frequenzen im 800 MHz-Band. Dieses Spektrum ist sehr wertvoll und kann auch für Breitbanddienste genutzt werden. Die FCC erwartet Einnahmen in Milliardenhöhe aus den im Januar anlaufenden Auktionen.

Wie bereits des Öfteren in der Vergangenheit hat der wichtigste US-Wettbewerberverband COMPTEL auch in diesem Jahr wieder detaillierte Kommentare zur Marktsituation im deutschen TK-Sektor beim US-Handelsbeauftragten (USTR) eingereicht. Die Mitglieder von COMPTEL rügen dabei unter anderem die zögerliche Bereitstellung von Mietleitungen, Bitstream Access und Teilnehmeranschlussleitungen. Der USTR wird sich zu den Beschwerden im April äußern.



Dr. Axel Spies

Bingham McCutchen LLP
VATM-„Washington Office“



Dr. Eva-Maria Ritter

Leiterin Kommunikation & PR
des VATM



→ Kommunikation 2007:

Wir geben dem Wettbewerb eine Stimme

Wie in den Vorjahren hat der VATM auch 2007 eine gleichermaßen intensive wie erfolgreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Kommunikation von Verbandspositionen, Branchen-Entwicklungen und sektorspezifischen Zahlen durchgeführt.

Mit 44 Pressemitteilungen, ungezählten Statements und beantworteten Journalistenanfragen, verschiedenen gut besuchten Pressekonferenzen und Hintergrundgesprächen konnten wir den Verband und die in ihm vertretenen Geschäftsmodelle in rund 1.000 Veröffentlichungen in Print- und Online-Medien sowie in Hörfunk und Fernsehen platzieren. Allein in den Bereichen Print und Online haben wir damit im Jahr 2007 über 85 Millionen Menschen erreicht. Bei den aus Sicht der Pressearbeit relevanten Veranstaltungen ragten wie in der Vergangenheit der VATM CeBIT-Abend und das Sommerfest des Verbandes heraus, beide Events waren von Journalisten aller führenden meinungsbildenden deutschen Medien hervorragend besucht.



Wolfgang Heer

VATM-Pressesprecher



zug auf die Mehrwertdienste.

Gegenüber den Medien haben wir auch alle wichtigen Regulierungsentscheidungen aus der Sicht des Wettbewerbs kommentiert, so beispielsweise die Festlegung der laufenden und Einmalentgelte für Teilnehmeranschlussleitung und Line Sharing oder die Aktivitäten der Bundesnetzagentur in Bezug auf VDSL und Bitstream Access.

Weitere wichtige Kommunikationsthemen 2007 waren die von den Wettbewerbern bereitgestellten Ausbildungsplätze, die Preis- und Bandbreitenentwicklung auf dem deutschen DSL-Markt und die Auswirkungen des Streiks bei der Deutschen Telekom auf die alternativen Anbieter und ihre Kunden. Darüber hinaus konnte der vom VATM initiierte Masterplan zur Schließung der Lücken auf der deutschen Breitbandkarte sehr erfolgreich gegenüber den Medien kommuniziert werden. Dieses Thema wird uns sicherlich auch im Jahr 2008 intensiv beschäftigen.

Inhaltlich wurde mit der Pressearbeit des VATM auch 2007 die Branche in ihrer ganzen Vielschichtigkeit abgedeckt: So haben wir zu allen relevanten Gesetzgebungsverfahren der vergangenen zwölf Monate die Positionen des Wettbewerbs vertreten, von Roaming-Verordnung über EU-Review, Vorratsdatenspeicherung und TK-Überwachung hin zur Entschädigungsregelung, von Rundfunkänderungsstaatsvertrag und Urheberrechts-Novelle bis zu neuen Verbraucherschutzregelungen in Be-

Insgesamt hat auch 2007 wieder gezeigt, dass die in der Verbands-Pressearbeit verfolgte Strategie regelmäßiger, intensiver Kontaktpflege mit den Journalisten der meinungsbildenden Medien der richtige Weg ist, um VATM-Positionen breit in die Öffentlichkeit zu bringen und damit die politische Kommunikation des Wettbewerbs zu unterstützen. Ganz in diesem Sinne freuen wir uns auf die Kommunikation der für die Branche wichtigen Themen im Jahr 2008.

➔ ... der VATM macht Schlagzeilen

Die Welt, 24.01.2007

Gift für den Markt

Jürgen Grützner zur Regulierung bei den Mobilfunkpreisen

Die Welt, 31.03.2007

Regulierer senkt Miete für letzte Meile nur geringfügig

...Der VATM sprach von einem Schlag ins Gesicht für die Wettbewerber...

FAZ, 01.04.2007

Streit um die letzte Meile – Wettbewerber der Telekom wehren sich gegen Pläne der Regulierungsbehörde

...warnt der VATM vor einer weitgehenden Befreiung der Telekom aus der Regulierung...

Tagesspiegel, 31.05.2007

Verdi droht Telekom mit langen Streiks

...Auch Wettbewerber spüren die Auswirkungen zunehmend. Die Zahl nicht bearbeiteter Leitungsentstörungen sei bis zu acht Mal so hoch wie gewöhnlich, teilte der VATM mit.

Handelsblatt, 14.06.2007

DSL-Tarife sind zuletzt kräftig gesunken

Verbraucher surfen einer VATM-Studie zufolge immer schneller und günstiger durch das weltweite Datennetz ...

FAZ, 28.07.2007

Monopol-Vorwurf: VATM kritisiert Medienpolitik

Ein radikales Umdenken in der Medienpolitik hat der VATM anlässlich der Anhörung zum Entwurf des 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrages gefordert...

taz, 02.10.2007

Big Brother macht Telefon und Mail teurer

...Die Anbieter würden zu Zwecken der Strafverfolgung herangezogen, so der VATM, dabei sei das eine originäre Staatsaufgabe...

dpa, 05.10.2007

Telekom setzt DSL-Wettbewerber mit neuer Strategie unter Druck

...nach Schätzungen des VATM werde die Telekom 2007 mit zwei Millionen Neuanschlüssen schneller wachsen als die Konkurrenz...

Rheinische Post, 17.10.2007

Das Breitband boomt

Die Deutschen telefonieren und surfen immer länger, und immer lieber über ihre Handys...

FTD, 14.11.2007

Telekombranche lehnt EU-Pläne brüsk ab

...Der VATM kritisierte, die Schaffung eines europäischen Regulierers werde zu mehr Bürokratie und geringerer Effizienz führen...

FTD, 27.11.2007

Telekombranche hilft bei DSL auf dem Land aus

...„es macht keinen Sinn, dem Bürgermeister einer unversorgten Gemeinde lediglich alternative Anschluss Technologien aufzuzeigen“, sagte VATM-Geschäftsführer Jürgen Grützner...



Dr. Nikolaus Mohr

Geschäftsführer im Bereich
Communications & High Tech
Accenture



Veit Siegenheim

Geschäftsführer im Bereich
Communications & High Tech
Accenture

→ Die lang beschworene Konvergenz wird real

Was die Auflösung der Branchengrenzen für Telekommunikationsanbieter bedeutet.

Lange wurde sie diskutiert, jetzt ist sie da: Die Konvergenz der Medien- und Kommunikationsindustrie sorgt für enorme Dynamik auf dem Markt. Die bisher klar getrennten Segmente kabelgebundener und drahtloser Netze, Geräte und Dienste formen mittlerweile ein gemeinsames Ökosystem mit zahlreichen Möglichkeiten für Unternehmen, in neue Wettbewerbsfelder vorzudringen. Das Rennen um die besten Positionen ist in vollem Gang. Alte und neue Geschäfts- und Wertschöpfungsmodelle werden dabei kannibalisiert. Vor allem auf reine Anbieter von Kommunikationsnetzen und -diensten wächst der Druck. Denn zu den Gewinnern wird gehören, wer neben der Infrastruktur den direkten Kundenkontakt besitzt und Bedürfnisse auf möglichst vielen Ebenen bedient.

Das Zusammenwachsen der Technologien und die Entwicklung des TIME-Marktes (Telekommunikation, Internet, Media, Entertainment), erweitert um Unterhaltungselektronik, gehen mit viel Kreativität und der Potenzierung von Angeboten und Zielgruppen einher. IPTV, Mobile Computing, Online Gaming, multifunktionale Endgeräte – technologische Konvergenz führt zu einer Divergenz der Angebote. In diesem erweiterten Ökosystem wird es immer komplexer, die heterogenen Erwartungen der Verbraucher zu identifizieren und in profitables Geschäft umzuwandeln. Mehr denn je bestimmen die Kunden selbst, was sie nutzen und

was nicht. Dazu benötigen sie Orientierungs- und Entscheidungshilfen, zum Beispiel übergreifende Markenwelten und Community-Angebote, die stark an Bedeutung gewinnen werden.

Viele Unternehmen nutzen die wachsende Durchlässigkeit der Industriegrenzen bereits sehr aktiv, um ihr Kerngeschäft mit neuen Produkten in benachbarte Segmente zu erweitern. Solche Vorstöße können die dort beheimateten Unternehmen existenziell bedrohen – wenn nämlich die neuen Spieler andere Geschäftsstrategien und Wertschöpfungsmodelle mitbringen, welche die etablierten Strukturen (zum Teil ungewollt) aushebeln. Etwa, weil sie die entsprechenden Leistungen großen Kundenkreisen deutlich günstiger oder kostenlos zugänglich machen. Ein Beispiel dafür ist der Einsatz von Mobilfunktarifen als Kundenbindungsinstrument durch Medien- und Einzelhandelskonzerne.

Strategien und Konterstrategien

Deutlich komplexer ist die horizontale Geschäftserweiterung, wie das Beispiel Apple zeigt. Der PC-Hersteller trat mit dem „iPod“ in das Segment der Unterhaltungselektronik ein und schuf mit „iTunes“ ein Online-Musikportal, das PC und mobiles Abspielgerät zu einem benutzerfreundlichen System verbindet. Damit – dem Prinzip integrierter, einfach zu bedienender Unterhaltungs- und Computerelektronik in hervorragendem Design – legte das Unternehmen den Grundstein für einen spektakulären Markterfolg im zweiten Halbjahr 2007: Mit dem „iPhone“ und einem für die Telekommunikationsindustrie neuen Geschäfts-

modell (Mindestabnahmemenge, exklusive Vermarktungspartnerschaft, Beteiligung am Datenumsatz) gelang Apple ein beispielloser Sprung ins Mobilfunk-Geschäft. Tatsächlich konnte das Unternehmen mit seinem Vorstoß in die Medien- und Mobilfunk-Industrie fundamentale Veränderungen

Zeit arbeitet das Unternehmen auch an einer Position in der Telekommunikation. Nach der Integration kostenloser IP-Telefoniedienste wie „Skype“ und dem Vorstoß ins Festnetz mit dem Messenger „Google Talk“ verfolgt Google technische Alternativen für Infrastruktur und Datenverkehr. So will



Mit Triple Play wachsen Telefonie, Internet und TV zusammen.

