

Der Telekommunikationsmarkt im Jahr 2008 – fünf Thesen

**Betriebsrätekonferenz Metropolregion Rhein-Neckar
Mannheim, 27.06.2008**

**Michael Schwemmle
Input Consulting GmbH Stuttgart**

Der Telekommunikationsmarkt wächst derzeit und in naher Zukunft nicht mehr – und hat doch Wachstumsperspektiven! Es kommt auf die Sichtweise an ...

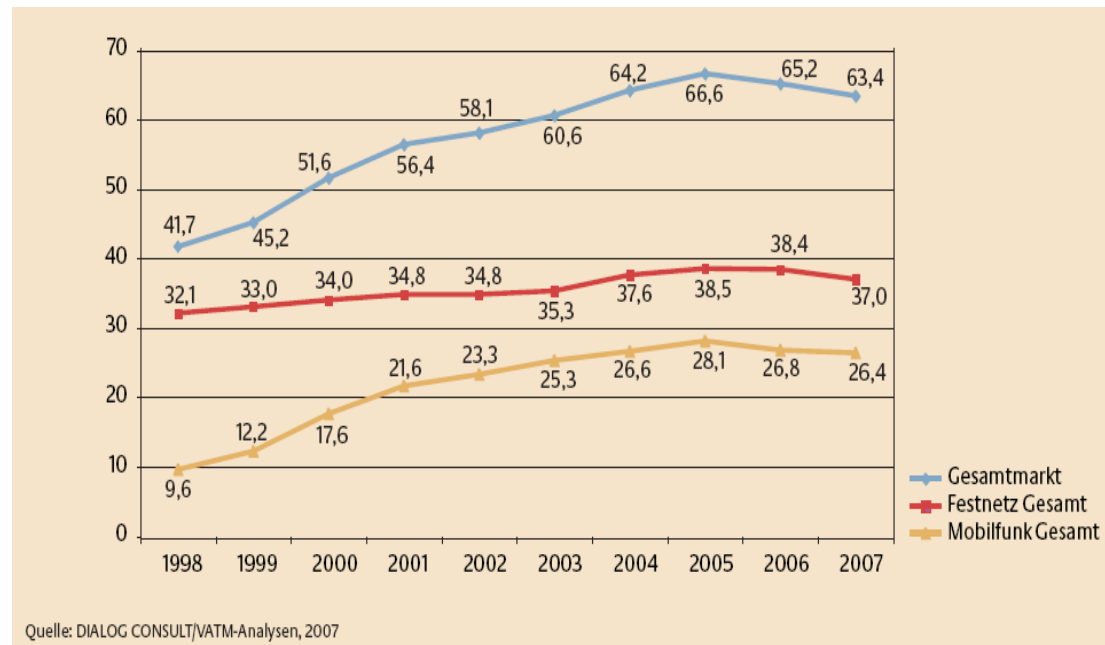
Wachstumsschwächen zeigen sich

- bei einer rein umsatzbezogenen Betrachtung für Deutschland und andere „reife“ Märkte,
- für klassische Ertragsquellen wie das schmalbandige Festnetz oder die Sprachtelefonie und hier
- in besonderem Maße für die Deutsche Telekom und andere „Incumbents“.

zu These 1

In den Jahren 2006/07 waren die Umsätze mit TK-Diensten in Deutschland insgesamt erstmals seit der Liberalisierung rückläufig. 2007 gingen erstmals auch die Umsätze der Wettbewerber der DTAG zurück.

