



Dialog Consult / VATM

# 16. TK-Marktanalyse Deutschland 2014

Ergebnisse einer Befragung der Mitgliedsunternehmen  
im Verband der Anbieter von Telekommunikations- und  
Mehrwertdiensten e. V. im dritten Quartal 2014

## Inhalt

### Kapitel I.

#### Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste

	Seite
Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste.....	4
Teilmärkte für Telekommunikationsdienste Festnetz und Mobilfunk.....	5
Entwicklung des Gesamtmarktes für Telekommunikationsdienste .....	6
Anteil der Großhandelsumsätze der Telekom Deutschland an deren Festnetzumsätzen.....	7
Investitionen in Telekommunikations-Sachanlagen .....	8
Mitarbeiterzahlen der Telekom Deutschland und von Wettbewerbsunternehmen.....	9

### Kapitel II.

#### Festnetzmarkt

Gesamtmarkt Wettbewerber Sprachdienste aus Festnetzen nach Verbindungsminuten .....	11
Sprachminuten mittels Verbindungsnetzbetreiberauswahl pro Telekom-Festnetzanschluss ohne Flatrate-Tarif.....	12
Entwicklung der Anzahl der Sprachtelefonanschlüsse in Telekommunikationsfestnetzen.....	13
Verteilung der Basistechnologien für Sprachanschlüsse bei der Telekom Deutschland und TK-Wettbewerbsunternehmen 2014.....	14
Direkt geschaltete Breitband-Anschlüsse.....	15
Marktanteile Telekom Deutschland und TK-Wettbewerbs- unternehmen bei DSL- und FTTB/H-Breitbandanschlüssen auf unterschiedlichen Wertschöpfungsstufen Ende 2014.....	16
Breitband-Kunden nach Unternehmen .....	17

Per Glasfaser (Fiber-To-The-Building/-Home, FTTB/H) erreichbare und nachfragende Haushalte.....	18
Verteilung der DSL- und FTTB/H-Anschlüsse nach Downstream-Bandbreite .....	19
Volumenentwicklung Breitband-Internet-Verkehr Festnetz .....	20
Verteilung des durchschnittlichen monatlichen Datenvolumens bei DSL- und FTTB/H-Anschlüssen 2014.....	21

### Kapitel III.

#### Mobilfunkmarkt

Von Festnetz- und Mobilfunkanschlüssen abgehende Sprachverbindungsminuten .....	23
Zahl der aktivierten SIM-Karten am Jahresende nach Mobilfunknetzbetreibern .....	24
Mobilfunkumsätze nach Netzbetreibern und Service Providern....	25
Non-Voice-Diensteumsätze im Mobilfunk .....	26
Volumenentwicklung Datenverkehr aus Mobilfunknetzen .....	27
Verteilung des durchschnittlichen monatlichen Datenvolumens bei Postpaid-Mobilfunkanschlüssen .....	28
SMS-Nutzung in Mobilfunknetzen.....	29

### Kapitel IV.

#### Markt für Mehrwertdienste

Wettbewerber-Minuten mit Servicenummern nach Nummerntyp.....	31
Umsatz mit Servicenummern .....	32

*Kapitel I.*

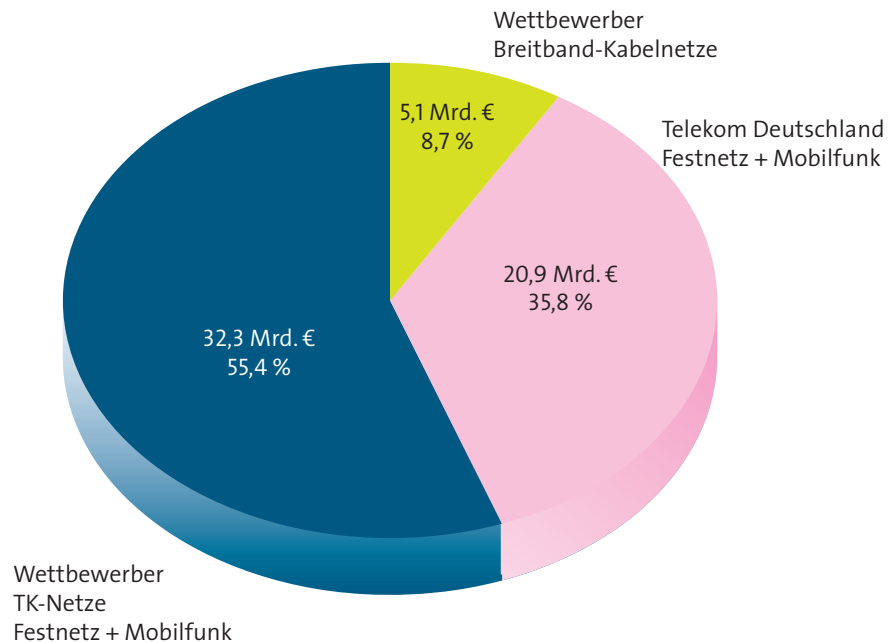
# Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste

# 2014 werden mit Telekommunikationsdiensten in Deutschland rund 58,3 Milliarden Euro umgesetzt – Hiervon entfallen etwa 43 Prozent auf den Mobilfunk

Abb. 1: Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste<sup>a</sup>  
(Schätzung für 2014, Außenumsätze inkl. TV-Signaltransport)

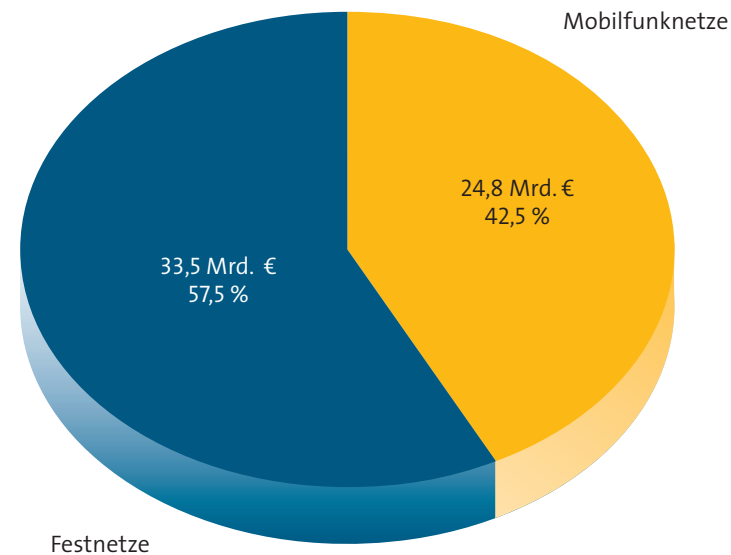


## Gesamtmarkt nach Wettbewerbsgruppen



100 % = 58,3 Mrd. €

## Gesamtmarkt nach Netzart



100 % = 58,3 Mrd. €

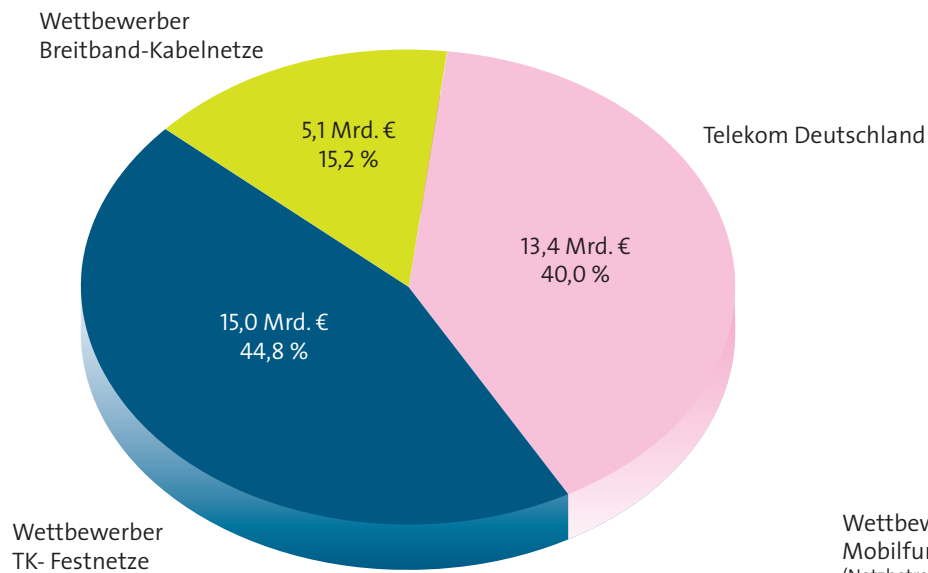
a) Inkl. Sprach- und Internetdienste, Datendienste, Interconnection, Mietleitungen, Endgeräte und Verteilung von TV-Inhalten.

## Im Teilmarkt für Festnetze erreichen 2014 sämtliche Telekom-Wettbewerber zusammen einen Umsatzmarktanteil von 60 Prozent

Abb. 2: Teilmärkte für Telekommunikationsdienste<sup>a</sup> Festnetz und Mobilfunk (Schätzung für 2014, Außenumsätze inkl. TV-Signaltransport)

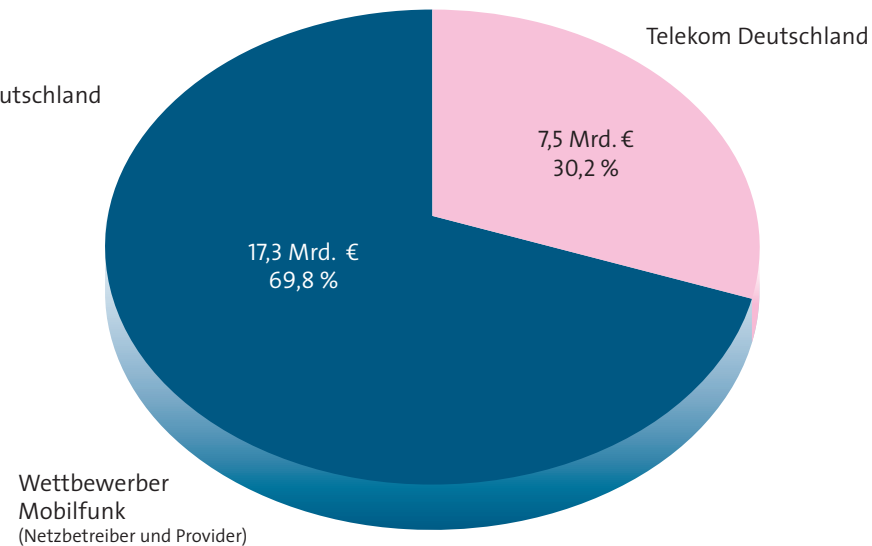


### Teilmarkt Festnetze



100 % = 33,5 Mrd. €

### Teilmarkt Mobilfunknetze



100 % = 24,8 Mrd. €

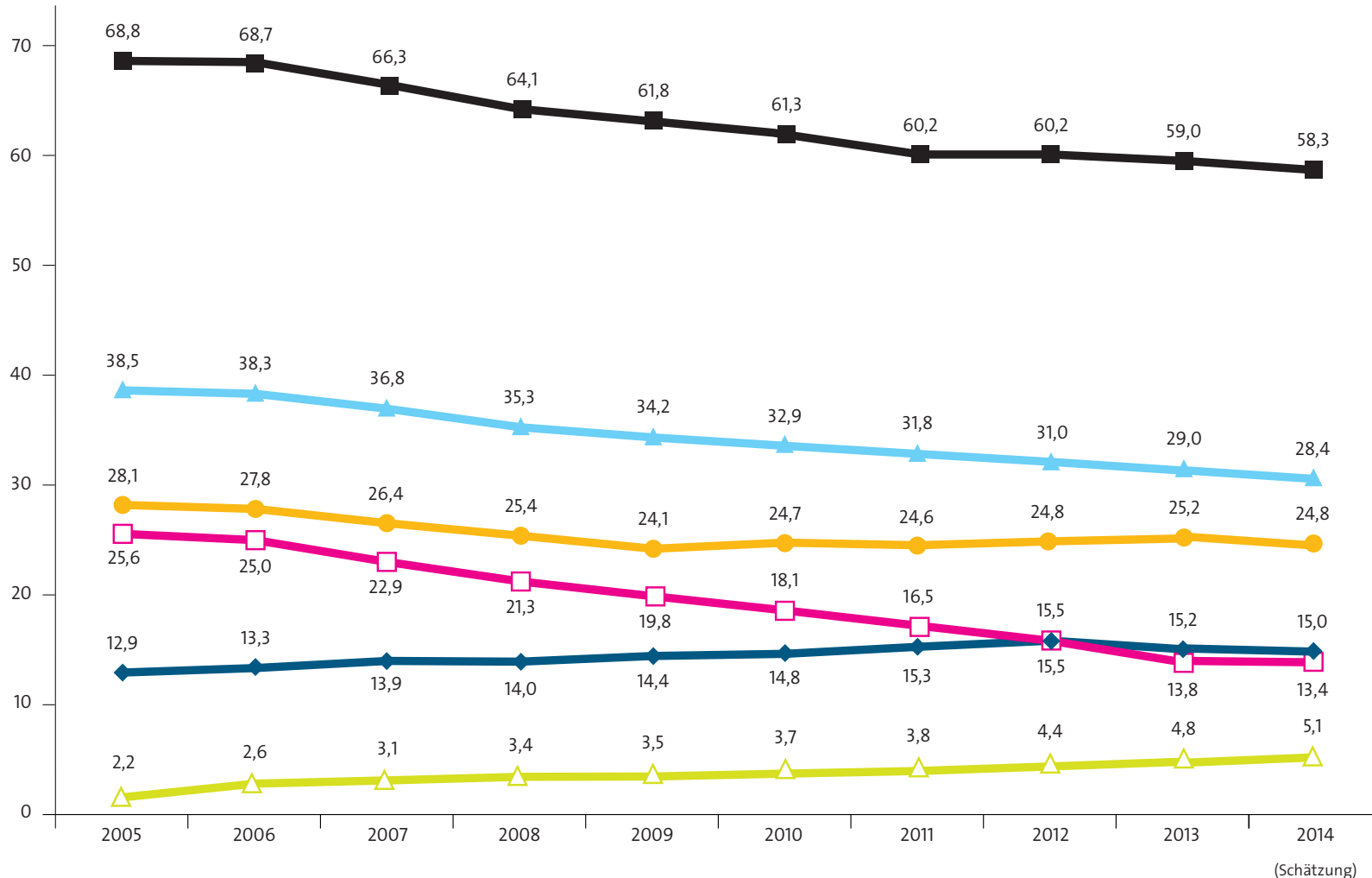
**Gesamtmarkt 58,3 Mrd. €**

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



# In einem leicht rückläufigen Gesamtmarkt (-1,2 Prozent zum Vorjahr) wachsen die mit Breitbandkabel erwirtschafteten Umsätze gegen den Trend

Abb. 3: Entwicklung des Gesamtmarktes für Telekommunikationsdienste<sup>a</sup>  
(Außenumsätze inkl. TV-Signaltransport in Mrd. €)