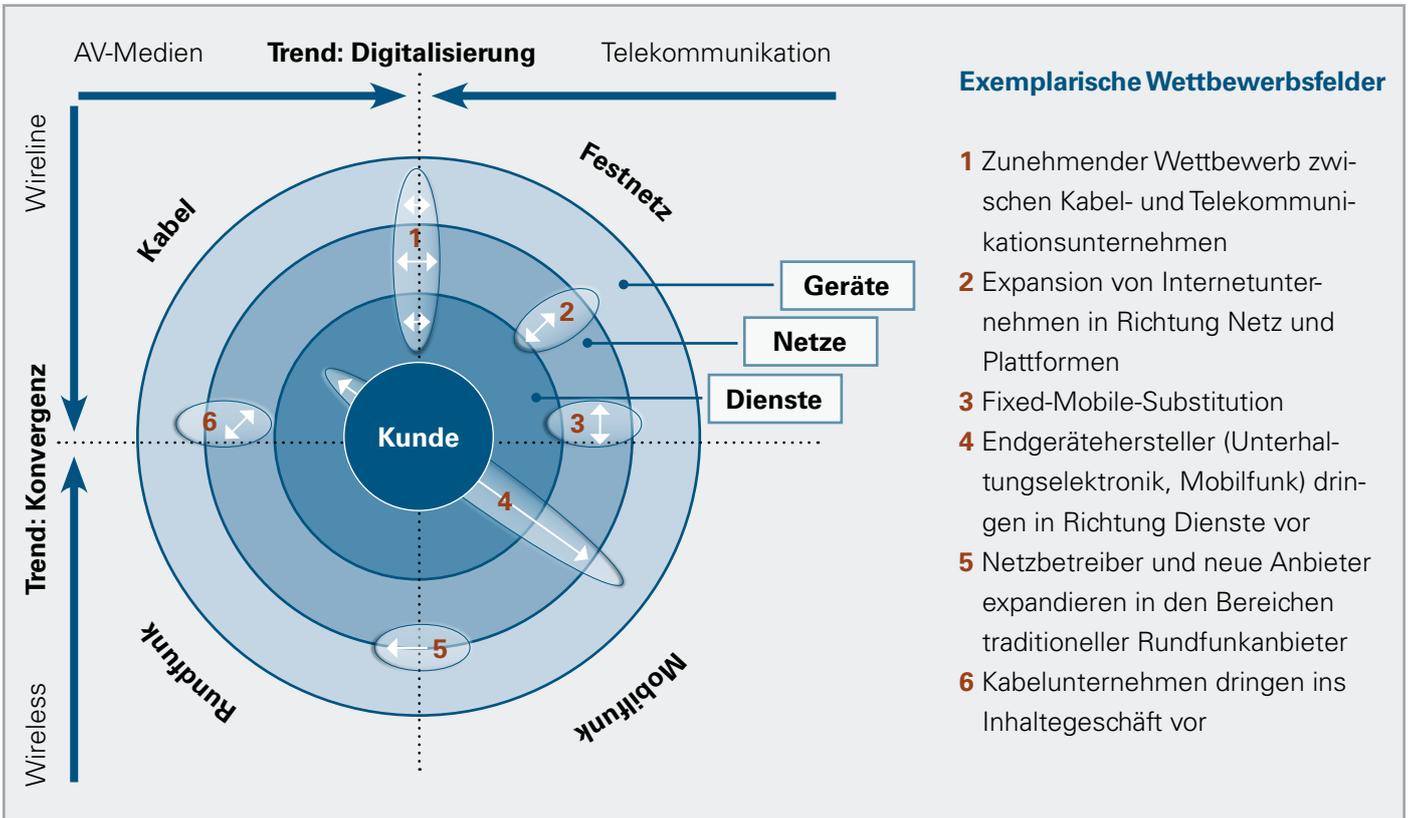
der etablierten Geschäftsmodelle in den betroffenen Märkten durchsetzen. Ende 2007 ist Apple das einzige Unternehmen, das den Zugang zum Kunden über Internet, Mobilfunk, PCs, Unterhaltungs- und Telekommunikationsendgeräte und Inhalte hat – und an fast allen Kanälen verdient.

Extrem breit stellt sich auch Google auf. Der primär werbefinanzierte Suchmaschinenbetreiber und Meta-Medienkonzern setzte von Anfang an auf den Ausbau von Software-Anwendungen für Communities und zahlreiche Kommunikations- und Unterhaltungsangebote, die auch über die Online-Welt hinausreichen. Sein proprietäres Handy-Betriebssystem „Android“ stellt Google in Kooperation mit einer Reihe von IT- und TK-Unternehmen als offene Entwicklungs-Plattform nach dem Linux-Muster für Handy-Applikationen zur Verfügung und will so diesen Markt erobern. Seit einiger

sich der Konzern an der Versteigerung von Mobilfunkfrequenzen in den USA beteiligen. Eines seiner Ziele dabei ist, das geschlossene Ökosystem der Netzbetreiber aufzubrechen, um sein Geschäftsmodell auch in die mobile Welt zu transferieren.

Den Telekommunikationsunternehmen bietet die Konvergenz ebenfalls Chancen. Hersteller wie Nokia arbeiten seit Jahren daran, ihre Geräte mit zusätzlichen Unterhaltungsfunktionen auszustatten und durch mediale Inhalte aufzuwerten. Nach der MP3-Fähigkeit stattet Nokia heute viele Geräte mit 3D-GPS-Navigationssystem aus. In diesem Kontext ist auch die Akquisition des Kartenmaterialherstellers Navteq zu sehen. Deutsche Telekom, Arcor oder HanseNet arbeiten intensiv am Ausbau ihrer IPTV- beziehungsweise Triple Play-Angebote. Außerdem ist zu erwarten, dass Mobilfunkanbieter mit Multi Play-Angebo-

Bewegungen auf dem Konvergenz-Radar



Exemplarische Wettbewerbsfelder

- 1 Zunehmender Wettbewerb zwischen Kabel- und Telekommunikationsunternehmen
- 2 Expansion von Internetunternehmen in Richtung Netz und Plattformen
- 3 Fixed-Mobile-Substitution
- 4 Endgerätehersteller (Unterhaltungselektronik, Mobilfunk) dringen in Richtung Dienste vor
- 5 Netzbetreiber und neue Anbieter expandieren in den Bereichen traditioneller Rundfunkanbieter
- 6 Kabelunternehmen dringen ins Inhaltegeschäft vor

© Accenture 2008

ten sukzessive in den drahtlosen und kabelgebundenen Medien- und Unterhaltungsmarkt vordringen werden. Unterhaltungsangebote, etwa durch Kooperationen mit Medienpartnern, sollen vor allem dabei helfen, die Kundenbasis zu stabilisieren. Das könnte jedoch schwierig werden, schließlich droht entgeltpflichtigen IPTV-Diensten in der für den Konsumenten meist kostenfreien Medienwelt starke Konkurrenz aus dem Web: Dort machen werbefinanzierte Angebote wie Joost vor, wie bewegte Bilder aus aller Welt den Verbraucher ohne Zusatzkosten erreichen.

Konsequenzen für Telekommunikationsunternehmen

Führende TIME-Unternehmen sind dabei, ihr Kerngeschäft zu erweitern und

mit neuen Produkten in benachbarte Segmente vorzudringen. Das verändert die etablierten Märkte und fordert vor allem von Telekommunikationsunternehmen strategische Neuausrichtungen:

- Mobilfunknetzbetreiber könnten die Hoheit über ihre Ökosysteme Infrastruktur und mobile Plattformen verlieren. Im bisherigen Mobilfunkmarkt haben die Netzbetreiber einen signifikanten Einfluss auf Endgeräte, Dienste und Netzqualität. Im stationären Internet ist das nicht der Fall. Lösen sich die Grenzen auf, ist eine Angleichung zu erwarten. Open Source-Prinzipien könnten diese Machtumkehr noch beschleunigen (siehe Android).

- Die Diskussion um Netzneutralität ist in vollem Gang. Gelänge es den Telekommunikationsunternehmen, die Kontrolle über Kapazitäten und Dienstgütequalität wirtschaftlich zu nutzen, hätten sie neue Möglichkeiten, die Vorteile von Next Generation Networks auszuschöpfen. Sie könnten weiterhin Übertragungsleistungen abrechnen oder über die Steuerung der Dienstgütequalität über eine Umsatzbeteiligung an den Werbeeinnahmen der Netznutzer profitieren. Sollte die Netzneutralität gesetzlich verankert und die Öffnung der Netze durchgesetzt werden, erhalten insbesondere Internetunternehmen die Chance, ein offenes Breitbandnetz zu errichten. Spätestens dann werden Kommunikationsnetze und Übertragungsservices zur reinen Basisdienstleistung, mit der man sich kaum differenzieren kann.
- Eine Herausforderung bleibt, den Kontakt zum Kunden zu halten und besser zu nutzen. Der neue Markt wird stark vom Wissen um die Bedürfnisse immer kleinerer Zielgruppen getrieben. Telekommunikationsunternehmen, die nicht als „Datendurchreiche“ enden wollen, müssen spezielle Fähigkeiten (Business Intelligence) aufbauen, um kundenorientierte Zusatzdienste anbieten zu können.
- Telekommunikationsunternehmen, die in die Medienwelt vordringen wollen, sollten grundlegend umdenken. In ihrem bisherigen Markt ist die Übermittlung von Sprache und Daten kostenpflichtig. In der digitalen Medienwelt dagegen sind viele Angebote werbefinanziert und für den Verbraucher kostenlos. Die Zahlungsbereitschaft deutscher Konsumenten für mediale Angebote ist sehr gering. Telekommunikationsanbieter, die den Weg in die Medienwelt gehen, sollten mediale, primär werbegetriebene Geschäftsmodelle adaptieren, statt zu versuchen, Bezahlmodelle durchzusetzen.
- Es wird wichtiger, Allianzen und Partnerschaften zu schließen. Die wenigsten Spieler besitzen die Mittel, sich über Zukäufe und eigene Technologieentwicklung mit segmentübergreifenden Marken zu positionieren. Telekommunikationsanbieter, die diesen Weg gehen wollen, müssen beweglicher werden und können dabei von erfolgreichen Partnerschaftsmodellen aus dem Internet lernen. Das Stichwort heißt Coopetition, die Kooperation zwischen Wettbewerbern.
- Gewinnen kann nur, wer die immer vielfältigeren Kundenbedürfnisse erkennt, segmentiert und befriedigt. Das bedeutet, die Kontrolle über Zugangspunkte des Kunden zu halten und dort Inhalte für unterschiedliche Nutzergruppen flexibel zusammenstellen zu können. Damit sind vor allem Unternehmen, die Infrastruktur und eine große Kundenbasis besitzen, in einer guten Position. Die Abkehr von One-Size-Fits-All zu Long-Tail-Strategien eröffnet jedoch auch kleinen, innovativen Herausforderern, die gezielt einzelne Zielgruppen ansprechen, gute Chancen.