Umsätze mit TK-Diensten in Deutschland 1998-2007

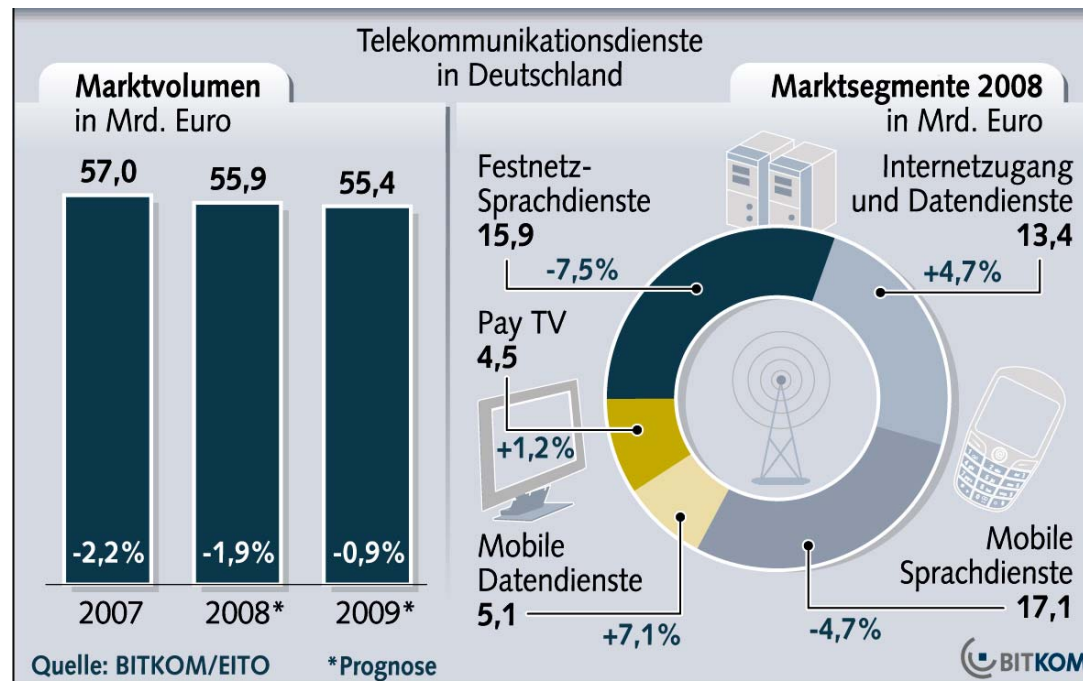


Quelle: BMWi 2008

zu These 1

Auch für die Jahre 2008/09 wird dem deutschen Telekommunikationsmarkt per saldo ein Minuswachstum prognostiziert (BITKOM).

Umsätze mit TK-Diensten in Deutschland 2007-2009



Quelle: BITKOM 2008

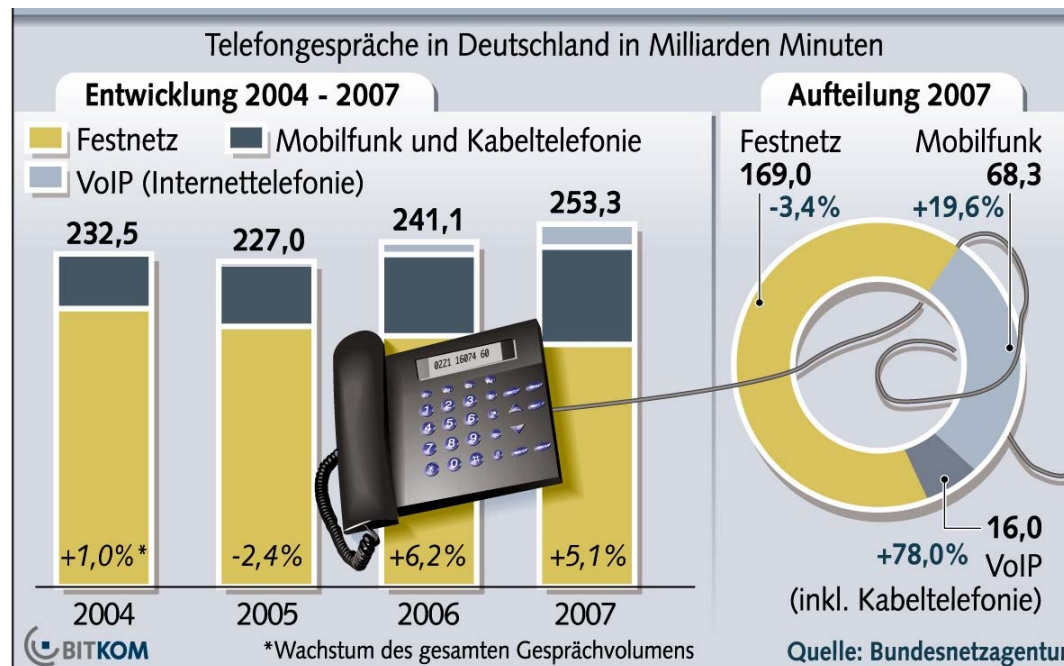
Wachstumsperspektiven sind dagegen erkennbar