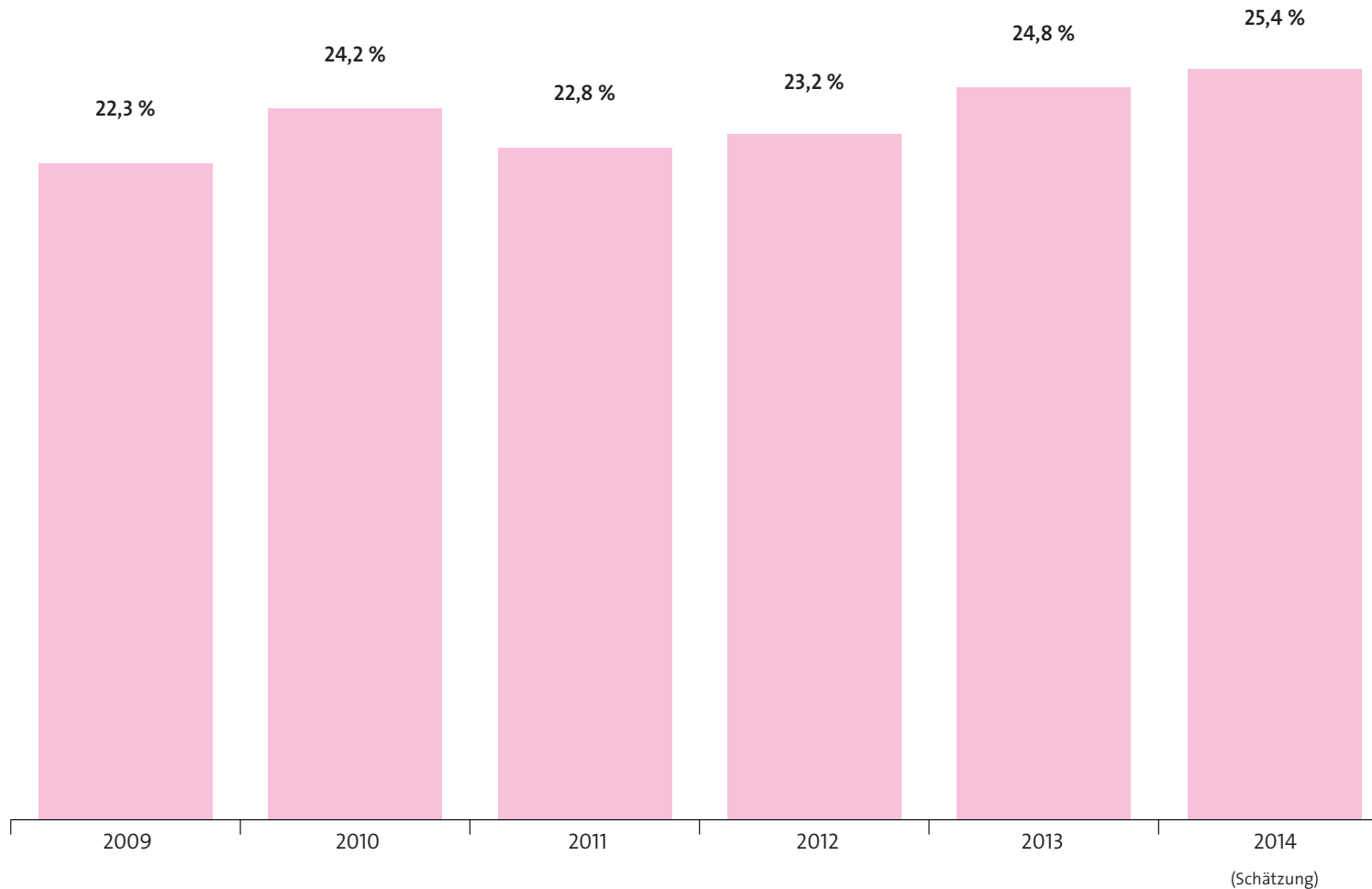
- Gesamtmarkt
- ▲ TK-Festnetz Gesamt
- Mobilfunk
- ◆ TK-Festnetz Wettbewerber
- TK-Festnetz Telekom
- △ Breitbandkabelnetz

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



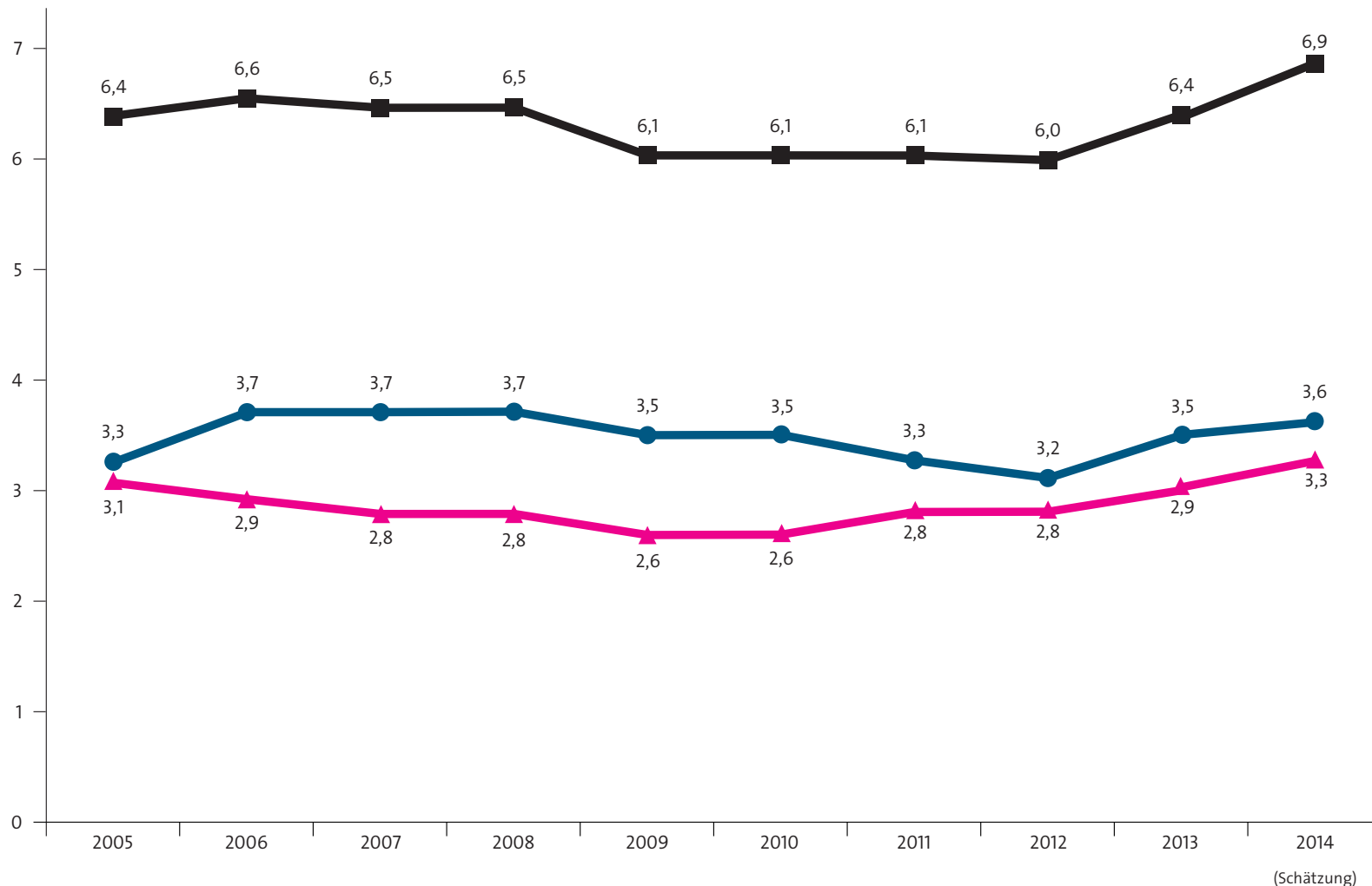
## Telekom Deutschland baut den Anteil der Festnetzumsätze, die sie mit ihren Wettbewerbern erzielt (Großhandelsumsätze), 2014 weiter aus

Abb. 4: Anteil der Großhandelsumsätze der Telekom Deutschland an deren Festnetzumsätzen



# Auch 2014 überflügeln die Wettbewerber die Telekom Deutschland bei den Investitionen in Sachanlagen

Abb. 5: Investitionen in Telekommunikations-Sachanlagen in Mrd. €



- Investitionen Gesamt<sup>a</sup>
- Wettbewerber
- ▲— Deutsche Telekom

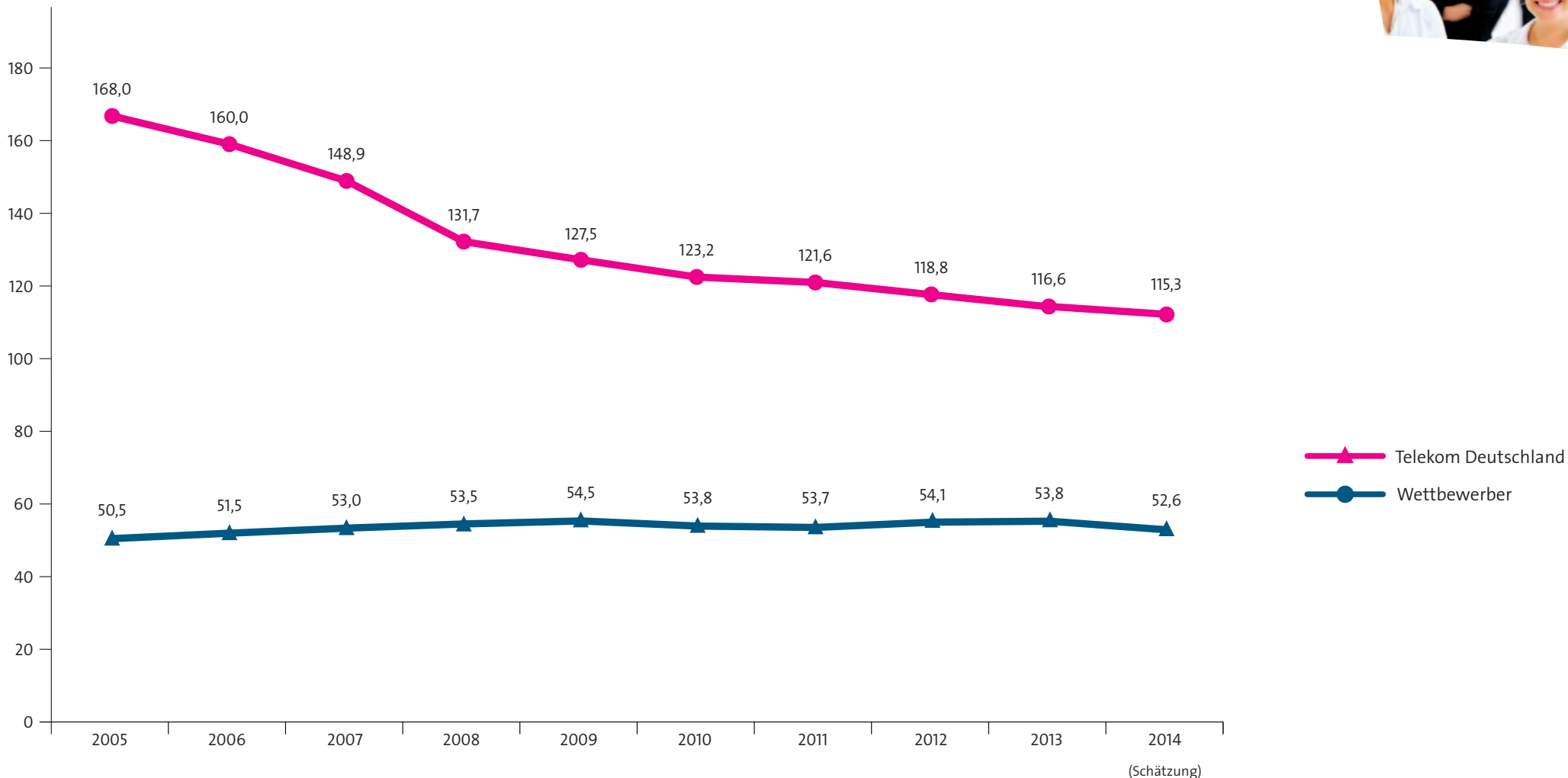
a) Inkl. Investitionen in TV-Breitbandkabelnetze zum Angebot von TK-Diensten.





# Als Reaktion auf fehlende Umsatzzuwächse schrumpft 2014 bei den Anbietern von Telekommunikationsdiensten erneut deren Mitarbeiterzahl

Abb. 6: Mitarbeiterzahlen der Telekom Deutschland und von Wettbewerbsunternehmen in Tsd. Vollzeitäquivalente