Harald Stöber

Vizepräsident des VATM und
Vorstandsvorsitzender
der Arcor AG & Co. KG

→ Die Telekommunikationsmärkte 2008

Gesamtmarkt

Auch mehr als zehn Jahre seit Beginn der Liberalisierung bleibt der Telekommunikationssektor in Deutschland einer der wichtigsten Wachstumsmärkte. Unvermindert hoch ist die Nachfrage nach breitbandigen Anschlüssen, deren Zahl Prognosen zufolge voraussichtlich schon Anfang 2008 die Marke von 20 Millionen überschreiten wird. Im Mobilfunk verstärken sich der Trend zur zweiten und dritten SIM-Karte und die Nutzung von Datendiensten via Laptop. Bei den SIM-Karten wird im Laufe des Jahres 2008 aller Voraussicht nach die 100-Millionen-Marke geknackt.

Der durch den massiven Wettbewerb forcierte Preisverfall im Markt führt allerdings dazu, dass das weitere Mengenwachstum nicht ausreichen wird, auch die Umsätze und Gewinne vieler Unternehmen weiter signifikant steigen zu lassen. Dennoch ist es in den vergangenen Jahren vor allem den Festnetz Wettbewerbern gelungen, ihre Umsätze in einem insgesamt leicht schrumpfenden Markt kontinuierlich zu erhöhen.

Gleichzeitig nimmt die Bedeutung der Telekommunikationsbranche als Schlüsselindustrie für die Wirtschaftskraft des Landes weiter zu. So führen permanente Innovationen bei den Netztechnologien, Übertragungstechniken und Endgeräten im privaten wie im geschäftlichen Bereich zu immer höheren Leistungen bei gleichzeitigem Rückgang der Kosten – und somit zu weiteren Effizienzsteigerungen. 2008 werden beispielsweise durch die Integration von WLAN, NFC (Nearfield

Communications) und GPS in die Endgeräte zunehmend interaktive und standortbezogene Dienste Einzug in die mobile Kommunikation halten.

Auch die immer zahlreicheren Klagen von Bürgern, kleinen und mittleren Betrieben sowie Bildungseinrichtungen und Schulen bezüglich fehlender Breitbandversorgung unterstreichen die gesellschaftspolitische Bedeutung der Telekommunikationsnetze als grundlegende Infrastrukturleistung. Hier arbeitet der VATM seit vergangenem Herbst zusammen mit Politik und Gemeinden an einer zügigen Verbesserung der Situation in den Regionen ohne Breitbandversorgung.

Neben veränderten Rahmenbedingungen stehen die Telekommunikationsunternehmen in den nächsten Monaten vor einer Reihe von weiteren Herausforderungen in Form neuer Konkurrenz aus angrenzenden Märkten wie Herstellern, Medienunternehmen und Internet-Portalen. Nicht zuletzt müssen sich die Unternehmen auf neue Anforderungen durch den Umweltschutz und die Vorratsdatenspeicherung einstellen, die den Kostendruck weiter erhöhen werden.

Das Festnetz wird von Breitbanddiensten getrieben

Bereits seit der Marktliberalisierung 1998 geht mit der steigenden Zahl von Mobilfunkanschlüssen die Zahl der Festnetzanschlüsse kontinuierlich jedes Jahr um durchschnittlich etwa 270.000 zurück. Betrug deren Zahl 1998 noch 40,7 Millionen, so liegt sie Ende 2007 bei rund 38,0 Millionen.

Dabei steht bei der Kommunikation über Festnetzanschlüsse die Telefonie heute nicht mehr im Fokus. Vielmehr ist die Entwicklung inzwischen in erster Linie von der Nachfrage nach breitbandigen Internetzugängen getrieben. Telefonie ist sozusagen das Standardprodukt, das bei schnellen Breitbandzugängen mitgeliefert wird. Auch die Sprachübertragung ist bei immer mehr Verbrauchern über den breitbandigen Internetzugang realisiert. Der Transport erfolgt dabei auf Basis des Internet-Protokolls (Voice over IP). Entsprechend gilt als Synonym für das Festnetz heute nicht mehr „Telefonanschluss“, sondern „Breitband-Internet“.

Der Anteil der VoIP-Gespräche hat dabei in den vergangenen beiden Jahren signifikante Anteile erreicht. Der starke Verkehrsminutenzuwachs bei den Komplettanschlüssen der Wettbewerber wird insbesondere durch die VoIP-Anschlüsse getragen. Von den 179 Millionen Minuten abgehender Sprachverbindungen gingen 2007 bereits 55 Millionen (30,7 Prozent) per VoIP über DSL. 2006 waren es noch 28 Millionen Minuten (22,6 Prozent). Für 2008 darf hier mit einem weiteren deutlichen Anstieg gerechnet werden.

Breitband wird immer schneller

Mehr als 70 Prozent der Breitband-Internetzugänge in Deutschland verfügen heute bereits über eine Bandbreite von mindestens zwei MBit/s, zwei Drittel der insgesamt 18,2 Millionen DSL-Anschlüsse bieten im Downstream bereits eine Datenrate zwischen zwei und sechs MBit/s. Eine Bandbreite von mehr als sechs MBit/s

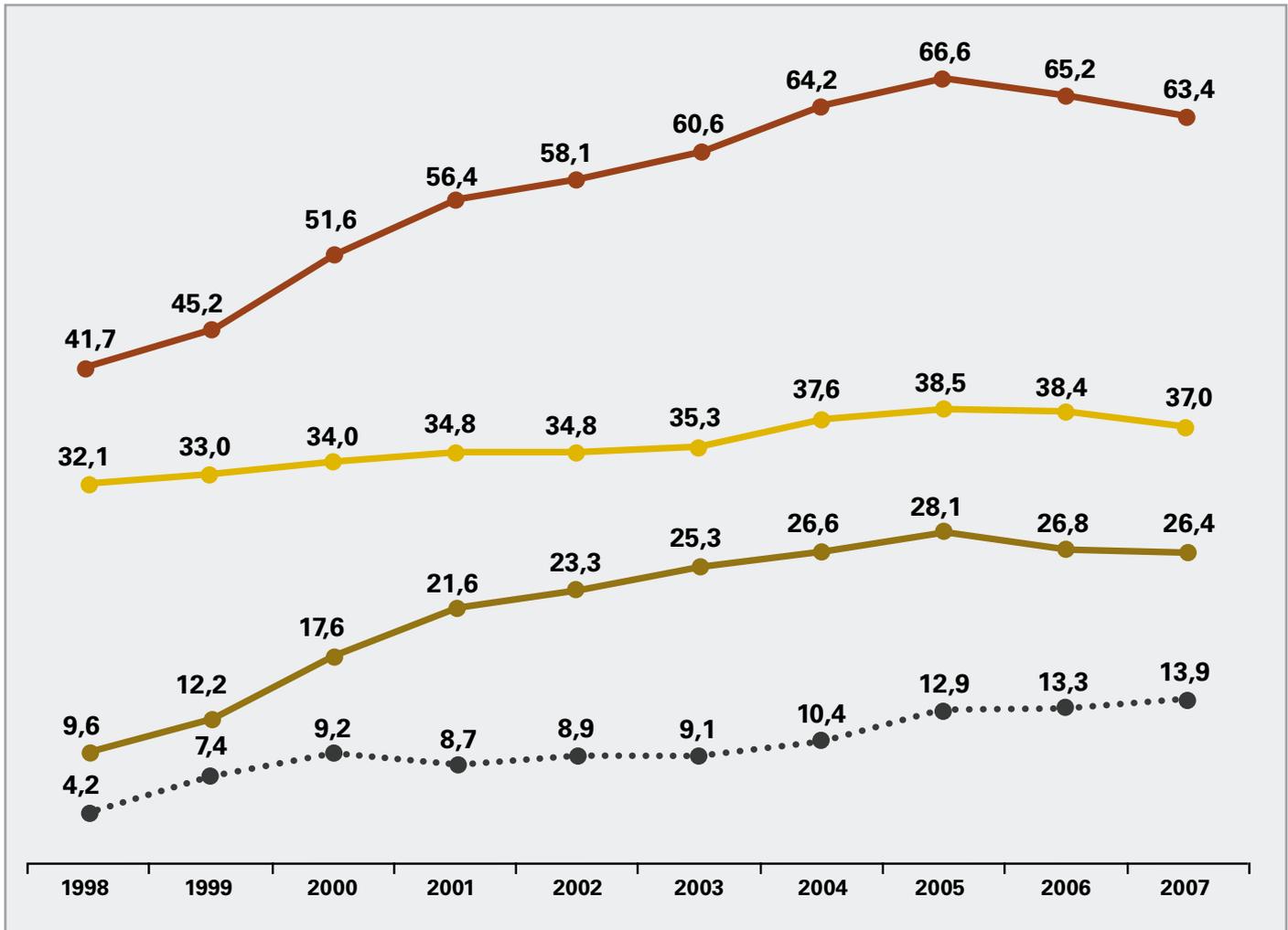
haben mittlerweile 8,2 Prozent der Anschlüsse. Zwischen ein und zwei MBit/s bewegen sich immerhin noch 25,4 Prozent der Anschlüsse. Alles, was unter diesen Geschwindigkeiten liegt, lässt sich heute nur noch schwer unter „breitbandiger Anschluss“ einsortieren.

Nach Berechnungen des Wissenschaftlichen Institutes für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) kostete ein 16-MBit-DSL-Zugang den Endkunden schon 2006 deutlich weniger als ein 1-MBit-DSL-Anschluss 2003. Pauschalangebote in Form von Doppel- oder Dreifach-Flatrates für Telefon, Internet und Mobilfunk haben sich 2007 zum Standard entwickelt. Während die Tarife für Telefon und Internet auch im Jahr 2007 kräftig sanken, dürfte sich 2008 die Preisspirale deutlich langsamer drehen. Bei den Tarifen kommt eine natürliche untere Grenze in Sichtweite.

Die aufgrund des Preiswettbewerbs 2008 erneut leicht sinkenden Umsätze im deutschen Telekommarkt wollen die Anbieter über neue, sogenannte Triple Play-Dienste auf DSL-Hochgeschwindigkeitsnetzen (ADSL2+/VDSL) kompensieren. Zu diesen Diensten gehört beispielsweise IPTV mit neuen, interaktiven Funktionen für das Fernsehen via Internet. Einige Anbieter bauen in Deutschland dazu inzwischen ihre eigene Infrastruktur unabhängig von der Deutschen Telekom auf.

Die Nutzung neuer und interaktiver Anwendungen wird das Datenaufkommen auch 2008 weiter in die Höhe treiben. Dessen Volumen betrug

Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland
(Mrd. Euro, Außenumsätze ohne TV-Signaltransport)



- Gesamtmarkt
- Festnetz gesamt
- Mobilfunk gesamt
- Festnetz Wettbewerber

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

Quelle:
DIALOG CONSULT/VATM-Analysen
und -Prognosen

Ende 2007 mehr als eine Milliarde Gigabyte, nach 872 Millionen Gigabyte im vergangenen Jahr. Web 2.0-Anwendungen wie Podcasts, Wikis und Blogs sowie Webradio und Web-TV halten zunehmend auch Einzug in die Unternehmen.

Deutschland wird bis Ende 2007 auf über 19 Millionen anwachsen. Setzt sich dieser Trend fort, dürften 2008 noch einmal vier bis fünf Millionen hinzukommen. Ende 2008 könnten dann mehr als 60 Prozent der 39,2 Millionen deutschen Haushalte über schnelles Internet verfügen.