- bei einer mengenbezogenen Betrachtung (z.B. Verbindungsminuten, Datenvolumen) generell – auch für Deutschland und andere „reife“ Märkte,
- in besonderem Maße für bestimmte Marktsegmente, namentlich Breitbandanschlüsse und mobile Datendienste,
- gleichfalls in besonderem Maße für die Märkte in Entwicklungs- und Schwellenländern, vor allem für die sog. BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China).

zu These 1

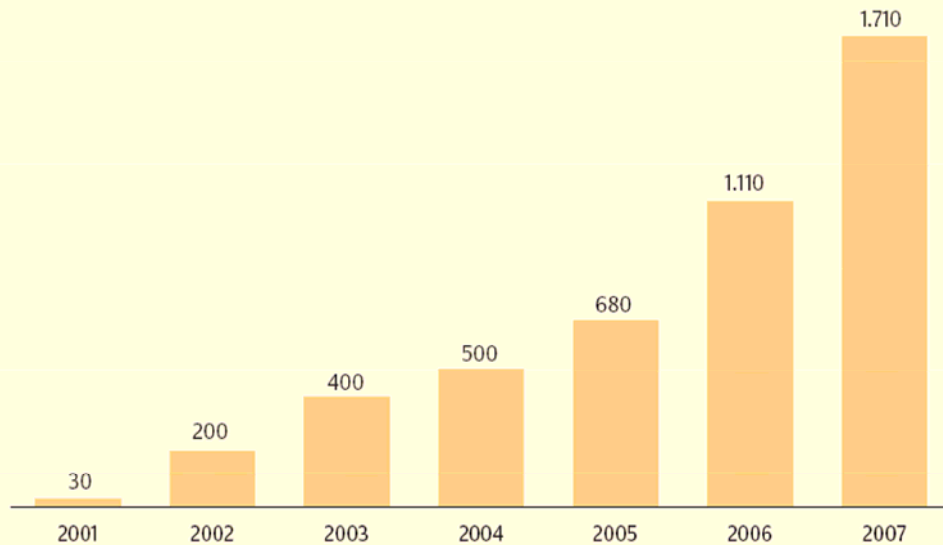
Ein Beleg für anhaltendes Mengenwachstum: Die Summe der Telefonverbindungsminuten ist in Deutschland 2007 um 5,1% gestiegen und hat einen Rekordwert erreicht.