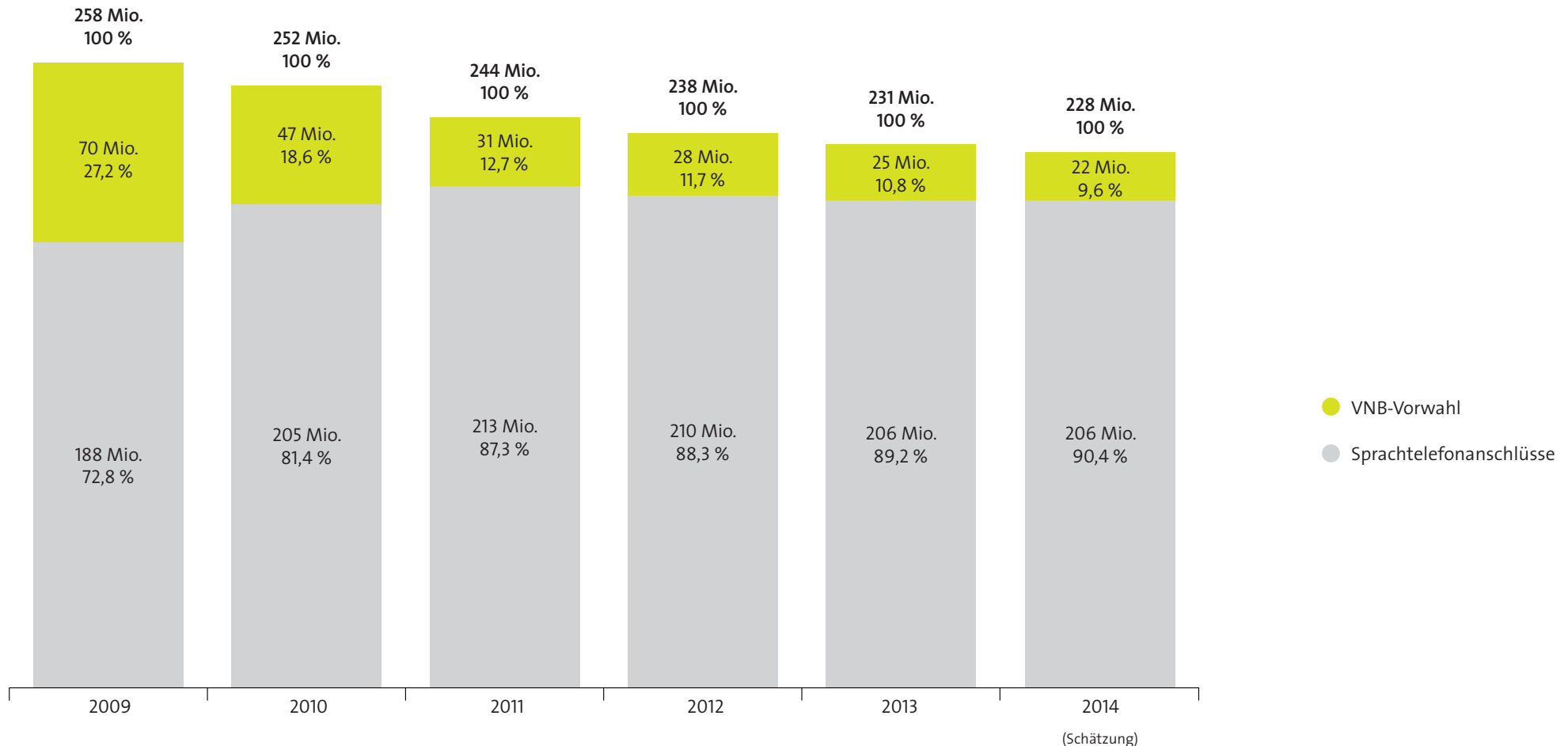


*Kapitel II.*

# Festnetzmarkt

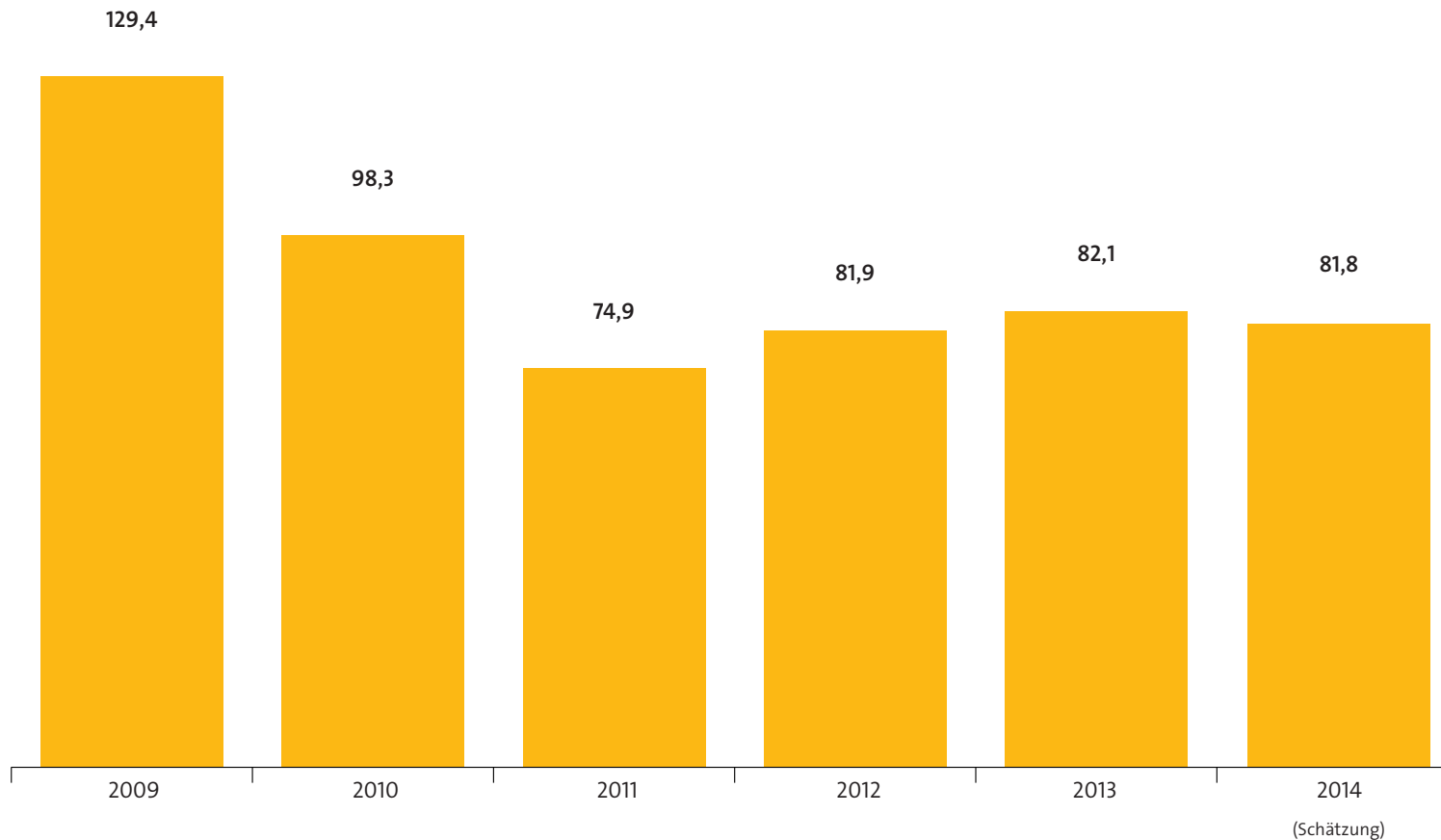
## Auf Call-by-Call/Preselection entfallen immer noch circa 10 Prozent des Minutenvolumens bei den Wettbewerbern

Abb. 7: Gesamtmarkt Wettbewerber Sprachdienste aus Festnetzen nach Verbindungsminuten  
(Gesamtmarkt inkl. Orts-, Nah-, Fern-, Auslands- und Mobilfunkverbindungen; in Mio. Minuten pro Tag)



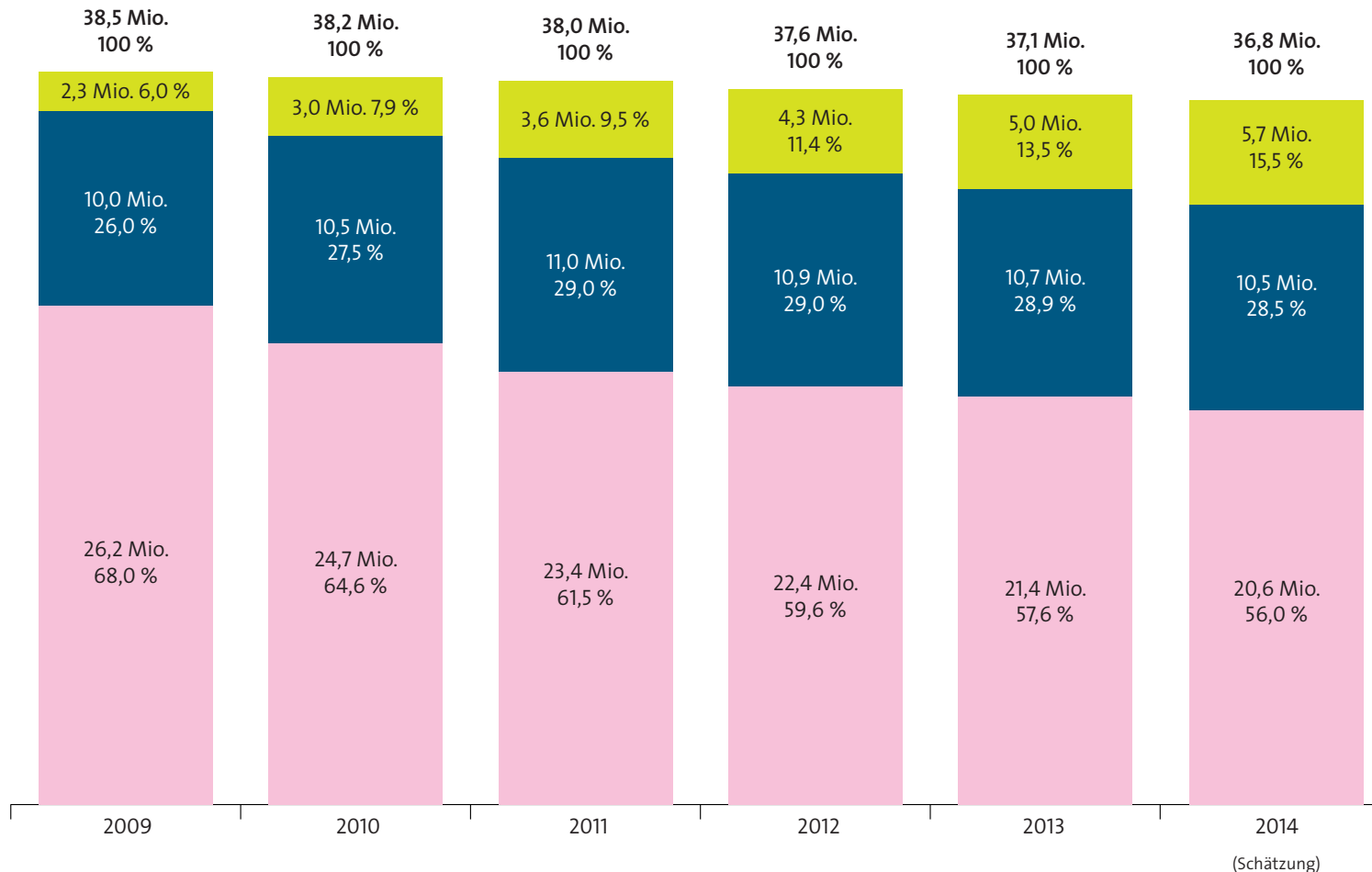
## Das über Verbindungsnetzbetreiber (Call-by-Call; Preselection) abgewickelte Verkehrsvolumen bleibt 2014 bei etwa 82 Minuten pro Monat und Festnetzanschluss ohne Flatrate von Telekom Deutschland stabil

Abb. 8: Sprachminuten mittels Verbindungsnetzbetreiberauswahl pro Telekom-Festnetzanschluss ohne Flatrate-Tarif (Gesamtmarkt inkl. Orts-, Nah-, Fern-, Auslands- und Mobilfunkverbindungen; in Minuten pro Monat)



## Bei den stationären Sprachtelefonanschlüssen gewinnen Kabelnetzbetreiber 2014 auf Kosten der übrigen Wettbewerbergruppen weiter Marktanteile hinzu

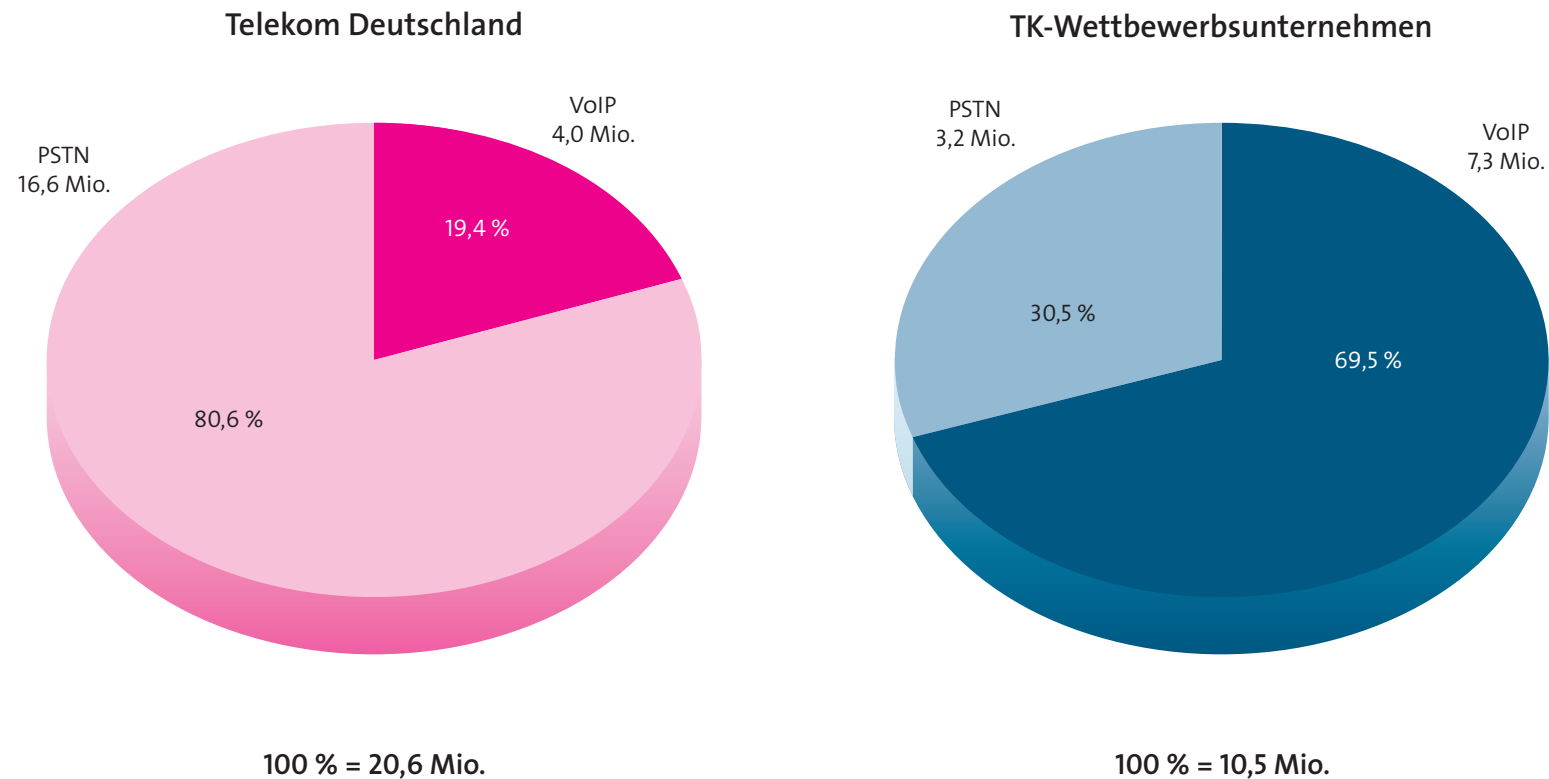
Abb. 9: Entwicklung der Anzahl der Sprachtelefonanschlüsse in Telekommunikationsfestnetzen (inkl. PSTN-, ISDN-, VoIP- und DOCSIS-Anschlüssen)



- Kabelnetzbetreiber
- Wettbewerber TK
- Telekom Deutschland

## Bei den Wettbewerbern werden Ende 2014 rund 70 Prozent der Sprachanschlüsse über IP-Technik realisiert. Die Telekom muss bei einer kompletten Umstellung auf VoIP noch 16,6 Millionen Kunden migrieren