Zu viele weiße Flecken auf der Breitbandkarte

Die Zahl der Breitbandanschlüsse in

Nach wie vor haben in Deutschland jedoch fünf Millionen Menschen kei-

ne Breitbandversorgung, mehr als 20 Prozent der Gemeinden sind schlecht oder gar nicht angebunden. Hier bedarf es einer gemeinsamen Anstrengung von Politik und Wirtschaft, um alle Gemeinden, Haushalte und Unternehmen in Deutschland möglichst schnell ans Netz zu bringen. Da alle bisherigen Aktivitäten die Situation nicht nachhaltig verbessern konnten, hat der VATM zusammen mit dem Deutschen Städte- und Gemeindebund (DStGB) und dem Deutschen Landkreistag (DLT) einen Masterplan entwickelt, um die weißen Flecken auf der deutschen Breitbandkarte zeitnah zu schließen.

Mobilfunk bleibt Wachstumsmarkt

Schon Mitte 2007 lag die Penetrationsrate im deutschen Mobilfunkmarkt mit mehr als 91 Mio. Teilnehmern bei über 110 Prozent. Für 2008 gehen wir von über 100 Mio. SIM-Karten aus. Durch die Marktsättigung und den verschärften Wettbewerb beschleunigt sich jedes Jahr der Preisverfall im Markt. In den vergangenen zehn Jahren haben sich die Mobilfunkpreise mit 53,5 Prozent mehr als halbiert.

Starken Anteil an diesem Preisverfall hatten die mittlerweile mehr als 30 Discount-Marken. Inzwischen haben fast alle Netzbetreiber für dieses Segment eigene Zweitmarken gestartet. Im September 2007 gehörten rund 7,5 Mio. der insgesamt 91 Mio. verkauften SIM-Karten zum Discount-Segment. Dieser Anteil wird 2008 weiter ansteigen auf etwa 13 bis 15 Prozent, Tendenz weiter steigend.

Wachstumschancen rechnen sich die

Mobilfunkanbieter insbesondere im Festnetz sowie bei den mobilen Datendiensten aus. Seit etwa drei Jahren wächst das Verkehrsvolumen im Mobilfunk deutlich schneller als im Festnetz. Gleichzeitig steigt der Non-Voice-Anteil an den Serviceumsätzen im Mobilfunk stetig an. Zum Anstieg von 2,4 Prozentpunkten 2007 gegenüber dem Vorjahr trugen „echte“ Datenübertragungsdienste (im Vergleich zu SMS/MMS) überproportional bei. Setzt sich der bisherige Trend fort, könnte ihr Anteil bis Ende 2008 auf die Hälfte des gesamten Datenaufkommens ansteigen.

UMTS wird zum Massenmarkt

Nach einer längeren Anlaufphase kommt der UMTS-Zug nun ins Rollen. Die Zahl der UMTS-Kunden wuchs 2007 von rund 6,5 auf 10,5 Millionen um rund 66 Prozent. Mindestens ebenso hoch dürfte die Wachstumsrate auch 2008 ausfallen. Rund 300 UMTS-fähige Endgeräte werden inzwischen von etwa 80 Herstellern weltweit angeboten, in Deutschland ist heute etwa jedes zweite neue Handy UMTS-fähig. Zudem verstärken die Netzbetreiber ihre Anstrengungen in den Ausbau ihrer UMTS-Netze. Ihnen gilt die dritte Generation der Mobilfunktechnik als Wert- und Wachstumstreiber. Große Hoffnung setzt die Branche auf das mobile Internet und rechnet in den kommenden zwei Jahren mit dem Durchbruch für mobile Datendienste wie Mobile Messaging, Mobile E-Mail und Instant Messaging mit zusätzlichen Umsätzen vor allem im Geschäftskundenbereich.

Die Standard-Übertragungsgeschwin-

digkeit in den UMTS-Netzen liegt derzeit bei 1,8 MBit/s. In der laufenden zweiten Ausbaustufe mit dem Datenturbo HSDPA (High Speed Downlink Packet Access) und neuerdings auch HSUPA sind in vielen Orten und Regionen bereits Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 3,6 MBit/s möglich – in einigen Netzbereichen sogar schon 7,2 Mbit/s. Experten rechnen damit, dass sich die neue Technik als Motor für die Mobilfunk-Welt erweisen wird, mit Trends hin zu integrierten Multi Mode- beziehungsweise Multi Band-Geräten, weg vom Festnetz und hin zur mobilen Nutzung auch abseits des Handys über Laptops und PDAs.

Neue mobile Dienste in Reichweite

Mit dem Aufkommen der ersten Kombigeräte für GSM, UMTS und WLAN sowie Mehrkartenhandys für die parallele Nutzung von zwei SIM-Karten stehen die Netzbetreiber und Provider 2008 vor neuen Herausforderungen für konvergente Dienste und echte FMC-Produkte (Fixed Mobile Convergence) sowie an Privatkunden adressierte Standardangebote.

Ob sich Mobile-TV bereits in den kommenden zwölf Monaten durchsetzen wird, gilt noch nicht als ausgemacht. Noch steht der Dienst ganz am Anfang und es mangelt an vom Kunden akzeptierten Formaten für die mobile Nutzung von News, Sport und Filmen.

Als deutlich erfolgreicher könnten sich mobile Web 2.0-Anwendungen rund um Communities, Navigation und Lokalisierung erweisen. Durch die zunehmende Ausstattung der Handys

mit WLAN und GPS stehen hier die stark nachgefragten Dienste Routenplanung, Fahrzeug-zu-Fahrzeug-Kommunikation sowie lokale Auskunftsdienste und Communities mit mobilen Buddyfinder-Funktionen kurz vor der Zusammenführung zu einem Milliardenmarkt für umfassende, standortbezogene Dienstleistungen (Location Based Services).

Neue Themen am Horizont

Noch ganz im Frühstadium zeichnen sich die Themenfelder „Smart Home“ und „Ambient Assisted Living“ als zukunftssträchtige Themen ab. Bei beiden Bereichen geht es um Konzepte, Produkte und Dienstleistungen, die die Interaktion zwischen technischen und sozialen Systemen verbessern. Ziel ist es, die Lebensqualität für Menschen in allen Lebensabschnitten zu erhöhen. Vor allem älteren Menschen sollen intelligente Assistenzsysteme auf Basis von Informations- und Telekommunikationstechnologien im Alltag eine selbstständige Lebensführung ermöglichen.

„Green IT“ – die Umwelt lässt grüßen

Bei TK-Ausrüstung und -Betrieb spielt das Thema „Green IT“ zunehmend eine Rolle. Schon heute ist das Internet für mehr als zwei Prozent des Stromverbrauchs in Deutschland verantwortlich, die Informations- und Kommunikationstechnik insgesamt für rund acht Prozent. Hochgerechnet würde das Internet damit weltweit so viel CO₂ verursachen wie ungefähr ein Viertel des Flugverkehrs. Steigende Energiepreise und zunehmende IT-Nutzung werden bereits in fünf Jah-

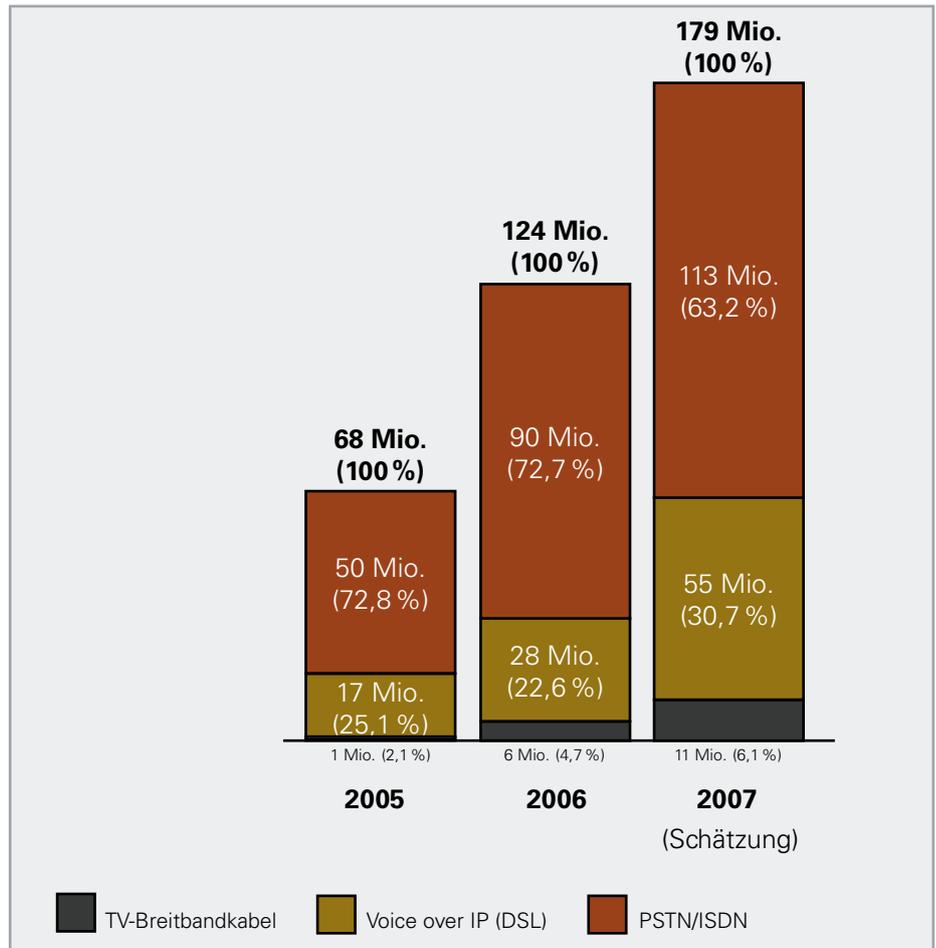
ren die Energiekosten zum zweitgrößten Kostenblock vieler Rechenzentren machen. Damit wird das Thema Energieeffizienz immer wichtiger. Durch neuartige Rechenzentren sowie den Einsatz innovativer IT-Konzepte und -Geräte wie Thin Clients oder Virtualisierung können Unternehmen und Organisationen ihren Energie- und Ressourcenverbrauch für IT massiv senken.

Nächste Generation der Netze in Arbeit

Die größten Veränderungen für die Telekommunikationsmärkte bringt die Umstellung der Infrastruktur auf die nächste Generation der auf IP-Technik basierenden Netze (All-IP/NGN) mit sich. Der Netzbetrieb wird dadurch deutlich preiswerter, Entwicklung und Betrieb neuer Dienste erheblich flexibler. Next Generation Networks stellen eine einheitliche Plattform für verschiedene Accesstechnologien und Dienstangebote dar. Die daraus resultierenden technischen und regulatorischen Fragestellungen und die Auswirkungen auf heutige und künftige Geschäftsmodelle werden Hersteller, Netzbetreiber und Diensteanbieter auch 2008 intensiv analysieren und diskutieren.