Telefonverbindungsminuten in D 2004-2007



zu These 1

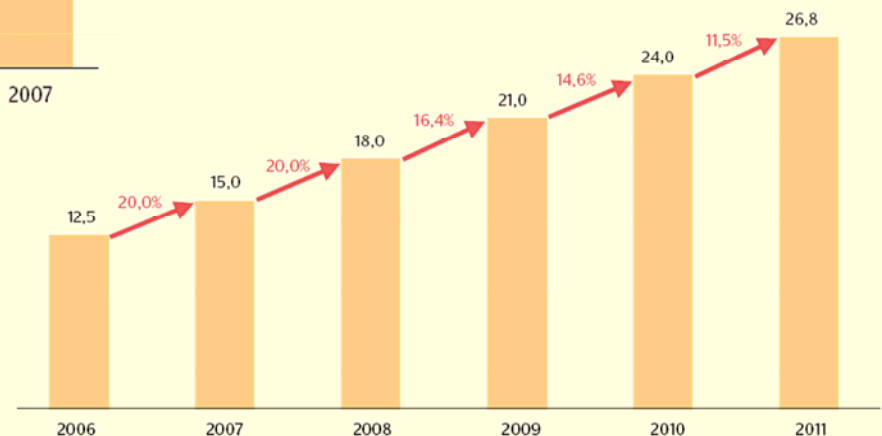
Datenvolumen Breitband-Internet in D 2001-2007 (in Mio. GByte)



Quelle: Bundesnetzagentur, 2007

Rasanten Wachstum ist auch im Marktsegment Breitband zu verzeichnen

Breitbandanschlüsse in D 2006-2011 (in Mio.)



Quelle: PricewaterhouseCoopers (PwC) und Wilkofsky Gruen Associates, Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) und Spanish National Institute 2007

Quelle: jeweils BMWi 2008

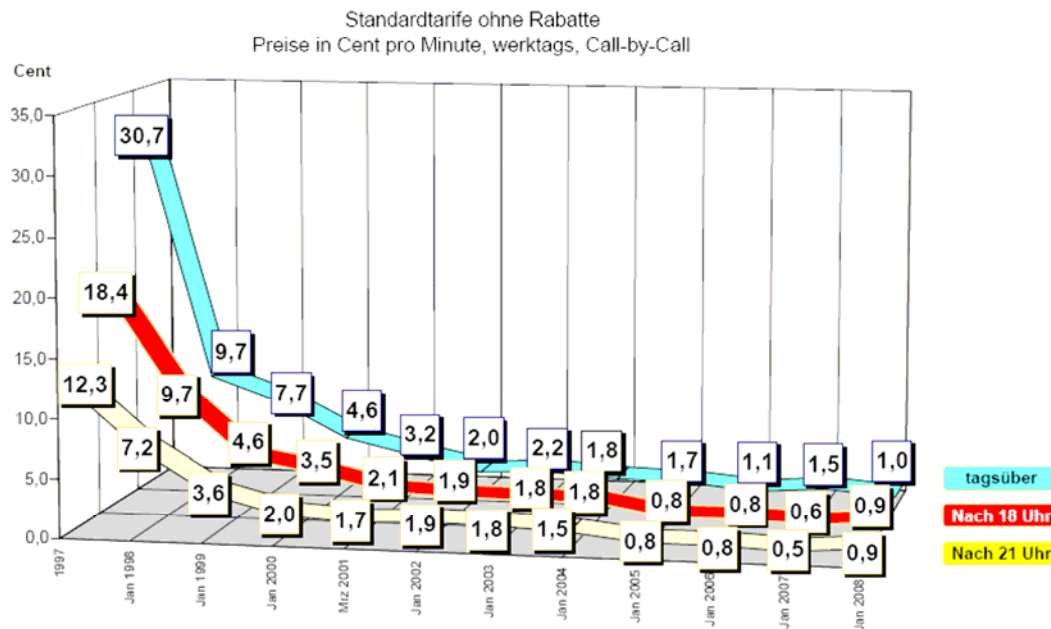
Die aktuellen Schwächen im Umsatzwachstum sind vor allem Folge eines durch Regulierung forcierten, tendenziell ruinösen „Hyperwettbewerbs“. Auf überbesetzten Märkten ist eine Konsolidierung mittlerweile unumgänglich – und nun wohl auch in Gang gekommen.