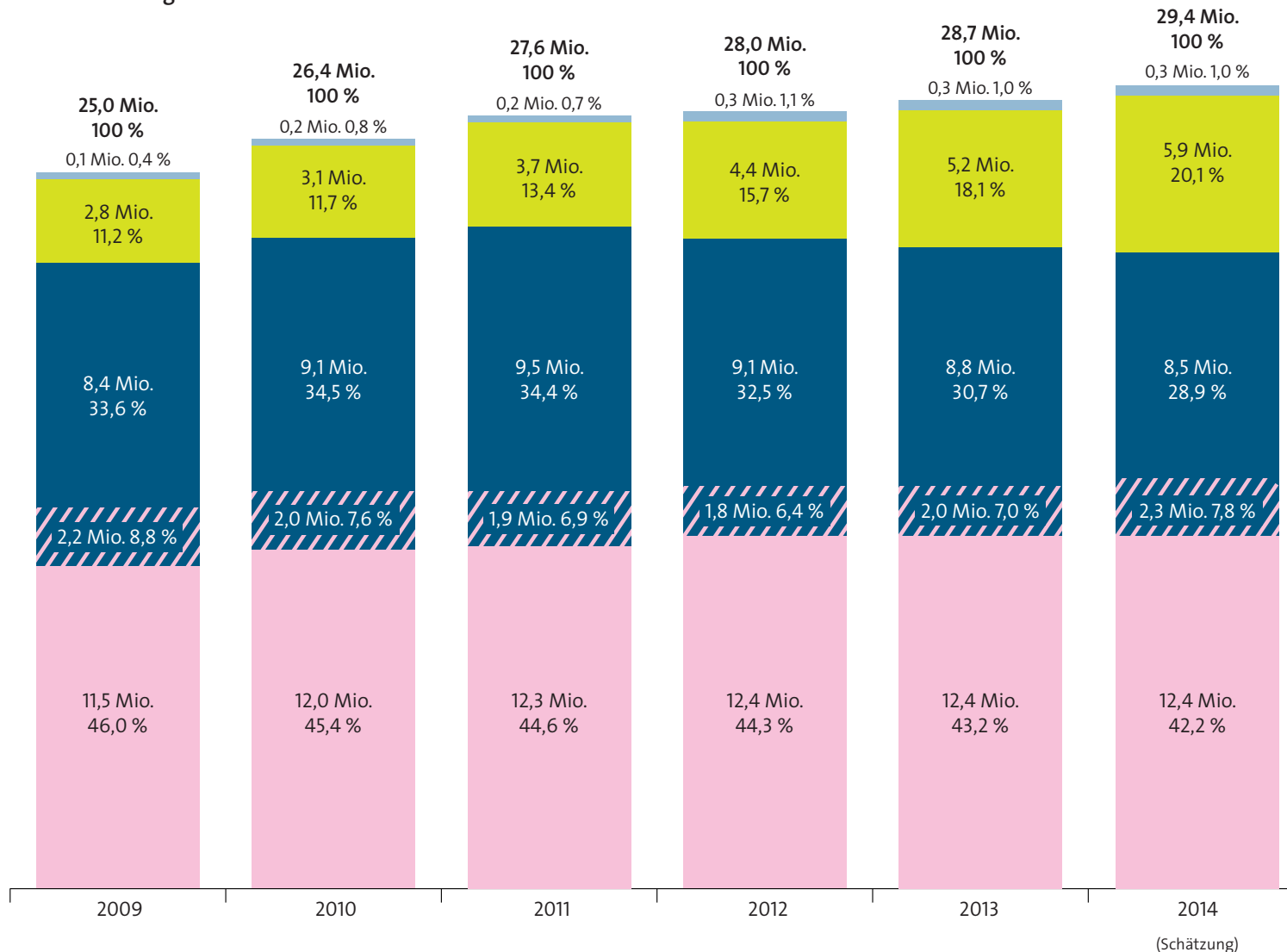
Abb. 10: Verteilung der Basistechnologien für Sprachanschlüsse bei der Telekom Deutschland und TK-Wettbewerbsunternehmen 2014 (Schätzung)





# Wie auch im Vorjahr steigt die Zahl der Breitbandanschlüsse in Festnetzen um 0,7 Millionen – Telekom Deutschland steigert dabei seine Anschlüsse auf Resale-Basis um 0,3 Millionen

Abb. 11: Direkt geschaltete Breitband-Anschlüsse<sup>a</sup>



- FTTB/H
- Kabelnetzbetreiber
- DSL Alternativer ANB<sup>b</sup>
- DSL Telekom Resale<sup>c</sup>
- DSL Telekom Direkt

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

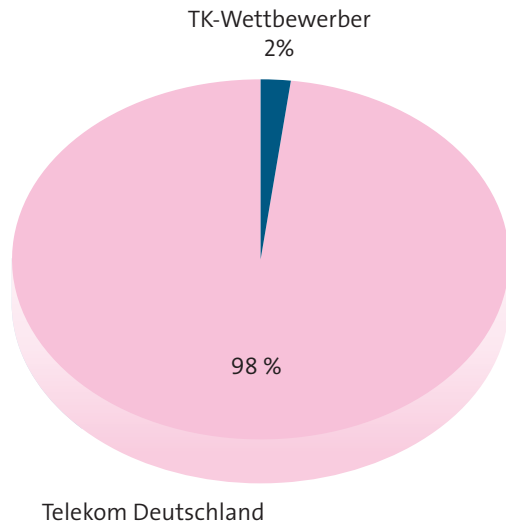


## Bei stationären Breitbandanschlüssen, die nicht auf Kabelnetze zurückgreifen, dominiert Telekom Deutschland Ende 2014 noch immer den Markt

Abb. 12: Marktanteile Telekom Deutschland und TK-Wettbewerbsunternehmen bei DSL- und FTTB/H-Breitbandanschlüssen auf unterschiedlichen Wertschöpfungsstufen Ende 2014<sup>a</sup>

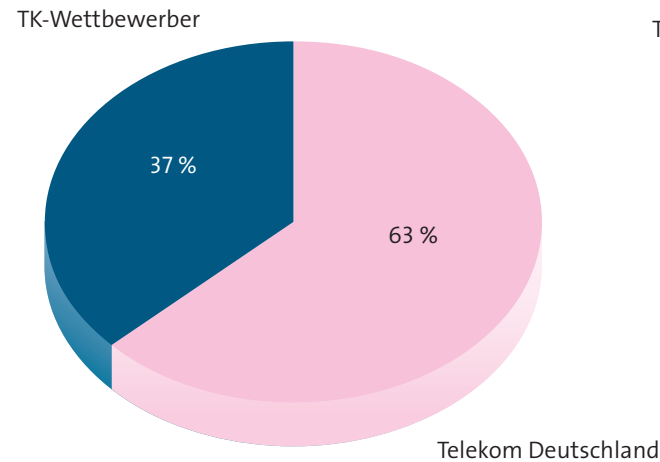


### Eigentümer-Anschlussleitung<sup>b</sup>



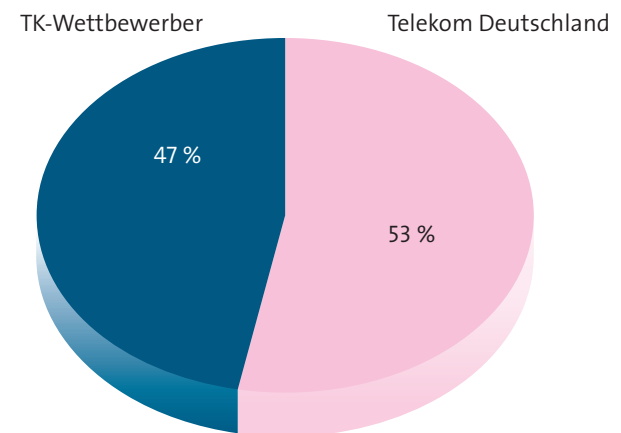
100 % = 23,5 Mio.

### Eigener oder über TAL-Anmietung realisierter technischer Anschluss<sup>c</sup>



100 % = 23,5 Mio.

### Kundenbeziehung<sup>d</sup>

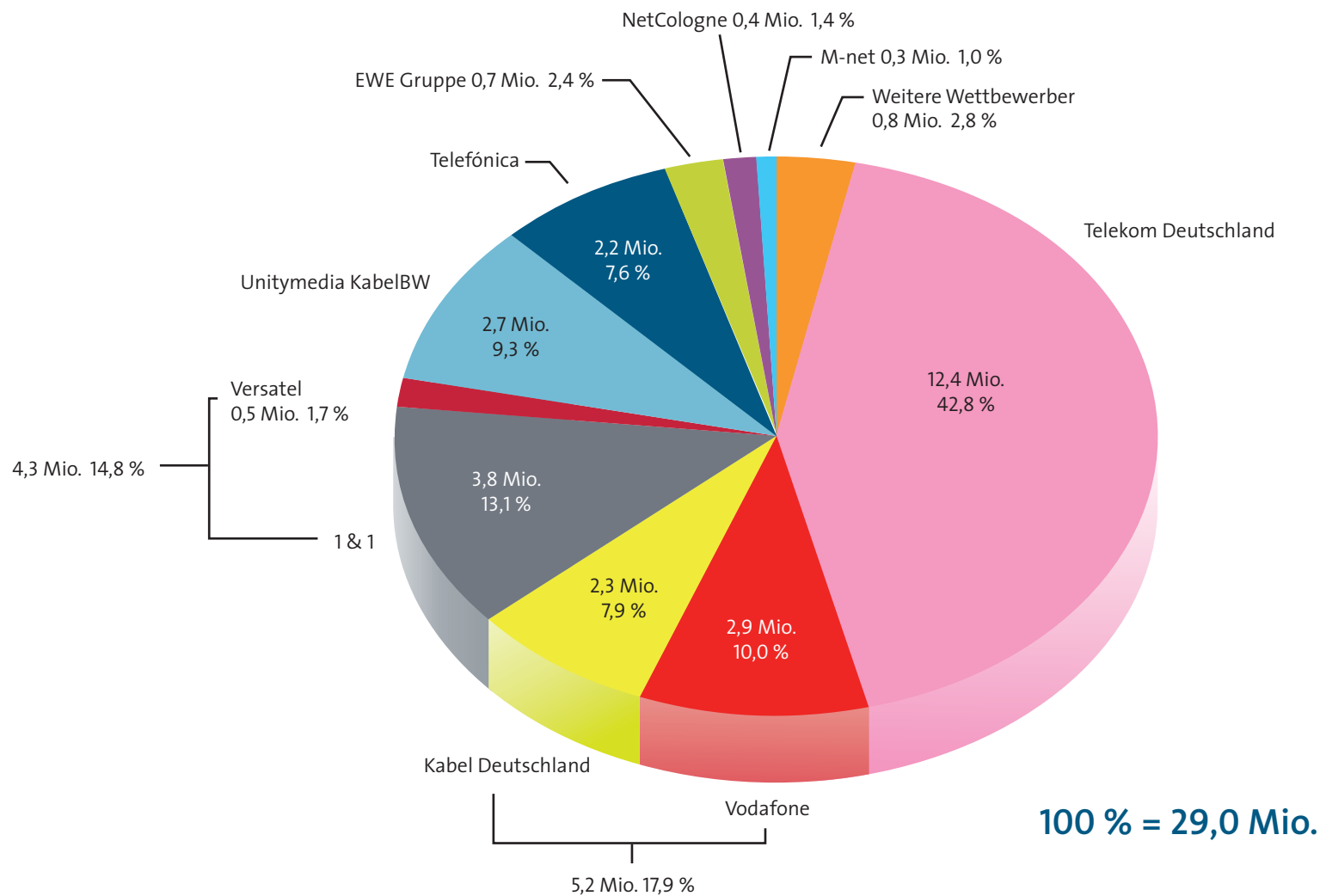


100 % = 23,5 Mio.

- a) Inklusive FTTB/H-Anschlüsse und ohne Kabelnetzanschlüsse.
- b) Eigentümer der Teilnehmeranschlussleitung.
- c) Technische Anschaltung des Endkunden.
- d) Vertragspartner des Endkunden auf Basis TAL-Anmietung, Resale oder eigener Anschluss.

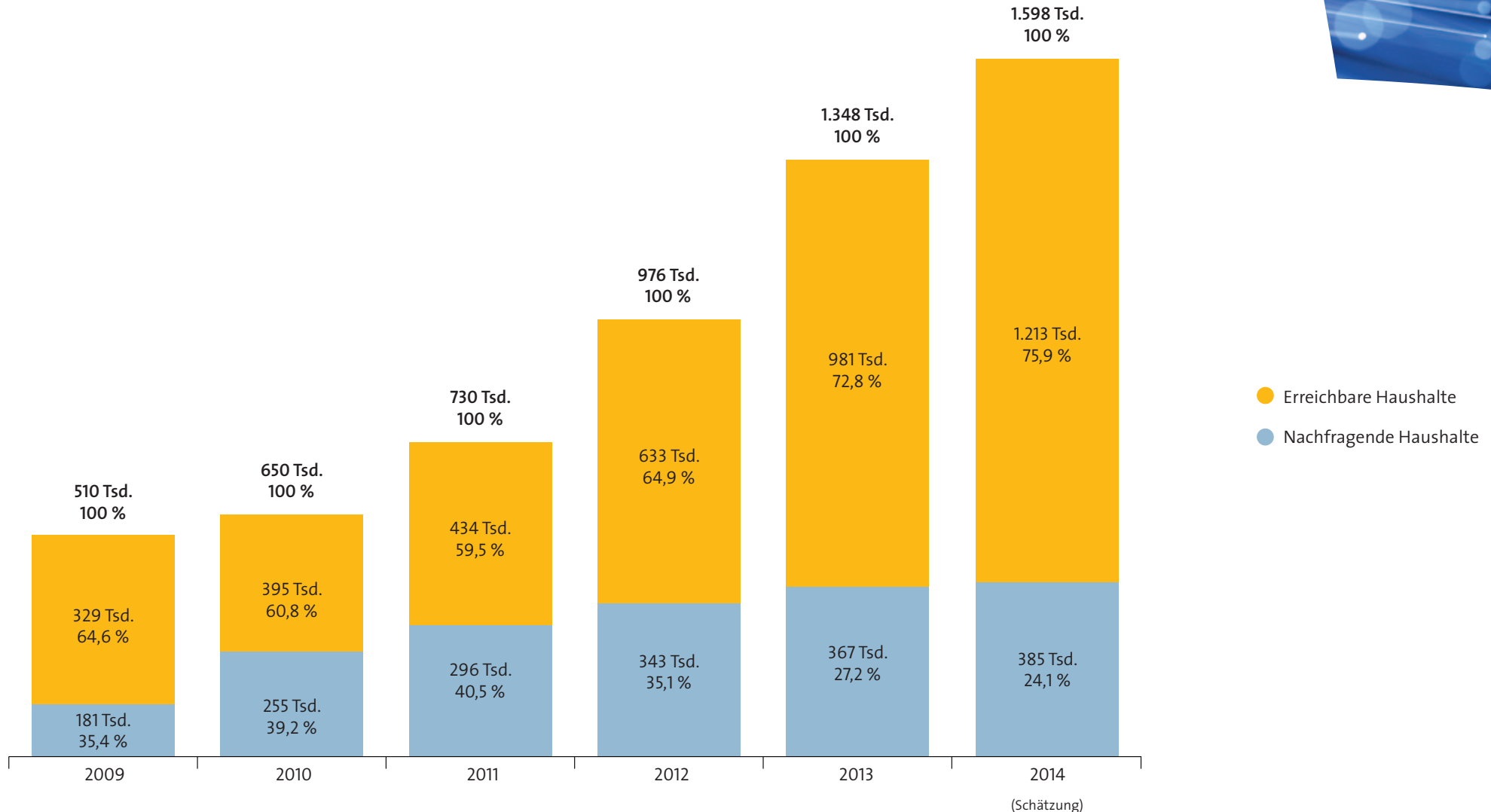
# Durch die Übernahme von Kabel Deutschland erreicht Vodafone über 5 Millionen Breitbandkunden und ist damit stärkster Festnetz-Konkurrent von Marktführer Telekom