Erste Next Generation Networks auf Basis von IP- und Ethernet-Technologien wurden schon Anfang 2007 in Betrieb genommen. Die Dienste des Netzbetreibers werden dabei zu Anwendungen, die sich einfach installieren lassen, die Kunden profitieren von größerer Flexibilität und schnellerer Bereitstellung. Der Großteil der Netze in Deutschland dürfte bis spätestens

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



Quelle:
DIALOG CONSULT/VATM-Analysen
und -Prognosen

2010 vollständig auf IP umgestellt sein.

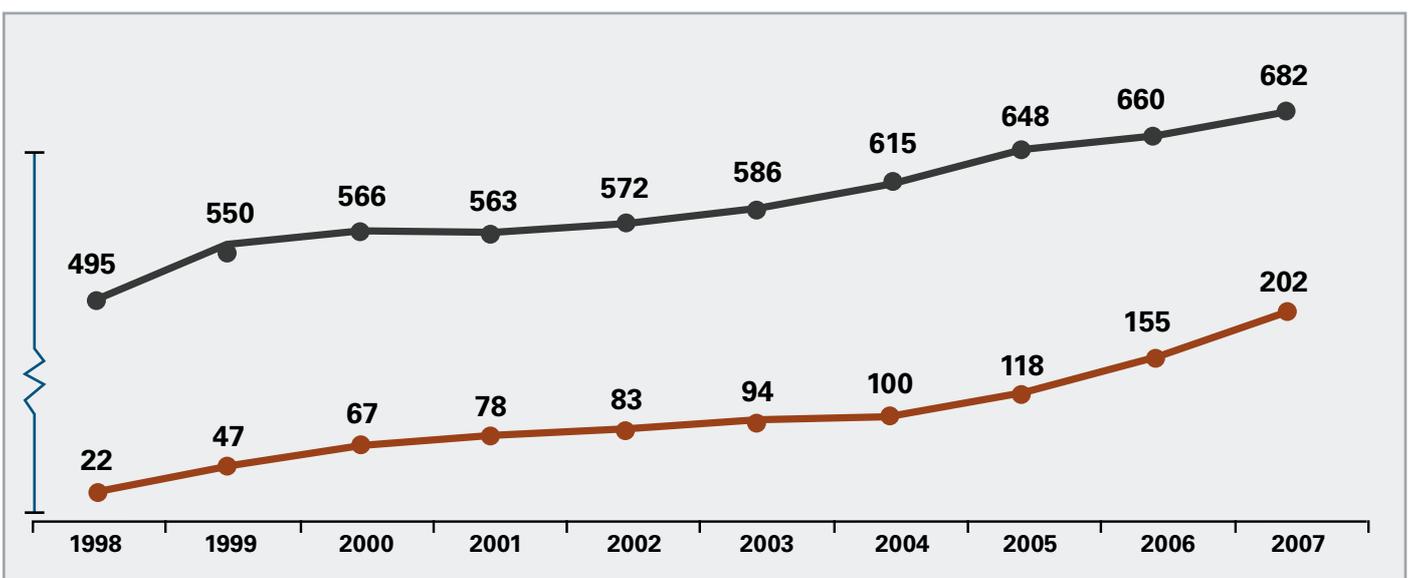
Regulierung der Märkte weiterhin erforderlich

Auch 2008 wird im TK-Sektor vor allem der Wettbewerb wieder der Motor für Fortschritt und Innovation sein. Im elften Jahr nach der Marktöffnung ist dazu weiter eine effiziente Regulie-

regung notwendig, sowohl in Bonn wie in Brüssel. Eine eigene europäische Regulierungsbehörde, wie zuletzt von der EU-Kommission vorgeschlagen, ist dazu jedoch nicht erforderlich. Auch die in der EU-Märkteempfehlung vorgesehenen Kürzungen lehnt der VATM ab. Die Kommission will dabei ausgerechnet jene Märkte aus der Regulierung entlassen, die sie erst vor wenigen Monaten noch für weiterhin regulierungsbedürftig hielt. Anstatt zur Beseitigung bestehender Wettbewerbsprobleme beizutragen, setzen die neuen Vorschläge den Wettbewerb ohne Not aufs Spiel und führen unweigerlich zu mehr Bürokratie, verringerter Effizienz, Kompetenzverlust der nationalen Regulierer sowie Arbeitsplatzverlusten.

Trotz des sich verschärfenden Wettbewerbs: Die Mitgliedsunternehmen des VATM sehen den Herausforderungen des Jahres 2008 insgesamt optimistisch entgegen. Die flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit breitbandigen und mobilen Anschlüssen wird uns dabei ein ebenso großes Anliegen sein wie die aktive Begleitung der regulatorischen Entwicklungen im Rahmen der Überarbeitung des europäischen TK-Rechtsrahmens. Eine effiziente Regulierung bleibt für uns auch weiterhin die unverzichtbare Voraussetzung für eine Fortsetzung der Erfolgsgeschichte des liberalisierten Telekommunikationsmarktes.

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)



Quelle: DIALOG CONSULT/VATM-Analysen und -Prognosen

— Festnetz
— Mobilfunk

(Schätzung)

→ Der Verband stellt sich vor

Mit der Liberalisierung des bundesdeutschen Telekommunikationsmarktes im Jahr 1998 entstanden nicht über Nacht oder gar automatisch chancengleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Marktteilnehmer. Da sich die politischen und wirtschaftlich verlässlichen Rahmenbedingungen für fairen Wettbewerb auf einem bis dahin monopolisierten Markt nicht

tions-Sachanlagen in Höhe von rund 35 Mrd. Euro verantwortlich und haben Stand Ende 2007 rund 51.000 wettbewerbsfähige und zukunftssichere Arbeitsplätze in Deutschland geschaffen. Darüber hinaus sichern sie etwa 50 Prozent der Beschäftigung in den Zulieferbetrieben. Von den Wettbewerbsunternehmen gehen zudem stetig deutliche Wachstumsimpulse



Wesentlicher Faktor der erfolgreichen Verbandsarbeit: Der VATM pflegt gute Kontakte zu Politik und Regulierung. Präsidiumsmitglied Renatus Zilles mit BNetzA-Präsident Matthias Kurth...

durch einzelne Unternehmen isoliert durchsetzen lassen, haben siebzig der im deutschen Markt aktiven Telekommunikations- und Multimedia-Unternehmen ihre Kräfte gebündelt und sich 1997 im VATM zusammengeschlossen. Trotz heterogener Unternehmensinteressen ist das Motto „Wettbewerb verbindet“ die Basis ihres gemeinsamen Engagements. Seit einiger Zeit sind die Erfolge des Wettbewerbs spürbar. Preise, Service und Angebotsvielfalt gestalten sich für Endkunden sowohl im gewerblichen wie auch im privaten Bereich deutlich günstiger als vor Beginn der Marktliberalisierung. Die privaten Telekommunikationsunternehmen zeichnen seit der Marktöffnung 1998 für Investitionen in Telekommunikation

für die deutsche Volkswirtschaft aus.

Unsere Mitglieder

Die ordentlichen Mitgliedsunternehmen des VATM sind zum großen Teil Töchter oder Beteiligungen von Firmen aus Europa und Übersee. Sie bieten komplette Telekommunikationsdienstleistungen an oder bedienen Teilbereiche: Festnetzanbieter, Mobilfunkunternehmen, Service-Provider (Internet und Sprachtelefonie) sowie Mehrwertdiensteanbieter mit Mail- und Fax-Diensten, Service-Rufnummern, Auskunftsservices oder Call Centern. Zu den assoziierten Mitgliedern des Verbandes zählen TK-Ausrüster sowie Anbieter von Billing-Systemen und anderen Lösungen für die Branche. Die Mitgliederstruktur

des VATM spiegelt damit die gesamte Bandbreite des Telekommunikationssektors in Deutschland wieder. Von einer Verbandsmitgliedschaft ausgenommen sind Hersteller- und Handelsunternehmen sowie die Deutsche Telekom AG.

Unsere Aufgaben und Ziele

Derzeit erwirtschaften unsere Mitglieder rund 80 Prozent des von privaten Anbietern erzielten Gesamtumsatzes auf dem deutschen Markt. Der VATM ist damit die Interessenvertretung der privaten Telekommunikationswirtschaft schlechthin.

bedingter Bottlenecks auch weiterhin auf eine effiziente Regulierung angewiesen.

In diesem Kontext setzt sich der VATM für einen verlässlichen, wettbewerblich organisierten ordnungspolitischen Rahmen für die TK-Branche ein, in dem alle Anbieter ihre Geschäftsmodelle diskriminierungsfrei und erfolgreich umsetzen können. Dabei haben das Schaffen und der Erhalt optimaler Marktbedingungen und insbesondere sicherer Investitions- und Planungsbedingungen höchste Priorität. Indem der Verband die wirtschaftliche Effizienz

...Präsidiumsmitglied Dr. Horst Lennertz mit EU-Kommissarin Viviane Reding...



Wir halten Wettbewerb für die bestmögliche Marktform für den Telekommunikationssektor. Er ist Garant für größtmögliche Angebotsvielfalt, zukunftssichere Arbeitsplätze, günstige Preise und Effizienzgewinne für die gesamte Volkswirtschaft. Wettbewerb auf den TK-Märkten ist jedoch aufgrund der nach wie vor bestehenden Marktmacht des ehemaligen Monopolunternehmens und leitungs-

bezogen des Wirkens seiner Mitgliedsunternehmen unterstützt, fördert er die Liberalisierungs- und Deregulierungsprozesse der gesamten Branche.

Verbandsarbeit – kompetent und effektiv

Der VATM vertritt alle im Markt bestehenden Geschäftsmodelle. Dazu gibt es verschiedene Arbeitskreise, in denen die Meinungsbildung und

Beratung erfolgt und in die sich die Mitgliedsunternehmen einbringen können:

- Arbeitskreis (AK) Recht und Regulierung
- AK Presse und Öffentlichkeitsarbeit
- AK Sicherheit und Datenschutz
- AK Lobby (Lobby-Gruppe)
- AK Europäische Union
- AK Fakturierung und Inkasso

um für Wirtschaft und Technologie, dem Bundesfinanzministerium, dem Bundeskanzleramt, dem Bundeskartellamt, der Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen, den Fraktionen im Deutschen Bundestag, der Europäischen Kommission und des Europäischen Parlaments. Im Zuge der immer stärker zusammenwachsenden europäischen Telekommu-



...VATM-Präsident Gerd Eickers mit der Vizepräsidentin der Bundesnetzagentur, Dr. Iris Henseler-Unger,...

VATM-Geschäftsstelle

Sitz des Verbandes ist Berlin. Der VATM unterhält außerdem Büros in Köln und Brüssel. Die Geschäftsstelle des VATM zeichnet gegenüber dem Präsidium und der Mitgliederversammlung verantwortlich.