Der Wettbewerb wird national und im europäischen Rahmen stark forciert durch eine Regulierungspolitik, welche

- asymmetrisch zu Lasten von „Incumbents“ wie die DTAG wirkt,
- trotz hoher Wettbewerbsintensität nicht substantiell zurückgefahren wird,
- zunehmend auch den Mobilfunk in den Griff nimmt,
- Investitions-, Innovations- und Beschäftigungsziele strukturell vernachlässigt und
- sich primär dem Interesse der Konsumenten an niedrigen Preisen verpflichtet sieht.

zu These 2

Resultat des „Hyperwettbewerbs“ ist ein Preisverfall, der das Mengenwachstum überkompensiert und sinkende Umsätze nach sich zieht.



„Mobiltelefonieren im Jahr 2006 um 10,7% billiger als 2005.“ (Statistisches Bundesamt, 08.01.2007)

„Internet-Nutzung im Jahr 2007 um 5,3% billiger als 2006.“ (Statistisches Bundesamt, 04.01.2008)

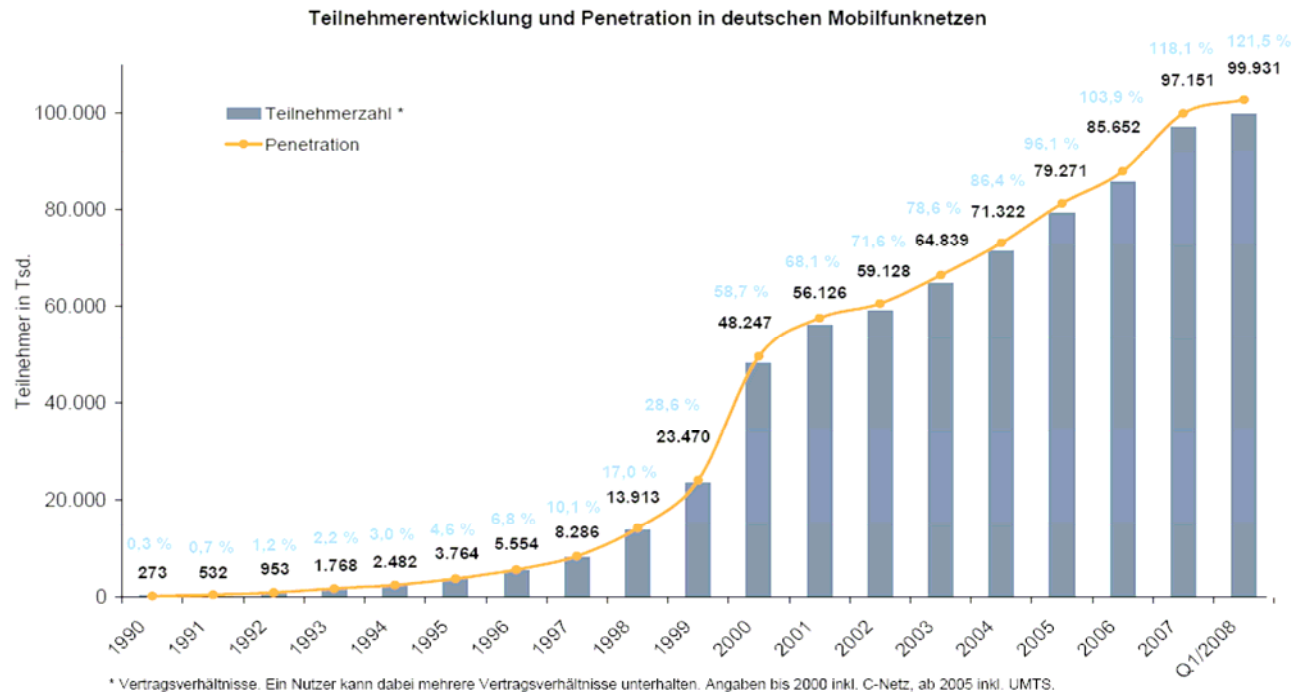
zu These 2

- Der Markt ist – vor allem in Europa – erkennbar überbesetzt. In Deutschland allein gibt es derzeit 370 Breitbandanbieter (BMWi 2008) und 86 Anbieter von Mobilfunkdiensten (teltarif.de 2008).
- Die Branche steht am Beginn einer neuen Konsolidierungswelle, ausgelöst durch das Streben nach Synergien, Größenvorteilen und neuem, „anorganischem“ Wachstum.
- Einer Prognose von Arthur D. Little zufolge wird die Zahl der TK-Netzbetreiber je europäischem Land von 7 auf 4 fallen.
- Die TK-Konzerne stehen an einer Wegscheide: Konsolidieren oder konsolidiert werden?