Abb. 13: Breitband-Kunden nach Unternehmen  
(Stand 30.06.2014)



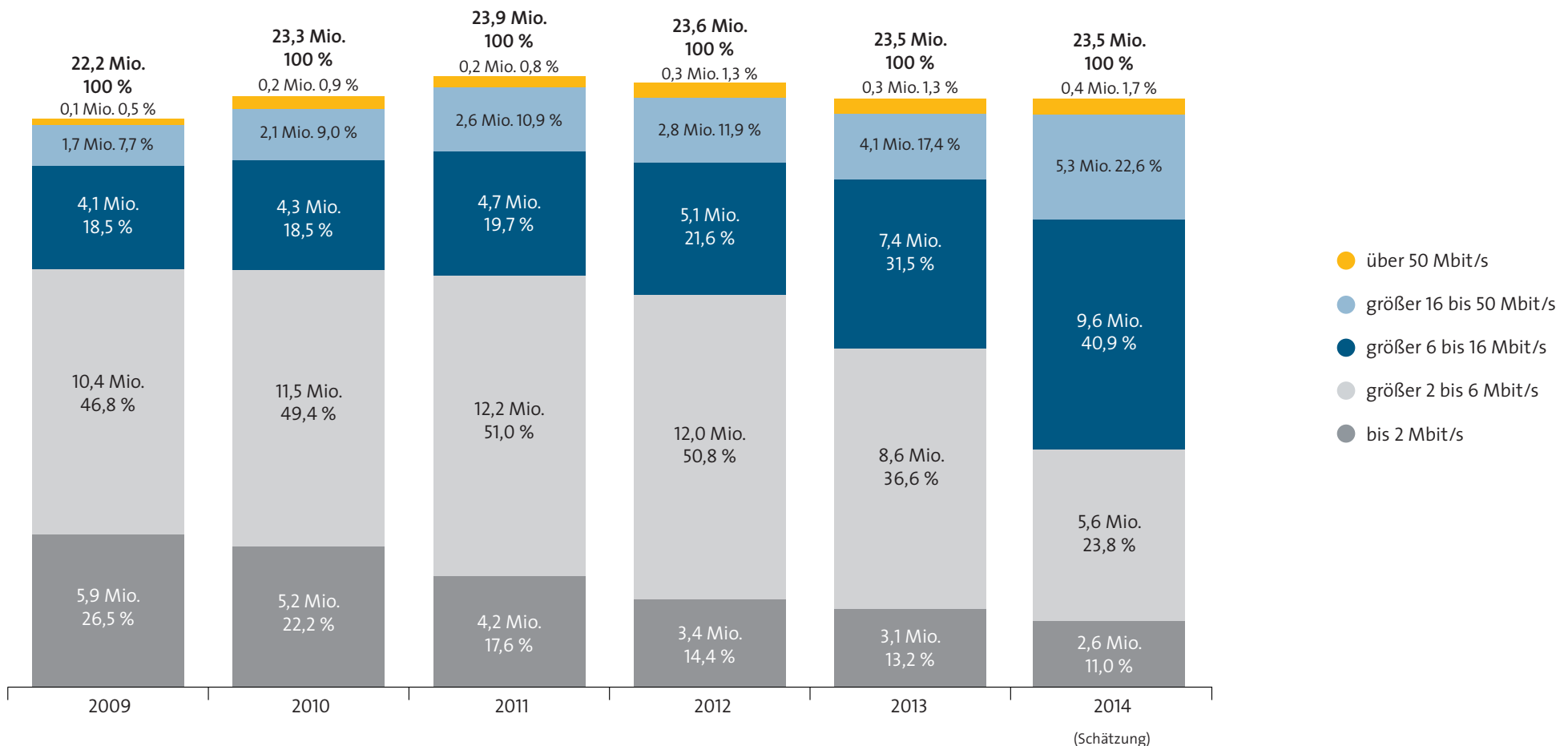
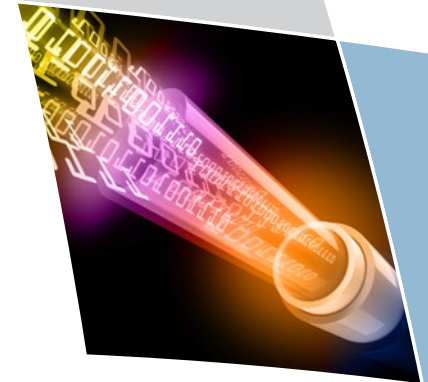
## Obwohl in Deutschland 2014 knapp eine viertel Million FTTB/H-Anschlüsse neu gebaut werden, nimmt die Zahl der solche Anschlüsse nachfragenden Haushalte weiter nur sehr langsam zu

Abb. 14: Per Glasfaser (Fiber-To-The-Building/-Home, FTTB/H) erreichbare und nachfragende Haushalte



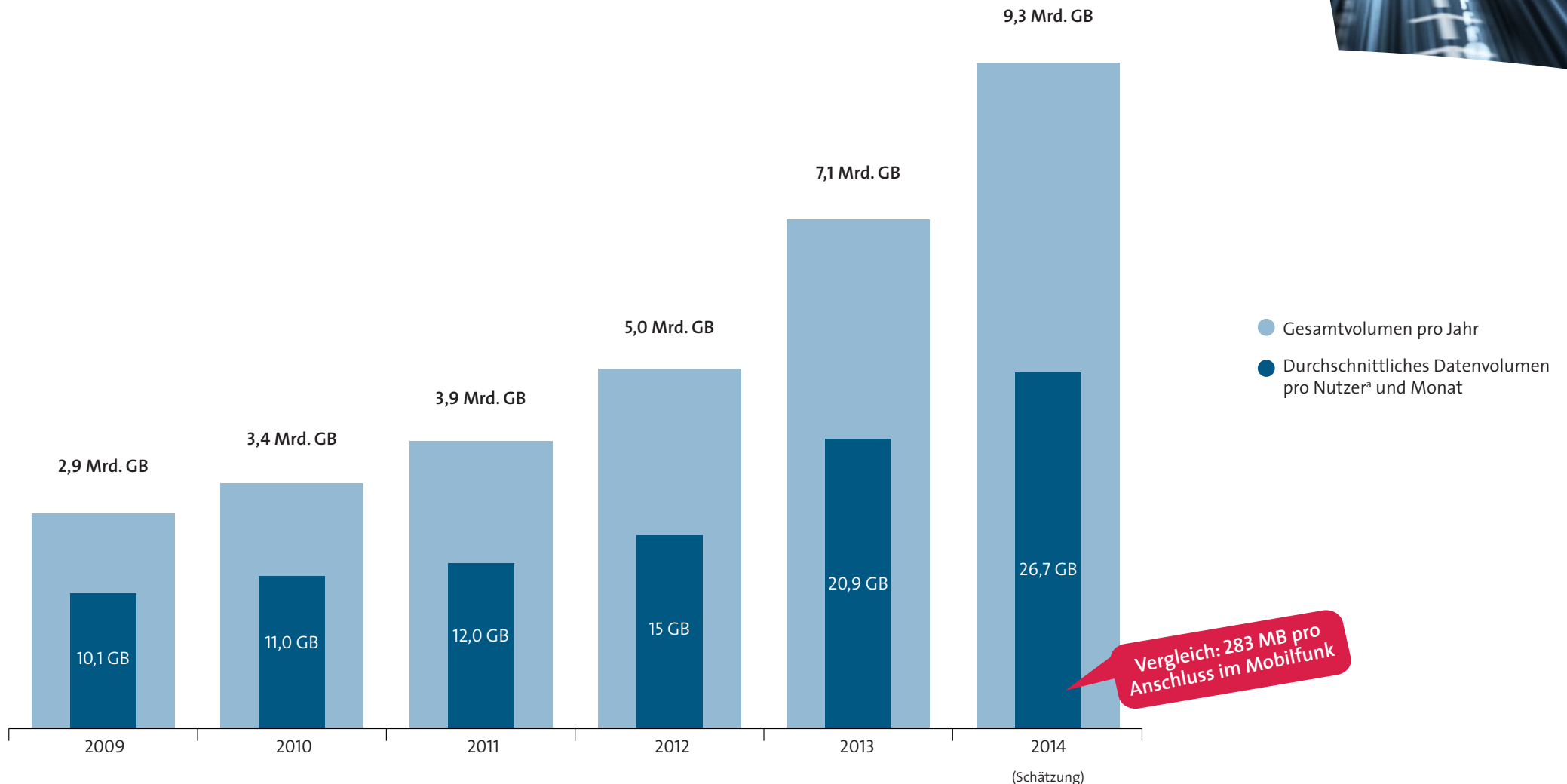
# Die Nachfrage nach höheren Bandbreiten steigt im mittleren Bereich deutlich an. Bei höchstbitratigen Anschlüssen ist nur ein geringer Zuwachs zu verzeichnen

Abb. 15: Verteilung der DSL- und FTTB/H-Anschlüsse nach Downstream-Bandbreite



# Das über Breitbandanschlüsse in Festnetzen abgewickelte Datenvolumen nimmt 2014 gegenüber dem Vorjahr um über 30 Prozent zu

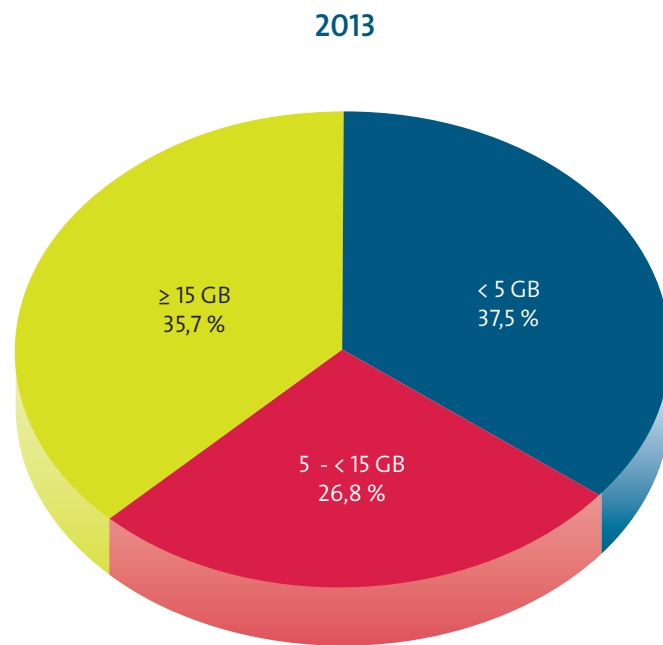
Abb. 16: Volumenentwicklung Breitband-Internet-Verkehr Festnetz



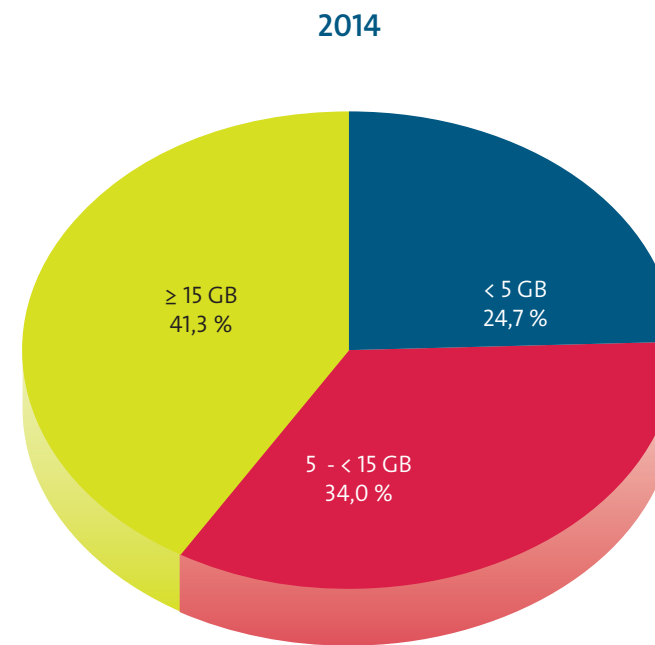


## In Festnetzen werden 2014 von drei Vierteln der DSL- und FTTB/H-Anschlüsse jeweils Verkehrsmengen von mindestens 5 Gigabyte pro Monat erzeugt

Abb. 17: Verteilung des durchschnittlichen monatlichen Datenvolumens bei DSL- und FTTB/H-Anschlüssen 2014  
(nach GB pro Monat, Schätzung)



100 % = 23,5 Mio. DSL- und FTTB/H-Anschlüsse



100 % = 23,5 Mio. DSL- und FTTB/H-Anschlüsse

*Kapitel III.*

# Mobilfunkmarkt

## Es wird 2014 weiterhin mehr im Festnetz telefoniert als mobil. Die Entwicklung weg vom Festnetz hin zum Mobilfunk schwächt sich weiter ab

Abb. 18: Von Festnetz- und Mobilfunkanschlüssen abgehende Sprachverbindungsminuten (in Mio. Min. pro Tag)



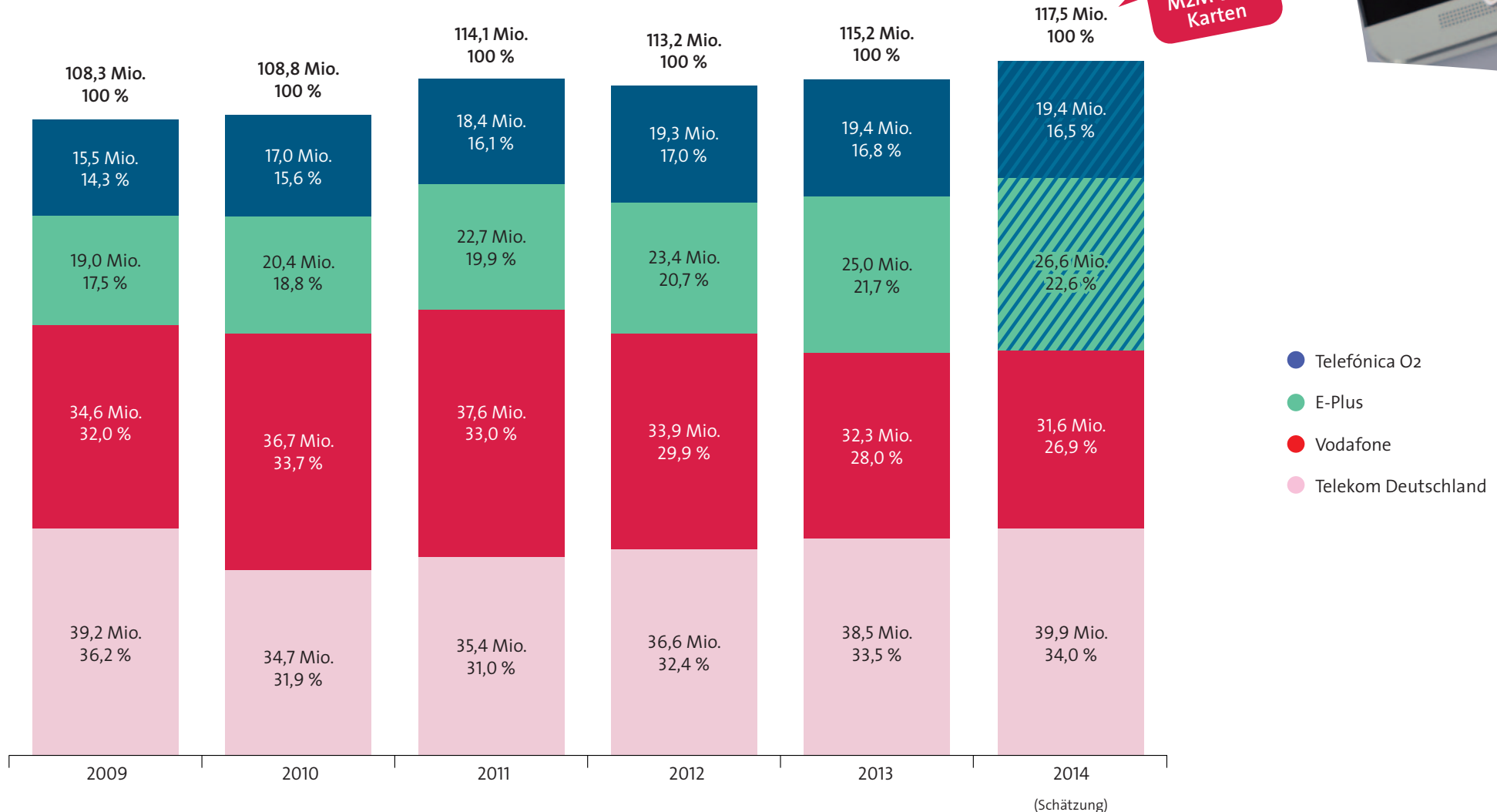
—■— Festnetz  
—●— Mobilfunk<sup>a</sup>

a) Ohne Roamingverkehr (deutsche SIM-Karten in ausländischen Netzen bzw. ausländische SIM-Karten in deutschen Netzen).