Enge Kontakte zu Entscheidungsträgern und Märkten weltweit

Unsere Büros in Berlin, Köln und Brüssel pflegen intensive Kontakte zu allen branchenrelevanten Institutionen und politischen Entscheidungsträgern auf Bundes- wie auf EU-Ebene. Zu unseren festen Ansprechpartnern zählen Vertreter aus dem Bundesministeri-

nikationsmärkte und harmonisierter Wettbewerbsbedingungen unterhält der VATM enge Kontakte zu anderen nationalen und internationalen Branchenvertretungen. Neben dem BDI und dem DIHK pflegen wir Verbindungen zu europäischen und amerikanischen Branchenverbänden. Der VATM ist außerdem im europäischen Wettbewerbersverband ECTA aktiv.

Das „Washington Office“ des VATM

Seit über sieben Jahren betreut Dr. Axel Spies das „Washington Office des VATM“. Dr. Spies ist Anwalt der US-Kanzlei Bingham McCutchen mit zahlreichen Büros in den USA so-

wie London und Tokio und gehört zur Telecommunications Media and Technology Group (TMT) von Bingham McCutchen. Ein Schwerpunkt der Tätigkeit des Washington Office ist das Lobbying, um die Positionen der in Deutschland tätigen Wettbewerber in den USA zu verdeutlichen und zu erläutern. Mit den politischen Institutionen, insbesondere mit der Federal

unternehmerische Erfolg wesentlich von rechtzeitigen und umfassenden Informationen über aktuelle Markttendenzen und die sich ändernden politischen Rahmenbedingungen ab. Der Verband informiert deshalb seine Mitglieder regelmäßig über alle relevanten Entwicklungen. Neben den bundesdeutschen werden auch die von der EU ausgehenden Initiativen in die Analyse einbezogen. Selbst US-Foren werden genutzt, um die Interessen ausländischer Investoren unter den VATM-Mitgliedern wahrzunehmen.

Interessenvertretung durch starke Medienpräsenz

Der VATM ist das Sprachrohr für Anliegen und Forderungen bereits etablierter Wettbewerbsunternehmen ebenso wie für Neueinsteiger. Eine regelmäßige und wirksame Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gehört deshalb zu unseren wichtigsten Aufgaben. Den VATM-Presseinformationen, Hintergrundgesprächen mit Journalisten und Presseveranstaltungen liegen die gemeinsamen Forderungen an Politik und Regulierung ebenso wie Interpretation und Kommentierung marktrelevanter Entscheidungen zugrunde. Jährliche Analysen zum Telekommunikationsmarkt sowie Studien zu speziellen Problemkreisen, die mit renommierten Marktforschungsunternehmen durchgeführt werden, sensibilisieren eine breite Öffentlichkeit für die Wettbewerbssituation in Deutschland.

...VATM-Vizepräsident Harald Stöber und Verbands-Geschäftsführer Jürgen Grütznert mit Telekom-Chef René Obermann.



Communications Commission (FCC), dem State Department, dem Department of Commerce, dem US Trade Representative und der Deutschen Botschaft, hält unser Verbindungsmann in Washington engen Kontakt und unterrichtet über Entwicklungen und Positionen der Wettbewerber. Dr. Spies ist auch verantwortlich für den Kontakt des VATM zur US-amerikanischen Schwesterorganisation COMPTEL, dem größten Verband der Wettbewerber, der ebenfalls in Washington ansässig ist.

Meilen voraus durch schnelle Information

In einer dynamischen Branche wie der Telekommunikation hängt der

→ Gerd Eickers

Gerd Eickers wurde am 2. November 1952 in Telgte geboren. Nach seinem Studium der Volkswirtschaft begann er seine berufliche Karriere 1979 bei General Electric Information Services. Dort war er in verschiedenen Positionen tätig, unter anderem als Geschäftsführer der Tochtergesellschaften in Deutschland, der Schweiz, Österreich und Skandinavien. 1995 übernahm er leitende Funktionen beim Aufbau der Telekommunikations-Aktivitäten der Thyssen-Gruppe; hier war er insbesondere für die Bereiche „Business Development“ und „Regulatory Affairs“ verantwortlich.

Gerd Eickers ist Mitgründer der QSC AG, Köln, in deren Aufsichtsrat er im

Jahr 1999 berufen wurde. Von 2001 bis Ende 2003 verantwortete er als Chief Operating Officer im Vorstand der QSC AG schwerpunktmäßig die Bereiche Kundenservice, Auftragsmanagement und Regulierung und kehrte im Mai 2004 in deren Aufsichtsrat zurück.

Gerd Eickers hat in den Jahren 1997 und 1998 nach der Gründung des Verbandes der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM) als dessen erster Geschäftsführer die Positionen der Wettbewerber bei der Vorbereitung und Umsetzung der Liberalisierung des deutschen Telekommunikationsmarkts vertreten.



Gerd Eickers

Präsident des VATM und
Mitglied des Aufsichtsrates
der QSC AG

→ Harald Stöber

Harald Stöber, Jahrgang 1952, entschied sich nach seinem Studium der Elektrotechnik in Aachen für ein Aufbaustudium der Wirtschaftswissenschaften. Von 1980 bis 1982 arbeitete er als wissenschaftlicher Mitarbeiter des Lehrstuhls für Industriebetriebslehre der RWTH Aachen.

1982 trat er als Führungsnachwuchskraft in die Mannesmann AG, Düsseldorf, ein. Nach verschiedenen

Aufgaben im Konzern wurde er zum 1. Januar 1990 als Geschäftsführer Marketing (später Marketing und Vertrieb) in die Mannesmann Mobilfunk GmbH berufen.

Im Mai 1997 erfolgte die Berufung in den Vorstand der Mannesmann Arcor AG & Co. (heute Arcor AG & Co. KG), dessen Vorsitz er zum 1. Juli 1997 übernommen hat.



Harald Stöber

Vizepräsident des VATM und
Vorsitzender des Vorstands der
Arcor AG & Co. KG

→ Peer Knauer



Peer Knauer
Vorstandsvorsitzender der
Versatel AG

Peer Knauer ist seit April 2007 Chief Executive Officer der Versatel AG. Vorher war er ab März 2006 CEO der Versatel Holding GmbH. Seit August 2000 zeichnet er bereits als Chief Executive Officer der TROPOLYS GmbH verantwortlich. In seiner Funktion ist er unter anderem für die Steuerung der Fachbereiche Marketing und Vertrieb sowie Recht und Regulierung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Personal zuständig.

Peer Knauer wurde am 21. März 1966 in München geboren. Er absolvierte zunächst eine Ausbildung zum Bank-

kaufmann bei der Deutschen Bank AG in Duisburg und New York. Sein Studium der Betriebswirtschaftslehre schloss er 1993 an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster als Diplom-Kaufmann ab.

Nach einer langjährigen Tätigkeit als Geschäftsführer und Gesellschafter der CAPE Vertriebs-GmbH war Peer Knauer seit 1996 zunächst als freier Berater für Stadtnetzbetreiber tätig, bevor er 1997 als Vorsitzender der Geschäftsführung zur telebel in Wuppertal ging.

→ Dr. Horst Lennertz



Dr. Horst Lennertz
Mitglied im Aufsichtsrat der
E-Plus Mobilfunk Geschäfts-
führungs GmbH

22.11.1942 in Berlin geboren, verheiratet, vier Kinder

1963 – 1973 Studium Elektrotechnik, wissenschaftlicher Assistent und Promotion an der Technischen Hochschule Aachen

1973 – 1984 BBC (heute ABB) Mannheim, zuletzt Leitung der Business Unit Hochspannungsschaltanlagen

1984 – 1986 Vorstandsmitglied der Überlandwerke Nord Hannover AG, Bremen (Energieverteilung und Energiewirtschaft)

1987 – 1993 Vorstandsmitglied der PreussenElektra AG (heute E.ON

Energie AG), Hannover (Netz, IT und Telekommunikation)

1993 – 5/2001 (seit Gründung) Mitglied der Geschäftsführung der E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG, Düsseldorf (Technik/Betrieb/IT/Regulatorische Fragen)

6/2001 – 2/2005 Mitglied des Vorstands (CTO) KPN Mobile N.V., Den Haag (Technik/IT/Procurement)

Seit März 2005 Mitglied im Aufsichtsrat der E-Plus Mobilfunk Geschäftsführungs GmbH sowie persönlicher Berater des Vorstandes der KPN N.V. (Muttergesellschaft von KPN Mobile)

→ Dr. Alwin Mahler

Dr. Alwin Mahler ist seit Ende 2002 als Vice President bei Telefónica Deutschland tätig. In der Position als VP Corporate Affairs and Business Development verantwortet er den Bereich Recht und Regulierung, die Unternehmenskommunikation sowie das Business Development eines der größten alternativen IP-Carriers in Deutschland. Zu den Aufgaben von Dr. Alwin Mahler gehören weiterhin die Interessenvertretung der Firma gegenüber Institutionen, wie der Regulierungsbehörde (BNetzA), Verbänden wie dem VATM (als Mitglied des Präsidiums), dem Breko oder dem BITKOM, sowie die Zusammenarbeit mit den Lobbyingverbänden und Partnern.

Dr. Alwin Mahler blickt auf eine über fünfzehnjährige Branchenerfahrung und eine langjährige Führungserfahrung in Regulierung, Strategie und im Business Development-Bereich zurück. Von 2001 bis Ende 2002 arbeitete er als Director Strategy and

Alliances für Group 3 G UMTS GmbH. Zuvor hatte er unterschiedliche Führungspositionen im strategischen und Business Development-Bereich bei MCIWorldCom inne, zuletzt bekleidete er bei WorldCom International die Funktion des Head of E-Business and Strategy. Der Telekommunikationsspezialist war darüber hinaus aktiv in der Forschung tätig.

In den Jahren 1997 bis 1998 arbeitete er als Visiting Assistant Professor an der Michigan State University, Fakultät für Telekommunikation. Der Abschluss als Diplomkaufmann an der Universität Bayreuth erfolgte im Jahr 1992 in Verbindung mit dem MBA-Abschluss an der University of Delaware. In den Folgejahren arbeitete er am WIK (Wissenschaftliches Institut für Kommunikationsdienste) und promovierte parallel an der Universität Bayreuth. Er veröffentlichte ferner Bücher, Fachartikel und Studien zu den Themen Telekommunikationsmarkt, Regulierung und Internet.



Dr. Alwin Mahler

Vice President Corporate Affairs and Business Development und Mitglied der Geschäftsleitung der Telefónica Deutschland GmbH

→ Joachim Piroth

Joachim Piroth (41) ist seit April 2006 Chief Financial Officer (CFO) von BT Germany. Piroth, der auch Mitglied der Geschäftsführung ist, berichtet an Jan Geldmacher, CEO von BT Germany, und Chris Halbard, CFO von BT Global Services.

Der studierte Nachrichtentechniker ist seit 1992 in der Telekommunikations-

Branche tätig. So war er dabei, als mit Mannesmann D2 der erste private Mobilfunkanbieter im deutschen Markt startete, und übernahm später verschiedene Positionen im Finanzbereich bei der Festnetz-Tochter Arcor. 2000 wechselte er zu Lambdanet und war zuletzt als CFO bei Versatel tätig.