Die Wachstumsschwächen sind auch bedingt durch partielle Sättigungserscheinungen. Statt um die Steigerung von Anschlusszahlen geht es künftig verstärkt um die Steigerung des Nutzungsgrades. Dies zwingt die TK-Konzerne zu Innovationen in neue Dienste, zu Kooperationen und zu besserem Service.

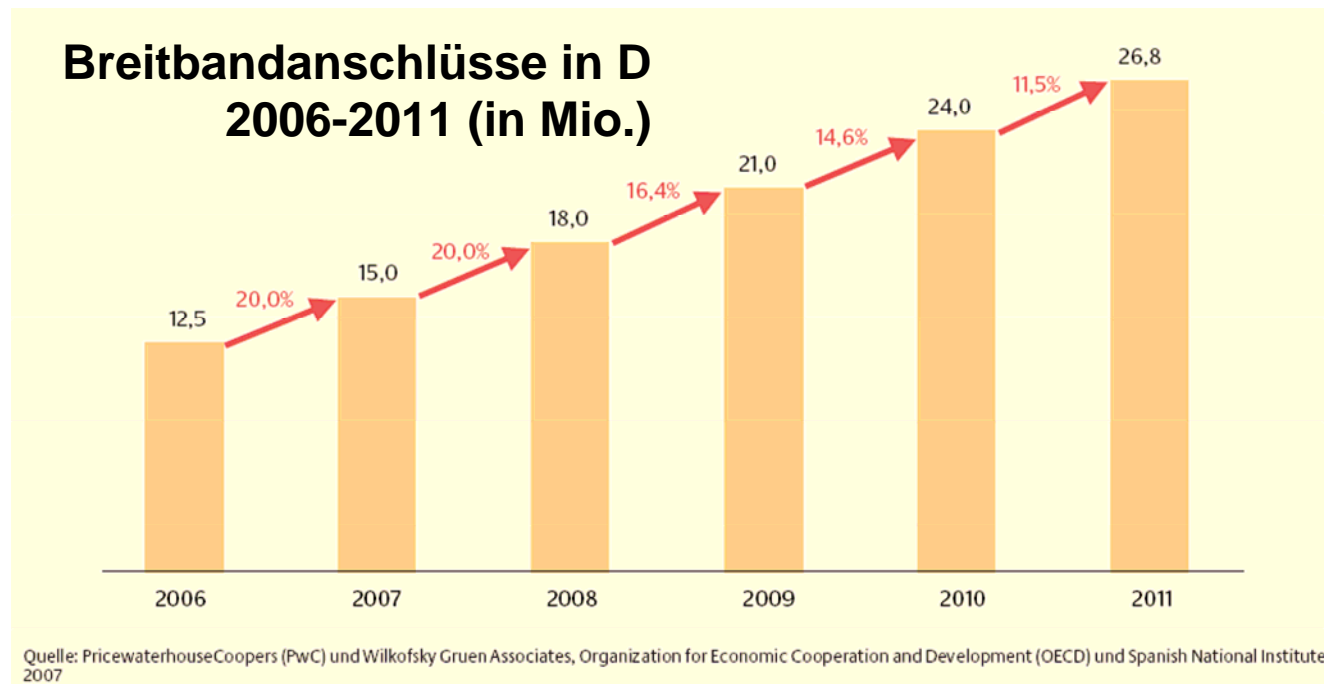
zu These 3

Eine Marktsättigung zeichnet sich z.B. bei Mobilfunkanschlüssen ab. In Deutschland kommen heute 121 Mobilfunkverträge auf 100 Einwohner.



zu These 3

Auch bei Breitbandanschlüssen sind Grenzen des Wachstums in den Blick geraten. Derzeit gibt es in Deutschland ca. 27 Mio. Haushalte mit PC und Laptop.