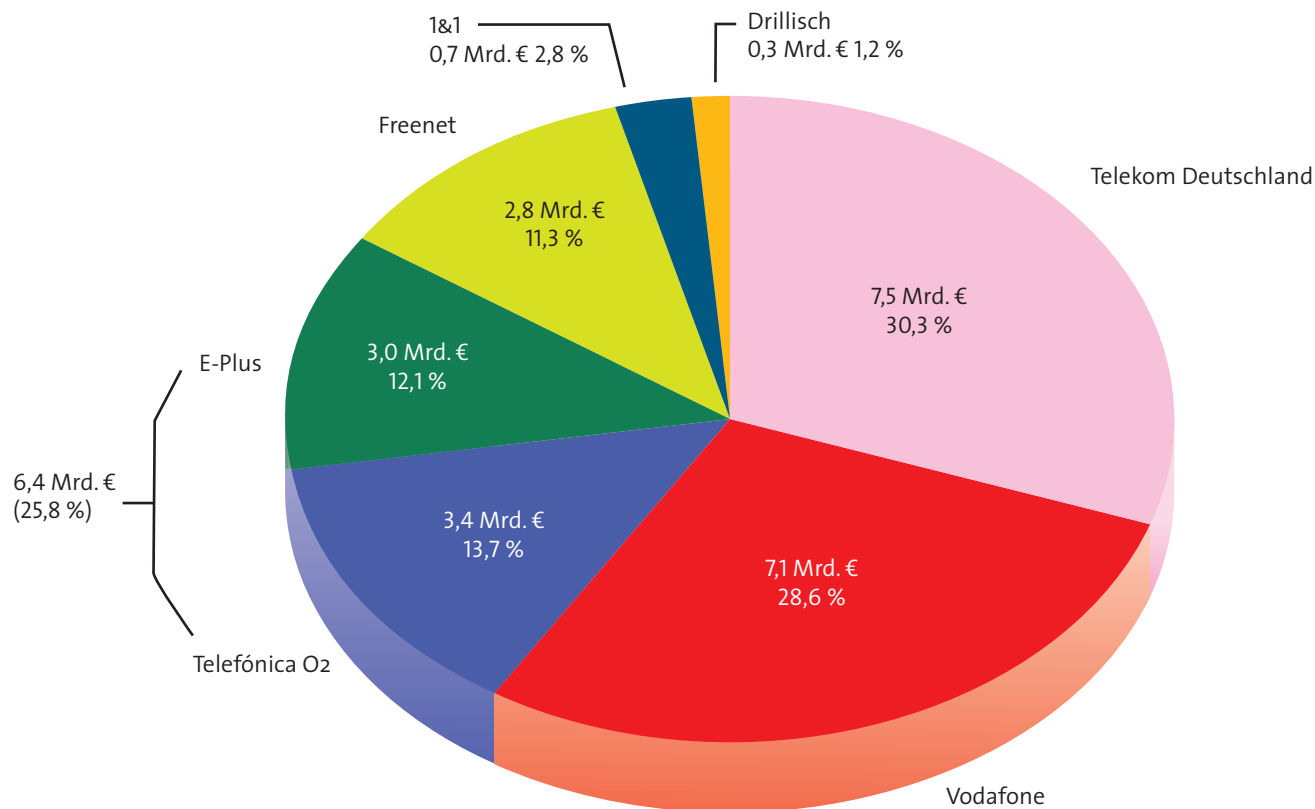
# Die Zahl der aktivierten SIM-Karten nimmt 2014 um etwa 2 Millionen zu – Statistisch entfallen damit auf jeden Menschen in Deutschland fast 1,5 Karten

Abb. 19: Zahl der aktivierten SIM-Karten am Jahresende nach Mobilfunknetzbetreibern



## Mit der Fusion von Telefónica O<sub>2</sub> und E-Plus entsteht ein neuer starker Player. Den zweitgrößten Umsatz nach der Telekom wird 2014 aber weiter Vodafone erzielen

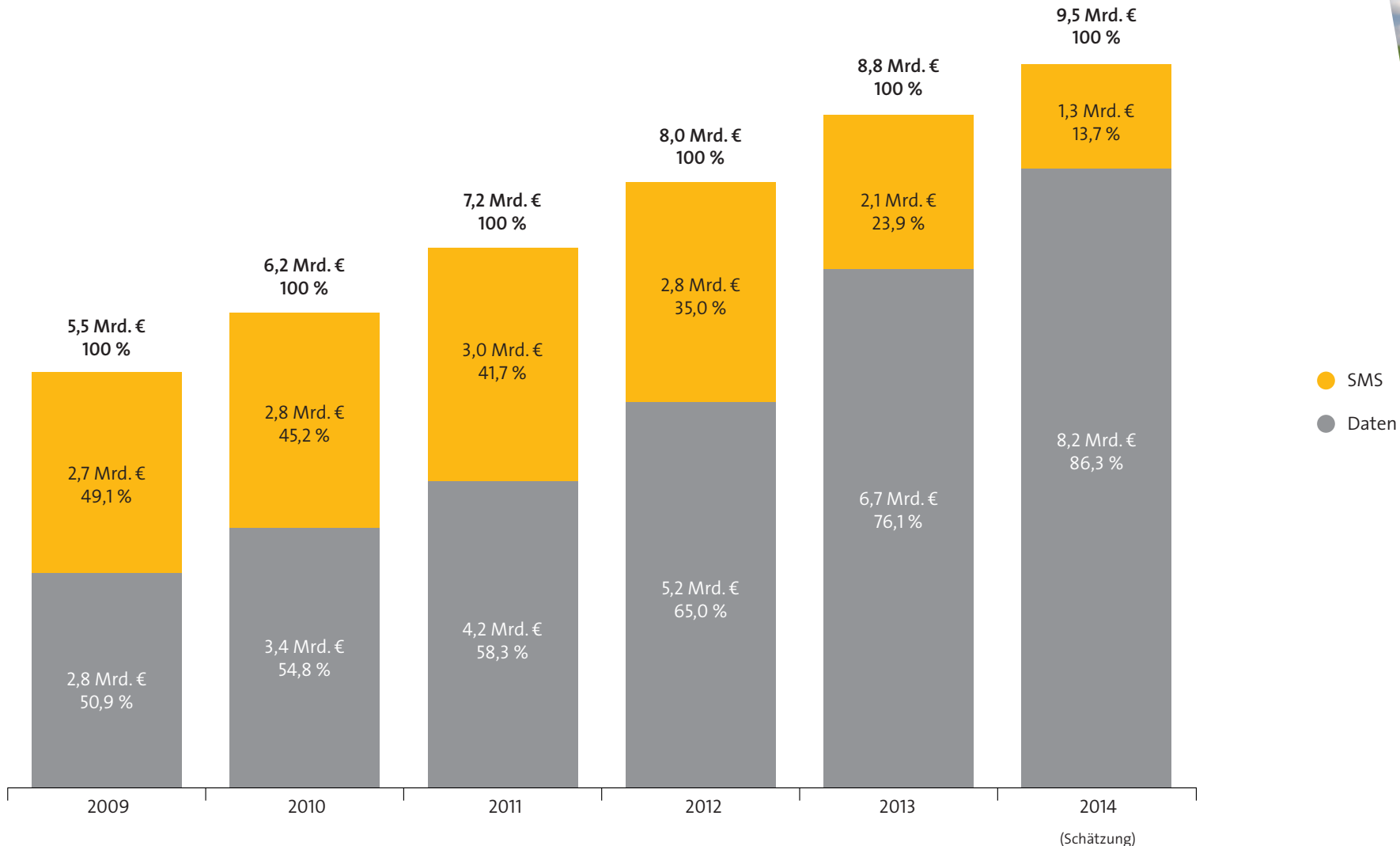
Abb. 20: Mobilfunkumsätze nach Netzbetreibern und Service Providern (Schätzung für 2014, inkl. Interconnection, Wholesale und Endgeräte)



100 % = 24,8 Mrd. €

# Der SMS-Umsatz ist innerhalb von zwei Jahren um 1,5 Milliarden Euro zurückgegangen, während der Umsatz mit mobilen Internetzugängen im gleichen Zeitraum um 3,0 Milliarden Euro zugelegt hat

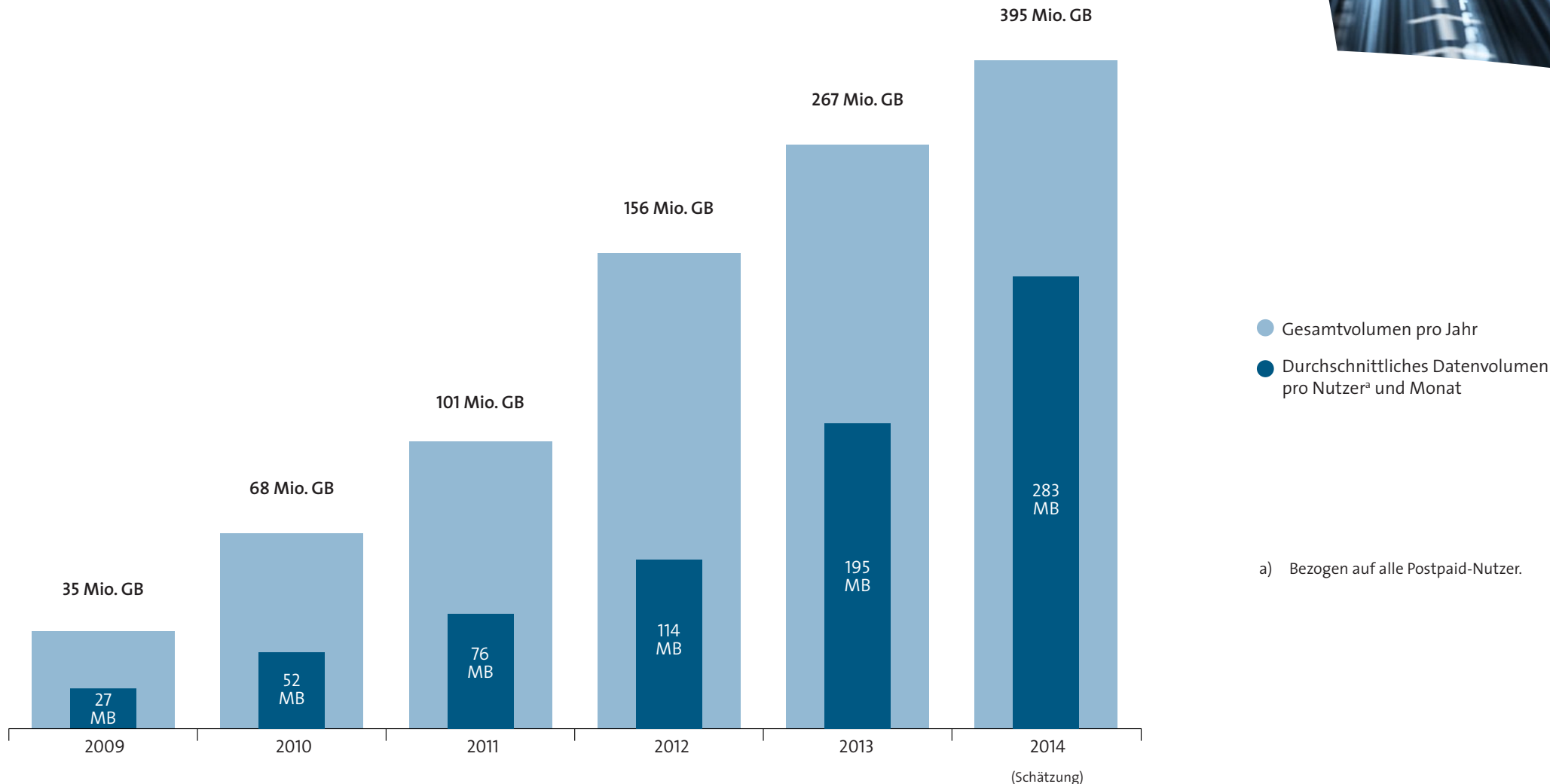
Abb. 21: Non-Voice-Diensteumsätze im Mobilfunk