Joachim Piroth

Chief Financial Officer der BT (Germany) GmbH & Co. OHG

→ Oliver Steil



Oliver Steil
Vorstandsvorsitzender
der debitel AG

Oliver Steil (36) ist Vorsitzender des Vorstands der debitel AG. Er verantwortet die Bereiche Corporate Development, HR, Unternehmenskommunikation, Program Office, Regulierung, Kundenbetreuung, Akquisitionsmarketing, Kundenmanagement, Produktentwicklung, Netzbetreibermanagement, Hardwaremanagement und Brandmanagement. Zudem liegt die Partnerschaft mit der Media-Saturn-Holding (MSH) in seinem Verantwortungsbereich. Bevor Steil zu debitel kam, betreute er als Partner bei McKinsey & Company in München verschiedene TK-Unternehmen in Europa mit den Schwerpunkten Strategie, Marketing, Vertrieb, Kundenmanagement/CRM

und Restrukturierung. Während seiner achtjährigen Tätigkeit für McKinsey begleitete er unter anderem die Neupositionierung eines großen Service Providers und unterstützte einen Netzbetreiber bei seiner Expansionsstrategie. Bis 1998 war Steil als Projektmanager am Lehrstuhl und Institut für Nachrichtengeräte und Datenverarbeitung an der RWTH Aachen tätig. Hier betreute er die Entwicklung eines heute patentierten AMR-Codes für das GSM-System in Zusammenarbeit mit Siemens und der TU München. Steil studierte Elektrotechnik und Informationstechnik an der Ruhr-Universität Bochum sowie an der Purdue-University Indiana.

→ Renatus Zilles



Renatus Zilles
Vorsitzender der Geschäftsführung der NEXT ID GmbH

Nach Abschluss eines Betriebswirtschaftsstudiums an der Universität zu Köln begann Renatus Zilles seinen beruflichen Werdegang im Jahr 1983 im Geschäftsbereich Neue Medien bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Dort leitete er zwischen 1983 und 1988 unter anderem die Bereiche Marketing, Technik sowie Consulting. In der Folgezeit war Zilles als Leiter Produktion und Technik beim privaten Fernsehsender SAT1 in Mainz tätig und hier unter anderem maßgeblich für eines der erfolgreichsten deutschen Spieleformate, das „Glücksrad“, verantwortlich. Als Mitglied der Geschäftsführung im Bereich Marketing beim ITT Medienverlag in Düsseldorf führte er erstmalig die Bereiche Telefonmehrwertdienste und Neue Medien zusammen. Aufbau und Markteinführung des Mehrwertdienste-Anbieters Legion Telekommunikation GmbH, Düs-

seldorf, begleitete er in leitender Position. Von 1992 bis 2005 war Zilles als Geschäftsführer und Vorsitzender der Geschäftsführung der Talkline ID, der Mehrwertdienste-Tochter der Talkline-Gruppe, tätig. Mit dem Verkauf an den freenet-Konzern wurde aus Talkline ID Mitte 2005 NEXT ID. Zilles ist heute Vorsitzender der Geschäftsführung der NEXT ID GmbH. Das Unternehmen zählt zu den Top 3 Anbietern von Mehrwertdiensten in Deutschland.

Sein berufliches Engagement ergänzt Zilles seit Jahren durch politische Arbeit in Branchen-Verbänden und Vereinen, so etwa im VATM oder als Vorstandsmitglied bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste FST e.V. 2005 wurde er mit dem National Leadership Award des Economic Forum Deutschland ausgezeichnet.

→ Geschäftsführung

Jürgen Grützner

→ Büro Berlin

Vom Hauptstadtbüro aus sind der Deutsche Bundestag, die Bundesministerien und wichtige Botschaften zu Fuß erreichbar. Besucher finden uns in Berlin-Mitte am Spreeufer, Ecke Schiffbauerdamm.

Leiterin Büro Berlin:

Solveig Orłowski

VATM e. V.
Albrechtstraße 12
10117 Berlin

Tel.: +49 (0) 30 / 505615-38
Fax: +49 (0) 30 / 505615-39

E-Mail: berlin@vatm.de
URL: www.vatm.de

→ Büro Brüssel

Das Brüsseler Büro liegt im EU-Viertel in der Nähe der europäischen Entscheidungszentren wie EU-Parlament und EU-Kommission.

Leiter Büro Brüssel:

Michael Hattermann

VATM e. V.
Square Ambiorix 13
B-1000 Brüssel

Tel.: +32 (0) 2 / 2350980
Fax: +32 (0) 2 / 2865179

E-Mail: brussels@vatm.de
URL: www.vatm.de



Jürgen Grützner
Geschäftsführer



Solveig Orłowski
Leiterin Büro Berlin



Michael Hattermann
Leiter Büro Brüssel

→ Geschäftsstelle Köln



Dr. Eva-Maria Ritter

Leiterin Kommunikation & PR

Das Kölner Büro ist unmittelbar am Rheinufer gelegen, mit schneller Anbindung zur Autobahn in Richtung Bonn.

Ihre Ansprechpartner in unserer Kölner Geschäftsstelle:

Leiterin Kommunikation & PR:

Dr. Eva-Maria Ritter

Pressesprecher:

Wolfgang Heer

Justiziar:

Dr. Frederic Ufer



Wolfgang Heer

Pressesprecher

VATM e. V.
Oberländer Ufer 180-182
50968 Köln

Tel.: +49 (0) 221 / 37677-25
Fax: +49 (0) 221 / 37677-26

E-Mail: vatm@vatm.de



Dr. Frederic Ufer

Justiziar



01051 Telecom GmbH

Postfach 1277
52516 Heinsberg
Tel.: +49 (0) 1051 / 0310
www.01051.com



acoreus Aktiengesellschaft

Zollhof 10
40221 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 211 / 54030-0
www.acoreus.de



01063 Telecom GmbH & Co. KG

Mottmannstr. 2
53842 Troisdorf
Tel.: +49 (0) 2241 / 9434-0
www.01063telecom.de



Alcatel Networks GmbH

Lorenzstraße 10
70435 Stuttgart
Tel.: +49 (0) 711 / 821-0
www.alcatel-lucent.de



01075 Telecom GmbH

Am Klingenweg 6a
65396 Walluf
Tel.: +49 (0) 1805 / 01075-0
www.01075.com



Alvarion GmbH

Landsberger Str. 302
80687 München
Tel.: +49 (0) 89 / 90405-922
www.alvarion.com



AC – The Auditing Company

Pickhuben 6
20457 Hamburg
Tel.: +49 (0) 40 / 37702-900
www.schwerhoff.com



AOL Deutschland GmbH & Co. KG

Beim Strohhaus 25
20097 Hamburg
Tel.: +49 (0) 40 / 36159-0
www.aol.de



Arcor AG & Co. KG

Alfred-Herrhausen-Allee 1
65760 Eschborn
Tel.: +49 (0) 069 / 2169-0
www.arcor.de



Callax Telecom Holding GmbH

Leopoldstr. 16
40211 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 0211 / 179342-0
www.callax.de

arvato infoscore

BFS finance Münster GmbH –

ein Unternehmen von arvato infoscore
Höltenweg 33
48155 Münster
Tel.: +49 (0) 251 / 5004-47070
www.arvato-infoscore.de



**Communication Services
TELE2 GmbH**

In der Steele 39
40599 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 1805 / 01013-1
www.tele2.de



Blau Mobilfunk GmbH

Schulterblatt 124
20357 Hamburg
Tel.: +49 (0) 0900 / 1252833
www.blau.de



**Cedros Gesellschaft für
Datenverarbeitung mbH**

Siegburger Straße 35
53757 Sankt Augustin
Tel.: +49 (0) 2241 / 8834-0
www.cedros.com



BT (Germany) GmbH & Co. OHG

Barthstr. 22
80339 München
Tel.: +49 (0) 89 / 2600-0
www.bt.com/globalservices



Celerant Consulting GmbH

Neuer Zollhof 2
40221 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 211 / 583300-33
www.celerantconsulting.com



CNTSS

Steinhammerstr. 84
44379 Dortmund
Tel.: +49 (0) 231 / 6902863
www.cntss.de



Drillisch AG

Wilhelm-Röntgen-Str. 1–5
63477 Maintal
Tel.: +49 (0) 6181 / 412-3
www.drillisch.de



COLT Telecom GmbH

Herriotstr. 4
60528 Frankfurt/Main
Tel.: +49 (0) 69 / 56606-0
www.colt.net/de

Dr. Schwarz-Schilling & Partners
Management Strategies & Corporate Finance

Dr. Schwarz-Schilling & Partner GmbH

Industriestr. 35
63654 Büdingen
Tel.: +49 (0) 6042 / 9644-0
www.schwarz-schilling.de



Comquent GmbH

Leonrodstr. 58
80636 München
Tel.: +49 (0) 089 / 30905168-65
www.comquent.de



dtms Deutsche Telefon- und Marketing Services GmbH

Isaac-Fulda-Allee 5
55124 Mainz
Tel.: +49 (0) 180 / 30703-00
www.dtms.de



debitel AG

Gropiusplatz 10
70563 Stuttgart
Tel.: +49 (0) 711 / 7217-000
www.debitel.de



envia TEL GmbH

Friedrich-Ebert-Str. 26
04416 Markkleeberg
Tel.: +49 (0) 800 / 0101600
www.enviatel.de



E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG

E-Plus-Platz 1
40468 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 211 / 448-0
www.eplus.de



Flexagon GmbH

Marsstr. 21
80335 München
Tel.: +49 (0) 89 / 36089180
www.flexagon.de



euNetworks AG

Eschborner Landstr. 112
60489 Frankfurt/Main
Tel.: +49 (0) 69 / 9055-40
www.eunetworks.com



freenet.de AG

Deelbögenkamp 4c
22297 Hamburg
Tel.: +49 (0) 40 / 513060
www.freenet-ag.de



EWETEL GmbH

Cloppenburger Str. 310
26133 Oldenburg
Tel.: +49 (0) 441 / 8000-0
www.ewetel.de



**GasLINE Telekommunikationsnetz-
gesellschaft deutscher Gasversor-
gungsunternehmen mbH & Co. KG**

Paesmühlenweg 10+12
47638 Straelen
Tel.: +49 (0) 2834 / 70324396
www.gasline.de



Filiago GmbH & Co KG

High Speed Internet via Satellit
Hamburger Str. 19
23795 Bad Segeberg
Tel.: +49 (0) 4551 / 90880-0
www.filiago.de



GoYellow GmbH

Landsberger Str. 110
80339 München
Tel.: +49 (0) 180 / 2211810
www.goyellow.de



H&R Communication GmbH

Gewerbepark 8
66583 Spiesen-Elversberg
Tel.: +49 (0) 6821 / 985-0
www.h-u-r.de



Jamba! GmbH

Karl-Liebnecht-Str. 5
10178 Berlin
Tel.: +49 (0) 30 / 69538-100
www.jamba.de



HanseNet Telekommunikation GmbH

Überseering 33 a
22297 Hamburg
Tel.: +49 (0) 40 / 23726-0
www.alice-dsl.de



Kandy Mobile AG

Liebherrstr. 5
80538 München
Tel.: +49 (0) 89 / 2421-4793
www.kandymobile.com



Hughes Network Systems GmbH

Ottostr. 9
64347 Griesheim
Tel.: +49 (0) 6155 / 844-0
www.hughes.com



Komm-Kontroll GmbH

Rahlstedter Str. 10a
22149 Hamburg
Tel.: +49 (0) 40 / 752558-0
www.komm-kontroll.de



IN-telegence GmbH & Co. KG

Oskar-Jäger-Str. 125
50825 Köln
Tel.: +49 (0) 221 / 260-1500
www.in-telegence.net



Level 3 Communications GmbH

Rüsselsheimer Str. 22
60326 Frankfurt/Main
Tel.: +49 (0) 69 / 506080-00
www.level3.com

**MATERNI
SIEBZEHN**

MaterniSiebzehn GmbH
Am Opernplatz 2
60313 Frankfurt/Main
Tel.: +49 (0) 69 / 29990-70
www.maternisiebzehn.de

NEXTID®
The Quality Benchmark.