Quelle: BMWi 2008

zu These 3

- Eine Erhöhung der Nutzungsintensität ermöglicht auch bei stagnierenden Anschlusszahlen Wachstum. Hier gibt es fraglos noch Spielräume. Ein Beispiel:
 - Schweden 2006: 117 Mobilfunkminuten, 263 Festnetzminuten pro Kunde und Monat.
 - Deutschland 2006: 58 Mobilfunkminuten, 233 Festnetzminuten pro Kunde und Monat.
- Als Wachstumstreiber der Zukunft gelten vor allem breitbandige Anwendungen im Festnetz und mobile Datendienste. Allerdings ist derzeit noch nicht die erhoffte „Killerapplikation“ auszumachen: Web 2.0? IPTV? Handy-TV? Location based services?

zu These 3

- „Für den Datentransport zahlen Kunden weiter, allerdings meist nur eine pauschale Flatrate. Deshalb sind unsere Wachstumsphantasien da begrenzt. Mehr Geld verdienen können wir durch den Verkauf von neuen Diensten. Bei diesen Diensten hat unsere Branche ... bisher versagt.“ (Thorsten Dirks – E-Plus, Süddeutsche Zeitung 03.05.2008)
- Um die vorhandenen Wachstumspotenziale zu erschließen, müssen die TK-Konzerne in Innovation investieren, sich mit neuen „Playern“ am Markt – Google, Apple, Nokia u.a. – arbeitsteilig arrangieren und neue Geschäftsmodelle kreieren.

zu These 3

- Neue, komplexere und erklärungsbedürftige Anwendungen machen eine intensivere Beratung der Kunden und mehr qualifizierten Service erforderlich. „Geiz ist geil! war gestern. Heute gilt: Service ist sexy!“ (FTD 30.04.2008)
- Hier gibt es offensichtlich erheblichen Nachholbedarf: „Eine Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität zeigt große Defizite beim Service von DSL-Anbietern.“ (Süddeutsche Zeitung 24.06.2008)
- „Das Wachstum kommt zurück. Damit wir dann durchstarten können, investieren wir massiv in den Vertrieb, zum Beispiel in verbesserte Shops und Beratung.“ (Friedrich Jousen – Vodafone D, Focus 03.03.2008)