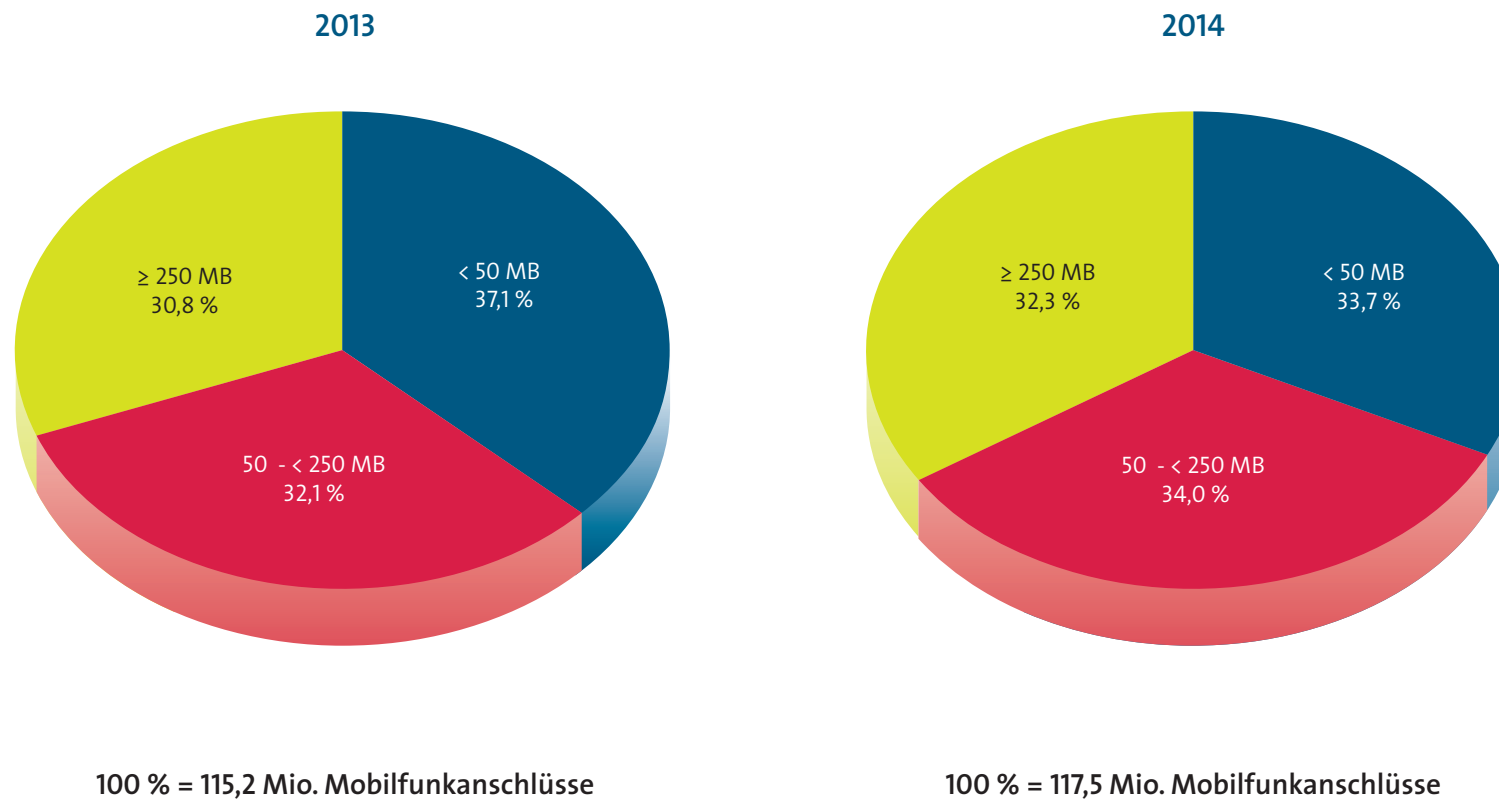
# Der mobile Datenverkehr pro SIM-Karte steigt 2014 um 45 Prozent gegenüber dem Vorjahr

Abb. 22: Volumenentwicklung Datenverkehr aus Mobilfunknetzen



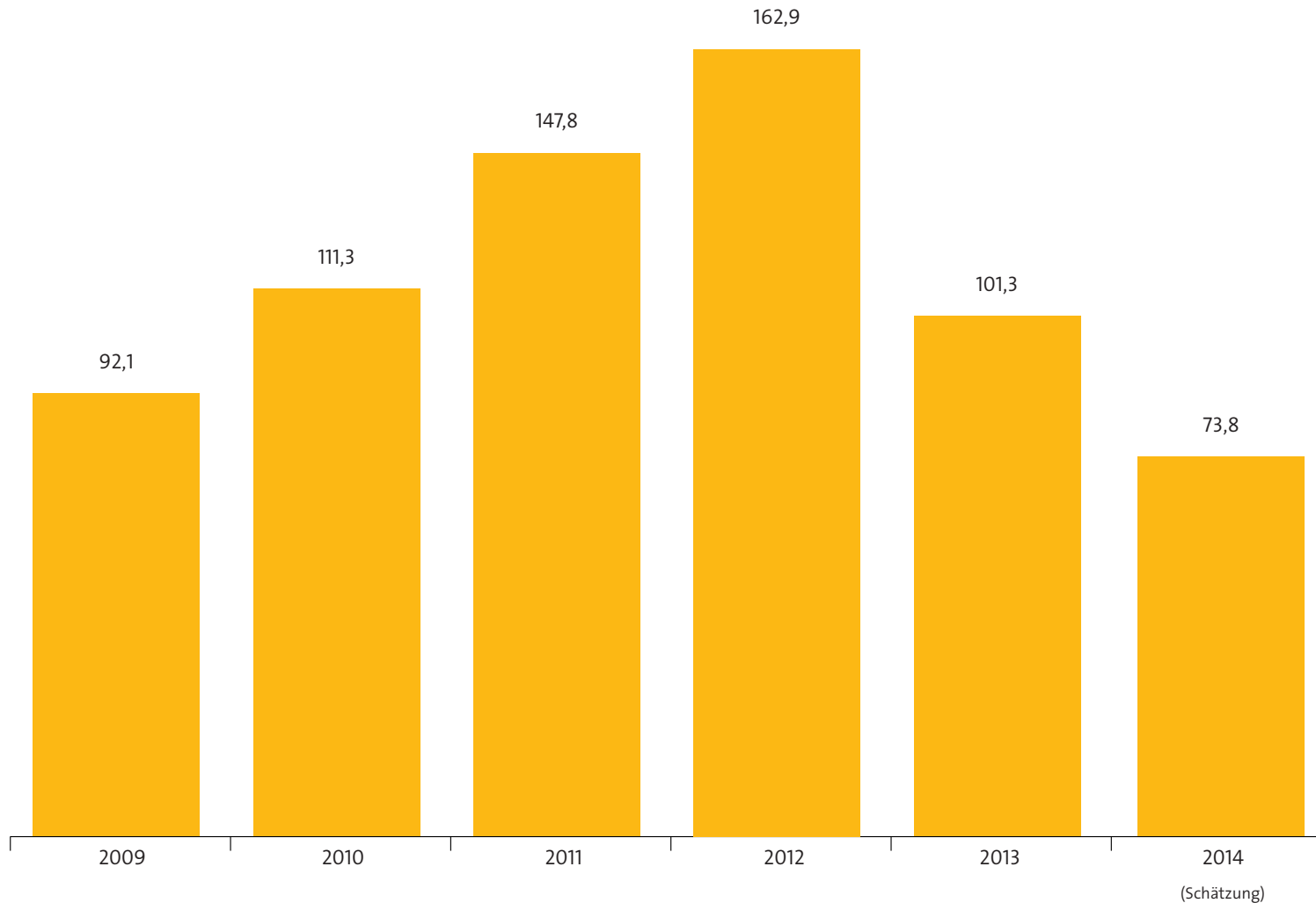
## Knapp ein Drittel der Kunden erzeugt einen sehr großen Anteil des mobilen Datenverkehrs

Abb. 23: Verteilung des durchschnittlichen monatlichen Datenvolumens bei Postpaid-Mobilfunkanschlüssen (nach MB pro Monat, Schätzung)



## Die Zahl der verschickten SMS geht 2014 erneut merklich zurück, da Kunden anstelle dieses Dienstes häufig Messaging Apps einsetzen

Abb. 24: SMS-Nutzung in Mobilfunknetzen  
(Mio. SMS pro Tag)



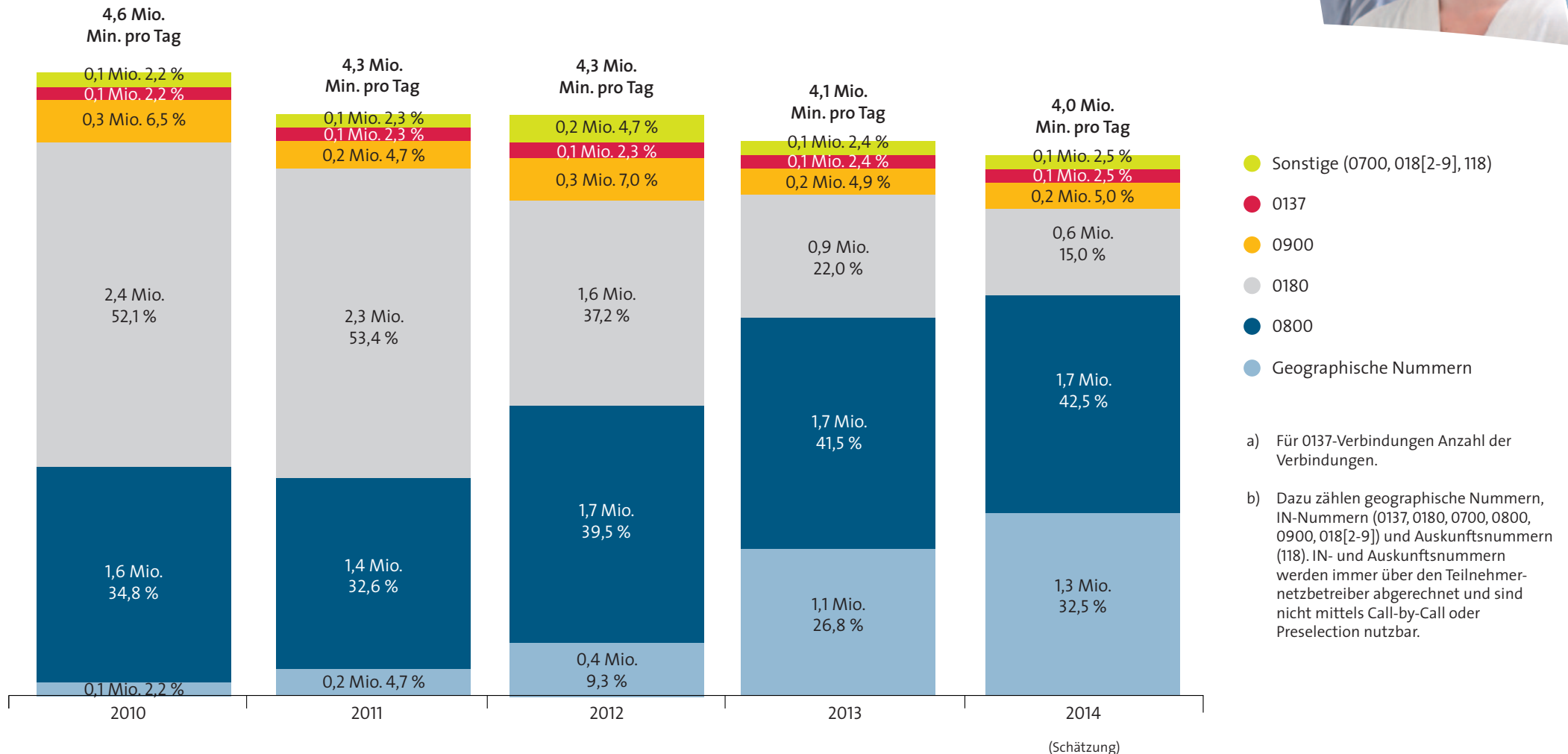
*Kapitel IV.*

# Markt für Mehrwertdienste

# Die Vorschriften des TKG 2012 haben dazu beigetragen, dass die Nachfrage nach 0180-Verbindungen 2014 um über 60 Prozent unter dem Niveau im Jahr 2012 liegt



Abb. 25: Wettbewerber-Minuten<sup>a</sup> mit Servicenummern<sup>b</sup> nach Nummerntyp

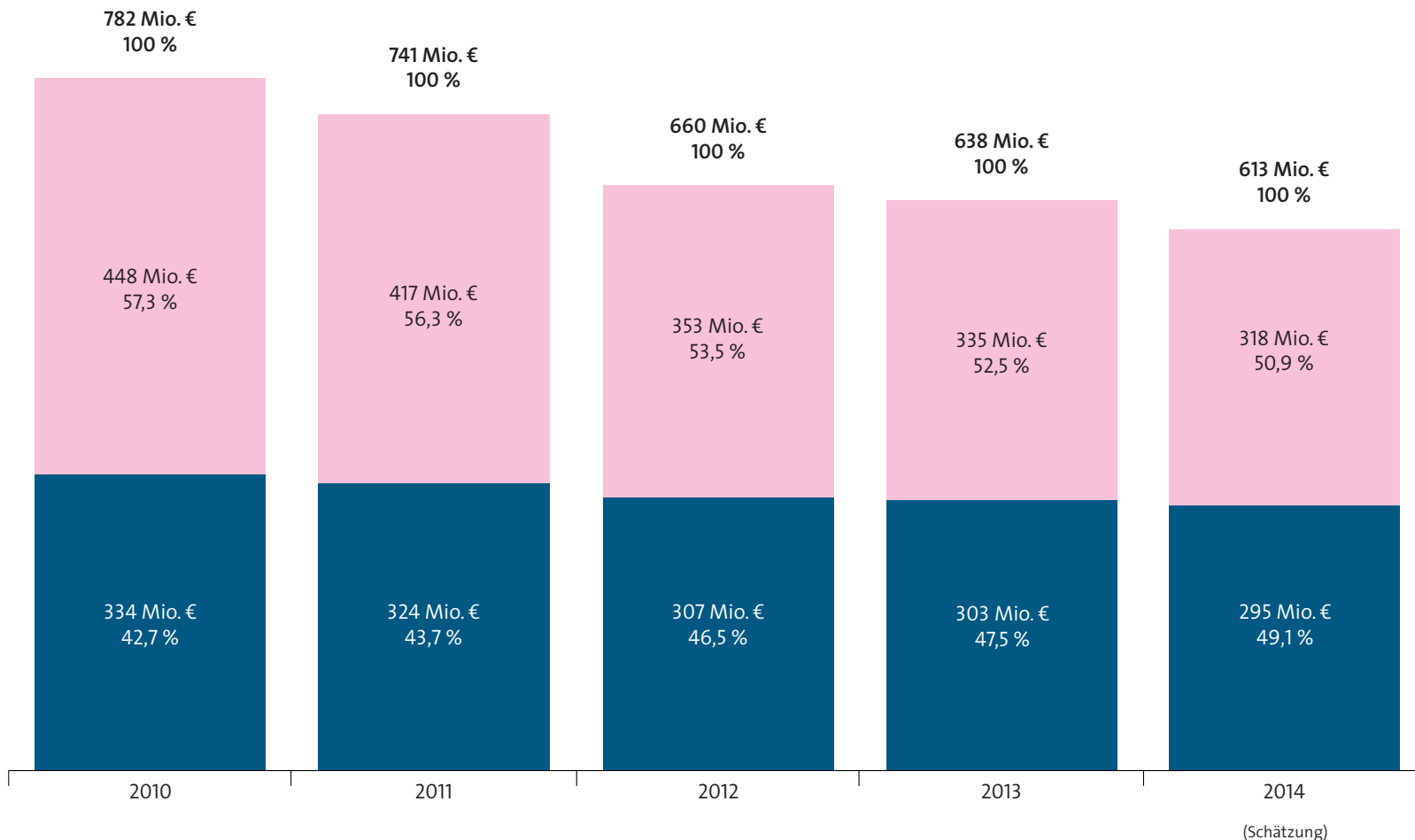


- a) Für 0137-Verbindungen Anzahl der Verbindungen.
- b) Dazu zählen geographische Nummern, IN-Nummern (0137, 0180, 0700, 0800, 0900, 018[2-9]) und Auskunftsnnummern (118). IN- und Auskunftsnnummern werden immer über den Teilnehmer-netzbetreiber abgerechnet und sind nicht mittels Call-by-Call oder Preselection nutzbar.