NEXT ID GmbH
Mildred-Scheel-Str. 1
53175 Bonn
Tel.: +49 (0) 228 / 9697-20
www.next-id.de

mcn tele.com
EIN UNTERNEHMEN DER DEUTSCHLAND AG

mcn tele.com AG
Gartenstr. 23
61352 Bad Homburg v. d. H.
Tel.: +49 (0) 6172 / 9030-90
www.mcn-tele.com

PGmedia
IN-SYSTEMS

PGmedia Telecom GmbH
In der Au 25
61440 Oberursel
Tel.: +49 (0) 6171 / 884-360
www.pgmedia.de

medSol

medSol AG
Otto-Hahn-Str. 27
44227 Dortmund
Tel.: +49 (0) 231 / 725050-0
www.medsol-ag.de

POWER | PLUS
COMMUNICATIONS

Power PLUS Communications AG
Am Exerzierplatz 2
68167 Mannheim
Tel.: +49 (0) 621 / 40165-100
www.ppc-ag.de

NEXNET
Ihr Abrechnungsdienstleister

NEXNET GmbH
Am Borsigturm 12
13507 Berlin
Tel.: +49 (0) 30 / 726297-101
www.nexnet.de

Probstei Die gute Verbindung
SATRAL VHF Telekom
www.probstei-telekom.de

Probstei Telekom GmbH
**Telekommunikations- und
Internetdienste**
Fahrener Mühle
24253 Fahren/Holst.
Tel.: +49 (0) 4344 / 301-700
www.probstei-telekom.de



Proxim Wireless

Dachauerstr. 22
85229 Markt Indersdorf
Tel.: +49 (0) 89 / 890597-84
www.proxim.de



sms
eSolutions

sms eSolutions GmbH

Willi-Bleicher-Str. 9
52353 Düren
Tel.: +49 (0) 2421 / 9857-0
www.sms-esolutions.de



QSC AG

Mathias-Brüggen-Str. 55
50829 Köln
Tel.: +49 (0) 221 / 6698-000
www.qsc.de



SAG Kommunikationstechnik GmbH

Rotenburger Str. 24
30659 Hannover
Tel.: +49 (0) 511 / 16991-0
www.sag-kt.de



SCALCOM GmbH

Hauptstr. 12
56599 Leutesdorf
Tel.: +49 (0) 2631 / 9416-0
www.scalcom.de

SCHAFFHAUSEN ITC SOLUTIONS

Schaffhausen ITC Solutions GmbH

Daimlerstr. 17
25337 Elmshorn
Tel.: +49 (0) 4121 / 472945-0
www.schaffhausen.de



SCHUFA HOLDING AG

Kormoranweg 5
65201 Wiesbaden
Tel.: +49 (0) 611 / 927-80
www.schufa.de



SprintLink GmbH

Frankfurt Str. 181A,
63263 Neu-Isenburg
Tel.: +49 (0) 6102 / 2919-101
www.sprint.com



Talkline GmbH & Co. KG

Talkline-Platz 1
25337 Elmshorn
Tel.: +49 (0) 4121 / 4100
www.talkline.de



Telefónica Deutschland GmbH

Georg-Brauchle-Ring 23–25
80992 München
Tel.: +49 (0) 5246 / 801080
www.telefonica.de



telegate AG

Fraunhoferstr. 12a
82152 Martinsried
Tel.: +49 (0) 89 / 8954-0
www.telegate.de



Televersa GmbH

Werkstr. 13
84513 Töging a. Inn
Tel.: +49 (0) 8631 / 186218
www.televersa.com



**TeliaSonera International Carrier
Germany GmbH**

Kleyerstr. 88
60326 Frankfurt/Main
Tel.: +49 (0) 69 / 90734-0
www.teliasonera.com



The Phone House Deutschland GmbH

Münsterstr. 109
48155 Münster
Tel.: +49 (0) 2506 / 922-222
www.phonehouse.de



tekit Consult Bonn GmbH

Alexanderstr. 10
53111 Bonn
Tel.: +49 (0) 228 / 60889-0
www.tekit.de



**tkt teleconsult
Kommunikationstechnik GmbH**

Kuchengrund 8
71522 Backnang
Tel.: +49 (0) 7191 / 3668-0
www.tkt-teleconsult.de



toplink-plannet GmbH

Schönfeldstr. 8
76131 Karlsruhe
Tel.: +49 (0) 721 / 6636-0
www.toplink.de



unternehmen2012

Apianweg 5
85368 Moosburg
Tel.: +49 (0) 8761 / 3345-17
www.unternehmen2012.de



**Telecom Service Deutschland
GmbH & Co. KG**

Waltersweierweg 5
77652 Offenburg
Tel.: +49 (0) 1805 / 0079-55
www.tsd-telecom.de



Versatel AG

Niederkasseler Lohweg 181–183
40547 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 211 / 522831-00
www.versatel.de



Utimaco Safeware AG

Hohemarkstr. 22
61440 Oberursel
Tel.: +49 (0) 6171 / 88-0
www.utimaco.de



Yato Deutschland GmbH

Eupener Str. 161a
50933 Köln
Tel.: +49 (0) 221 / 56077-52
www.yato.ch

➔ **Verbandspublikationen 2007**

- Appell „Breitbandklüft in Deutschland überwinden“ – Maßnahmenpaket für eine schnellstmögliche flächendeckende Versorgung, Deutscher Städte- und Gemeindebund/Deutscher Landkreistag/VATM, Köln, November 2007
- TK-Marktstudie 2007, DIALOG CONSULT/VATM, Köln, Oktober 2007
- Entwicklung der ADSL-Endkunden-Preise im Vergleich zur nachgefragten Bandbreite, wik-Consult/VATM, Bad Honnef, Juni 2007
- VATM-Kernforderungen zum Gesetz zur TKÜ-Neuregelung und zur Einführung der Vorratsdatenspeicherung, Köln, Mai 2007
- VATM-Positionspapier zur effizienten Ausgestaltung einer sektorspezifischen Missbrauchsaufsicht im TKG, Köln, April 2007
- Bewertung des 12. Implementierungsberichts der EU-Kommission, Köln, April 2007
- VATM-Jahrbuch 2006, Berlin, Januar 2007

➔ **Impressum**

Herausgeber

VATM e. V. – Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e. V.
Albrechtstr. 12
10117 Berlin

Tel.: +49 (0) 30 / 505615-38

Fax: +49 (0) 30 / 505615-39

E-Mail: berlin@vatm.de

URL: www.vatm.de

Alle Rechte der Verbreitung des „VATM-Jahrbuch 2007/2008“ liegen beim VATM (Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e. V.). Die Übernahme, Übersetzung oder Vervielfältigung jeder Art (auch in Teilen) bedürfen der Zustimmung des Herausgebers.

Auflage 2007/2008

1.000 Stück

Schutzgebühr

15,00 €

→ Abkürzungsverzeichnis

ADSL	Asymmetric Digital Subscriber Line
ARPU	Average Revenue per User
BA	Bitstream Access
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
BNetzA	Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen
BWA	Broadband Wireless Access
COMPTEL	Competitive Telecommunications Association
DSL	Digital Subscriber Line
DTAG	Deutsche Telekom AG
DVB-S	Digital Video Broadcast-Satellite
DVB-T	Digital Video Broadcast-Terrestrial
ERG	European Regulators Group
GPRS	General Packet Radio Service
GSM	Global System for Mobile Communication
HSDPA	High Speed Downlink Packet Access
IP	Internet Protocol
ISP	Internet Service Provider
IT	Informationstechnologie
MABEZ	Massenverkehr zu bestimmten Zielen
MdB	Mitglied des Deutschen Bundestags
MERNI	Master of European Regulation of Network Industries
MHz	Mega-Hertz
MMS	Multimedia Messaging Service
SMS	Short Message Service
TAL	Teilnehmeranschlussleitung
TK	Telekommunikation
TKG	Telekommunikationsgesetz
TKÜV	Telekommunikations-Überwachungsverordnung
TKV	Telekommunikations-Kundenschutzverordnung
TNB	Teilnehmernetzbetreiber
UMTS	Universal Mobile Telecommunications System
VDSL	Very High Data Rate Digital Subscriber Line
VNB	Verbindungsnetzbetreiber
VNB/SP	Verbindungsnetzbetreiber mit Service-Plattform
VoIP	Voice-over-IP
VPN	Virtual Private Network
WiMAX	Worldwide Interoperability for Microwave Access
WLAN	Wireless Local Area Network
WLL	Wireless Local Loop
WWAN	Wireless Wide Area Network

→ Bildnachweis

Seite	Bildrechte
6, 8, 67 oben, 67 Mitte, 68, 70 oben, 70 Mitte, 83, 84, 85, 86, 87 oben, 88 unten, 91 oben, 91 Mitte, 91 unten, 92 oben, 92 Mitte, 92 unten, 14, 17, 20	VATM EU-Kommission Versatel AG Telefonica Deutschland GmbH envia TEL GmbH euNetworks AG freenet AG EWE TEL GmbH QSC AG Communication Services TELE2 GmbH Filiago GmbH & Co KG Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie Artmann Witte/Fotolia debitel AG Blau Mobilfunk GmbH E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG Kandy Mobile AG Claus-Dieter Scheurle Arne Börnsen NEXT ID GmbH dtms GmbH IN-telegence GmbH & Co. KG telegate AG Stefan Mechnig acoreus AG Alcatel-Lucent Deutschland AG NEXNET GmbH Sal. Oppenheim jr. & Cie. KGaA Spuno/Fotolia NetCologne Gesellschaft für Telekommunikation mbH Dr. Axel Spies Accenture GmbH Deutsche Telekom AG Arcor AG & Co. KG BT (Germany) GmbH & Co. OHG
25, 88 oben	
26, 89 oben	
27	
28	
29 oben	
29 unten, 46	
30	
31	
32	
33	
36	
38, 90 oben	
39	
40	
41	
42	
45	
51, 90 unten	
52	
53	
54	
55	
60	
61	
62 oben	
63	
64	
65	
69	
72 oben, 72 Mitte	
73	
62 unten, 76, 87 unten	
89 unten	

Berlin • Köln • Brüssel

www.vatm.de

Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e. V.
Albrechtstraße 12, 10117 Berlin • Oberländer Ufer 180–182, 50968 Köln • Square Ambiorix 13, B–1000 Brüssel