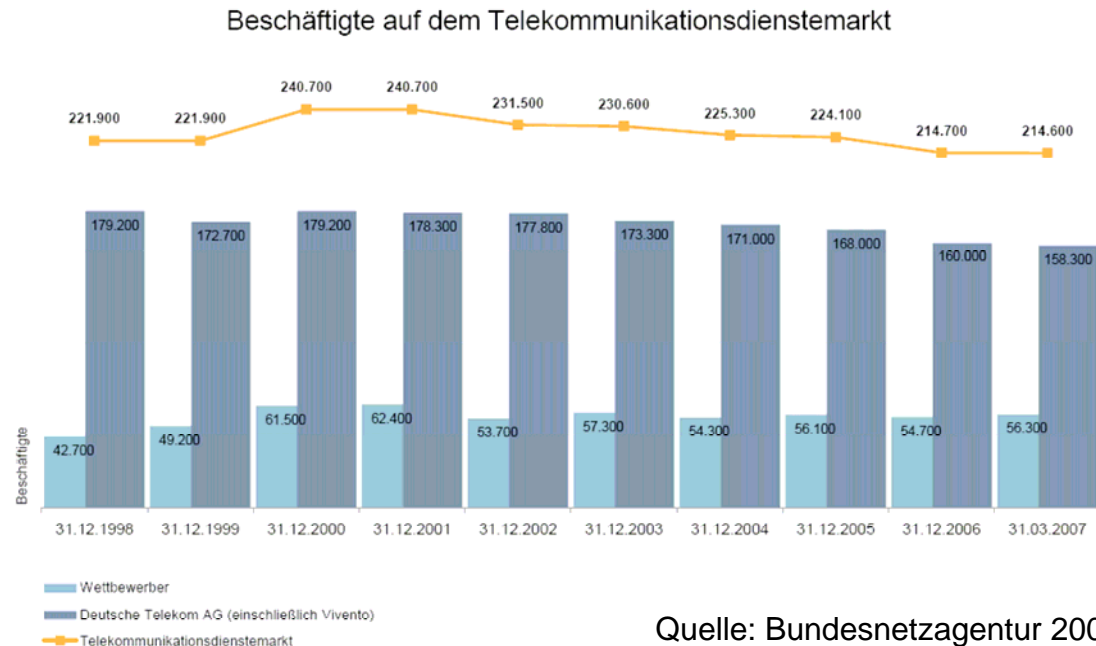
Unter dem Druck von Wettbewerb und Kapitalmarkt haben sich TK-Konzerne wie die DTAG in eine Sackgasse manövriert: Rigide Kostensenkungsstrategien und die vorrangige Orientierung am Shareholder-Value behindern die notwendige Wachstums- und Innovationsoffensive. Diese Selbstblockade gilt es zu überwinden.

Der TK-Markt ist zum Tummelfeld kurzfristig orientierter Anleger mit überdurchschnittlichen Renditezielen geworden. Exemplarisch hierfür ist der Shareholder-Value-Kurs der DTAG seit Einstieg des Finanzinvestors Blackstone:

- Die DTAG ist 2008 – zum wiederholten Male – „beste“ Dividendenzahlerin aller Dax-Unternehmen. Die Dividende steigt um 8,3%, die Ausschüttungssumme von 3,1 Mrd. auf 3,4 Mrd. € – das Sechsfache des erzielten Reingewinns.
- „Wer langfristig denkt, fährt mit der Telekom und ihrer Dividendenpolitik schlecht. Denn das Geld für zukunftssträchtige Investitionen fehlt. Sie müssen zurückstehen, um künftige Ausschüttungen zu finanzieren.“ (Handelsblatt, 29.02.2008)

zu These 4

Viele TK-Konzerne – auch die DTAG – suchen ihr Heil in Kostensenkungsstrategien, vor allem in puncto Personalkosten. Der seit 2000 anhaltende Abwärtstrend in der TK-Beschäftigung in Deutschland dürfte sich auch deshalb fortsetzen.



zu These 4

- In der Konsequenz gerät auch die Qualität der Beschäftigung in der Branche unter massiven Druck – durch Strategien der Separierung und Auslagerung, des Lohn- und Sozialdumpings, der Entsicherung und Prekarisierung, der Tarif- und Mitbestimmungsflucht.
- In einem Klima der Verunsicherung und Demotivierung kann keine Innovation entstehen: „Wer Angst hat, der ist verloren und gelähmt. Der macht keine Fehler, weil er gar nichts macht.“ (Dietmar Hopp, FTD vom 11.04.08)
- Der Kampf um die Sicherung von Arbeitsplätzen und Konditionen, um „Gute Arbeit“ kann ein wichtiger Beitrag zur Überwindung der Wachstumsblockaden sein.

Die Überwindung der aktuellen Wachstumsblockaden erfordert zudem ein verändertes industriepolitisches und ökonomisches Arrangement. Zentrale Elemente wären:

- **Die Konsolidierung der Branche,**
- **die Reduzierung und Reorientierung der Regulierung und**
- **die „Bändigung“ der Kapitalmärkte.**