# Die Umsätze mit Servicernummern gehen 2014 leicht zurück, da Kundenkontakte noch häufiger über das Internet realisiert werden



Abb. 26: Umsatz mit Servicenummern<sup>a</sup>



- Telekom Deutschland
- Wettbewerber

a) Dazu zählen geographische Nummern, IN-Nummern (0137, 0180, 0700, 0800, 0900, 018[2-9]) und Auskunftsnummern (118). IN- und Auskunftsnummern werden immer über den Anschlussnetzbetreiber abgerechnet und sind nicht mittels Call-by-Call oder Preselection nutzbar.



*Kapitel V.*  
**VATM Footprint**

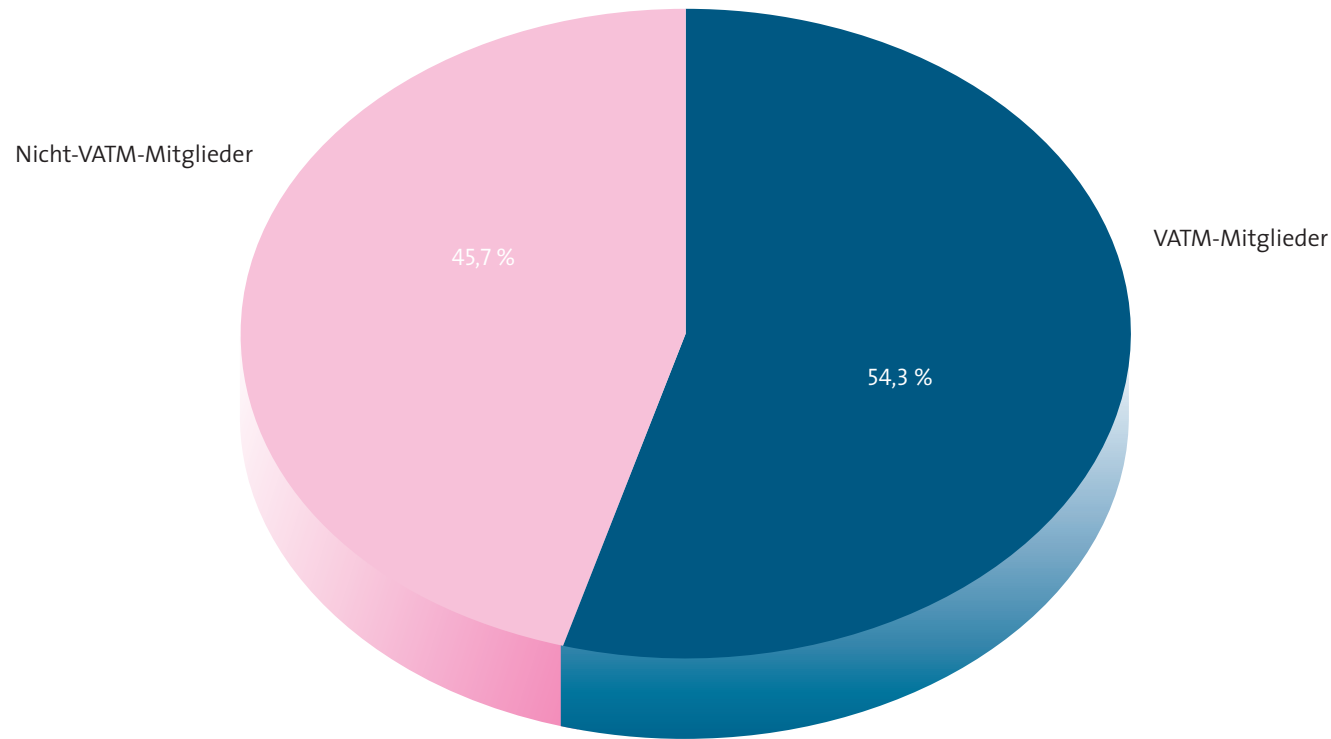
## Im VATM sind rund 35 der wichtigsten Anbieter von fest- und mobilfunknetzbasiereten TK-Diensten in Deutschland organisiert

Abb. 27: VATM-Mitglieder, die Telekommunikationsdienste anbieten



## Auf VATM-Mitglieder entfallen mehr als die Hälfte der TK-Umsätze, die Wettbewerber von Telekom Deutschland 2014 erzielen

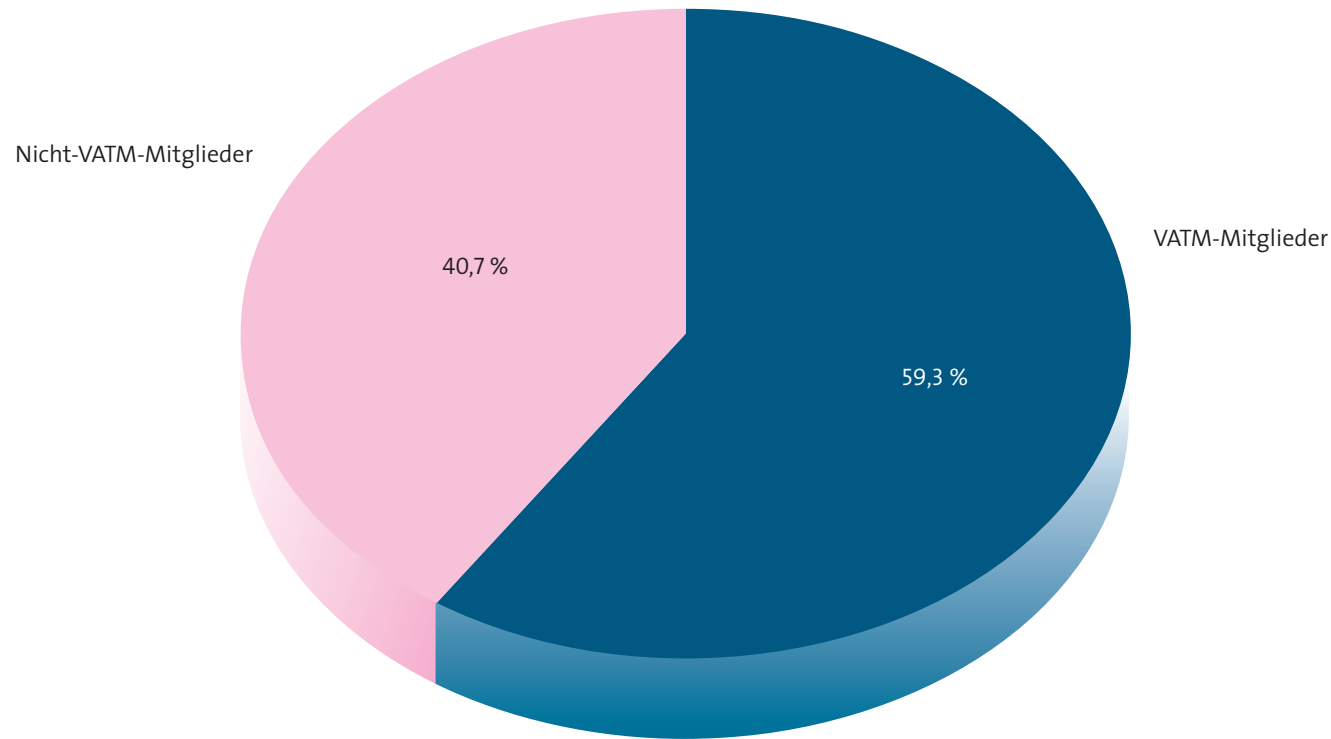
Abb. 28: Umsatzanteil VATM-Mitglieder im Vergleich zu anderen Wettbewerbsunternehmen 2014



100 % = 37,4 Mrd. €

## Entsprechend liegt der Beschäftigtenanteil der VATM-Mitglieder an der Gesamtzahl der Mitarbeiter von Wettbewerbsunternehmen Ende 2014 deutlich über 50 Prozent

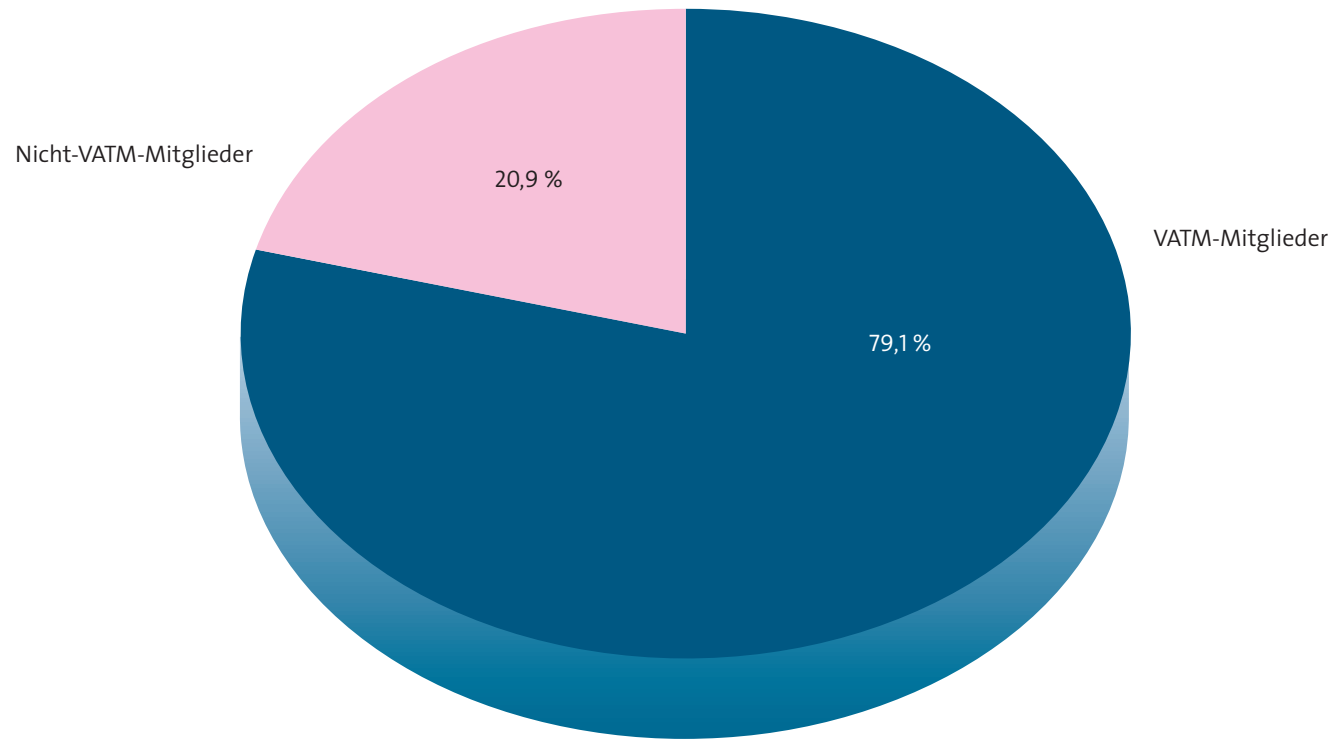
Abb. 29: Beschäftigtenanteil der VATM-Mitglieder im Vergleich zu anderen Wettbewerbsunternehmen Ende 2014



100 % = 52.600 Mitarbeiter

## 79 Prozent der Festnetz-Breitbandkunden von Wettbewerbern der Telekom werden derzeit von VATMMitgliedern bedient

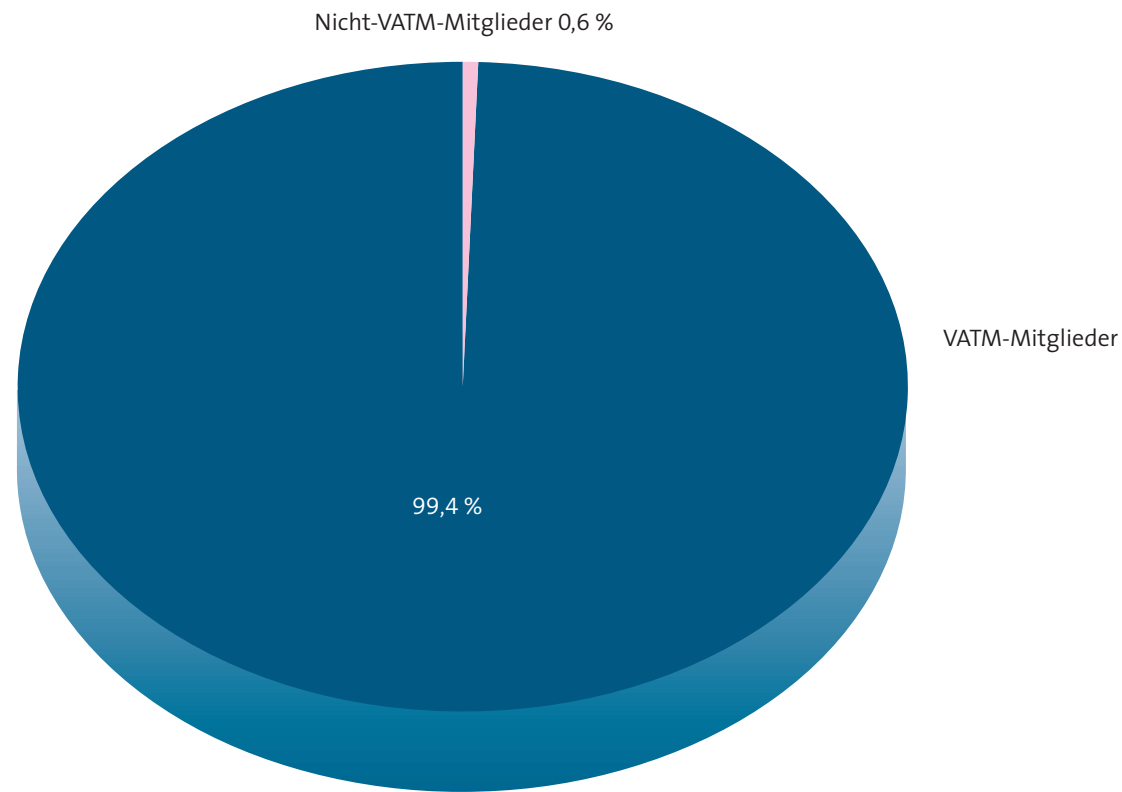
Abb. 30: Anteil der Festnetz-Breitbandkunden der VATM-Mitglieder im Vergleich zu anderen Wettbewerbsunternehmen Ende 2014



100 % = 17,0 Mio. Breitbandkunden

## VATM-Mitglieder repräsentieren praktisch sämtliche Mobilfunkumsätze neben der Telekom Deutschland

Abb. 31: Umsatzanteil der VATM-Mitglieder bei Mobilfunkdiensten im Vergleich zu anderen Wettbewerbsunternehmen 2014



100 % = 17,3 Mrd. €