



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.

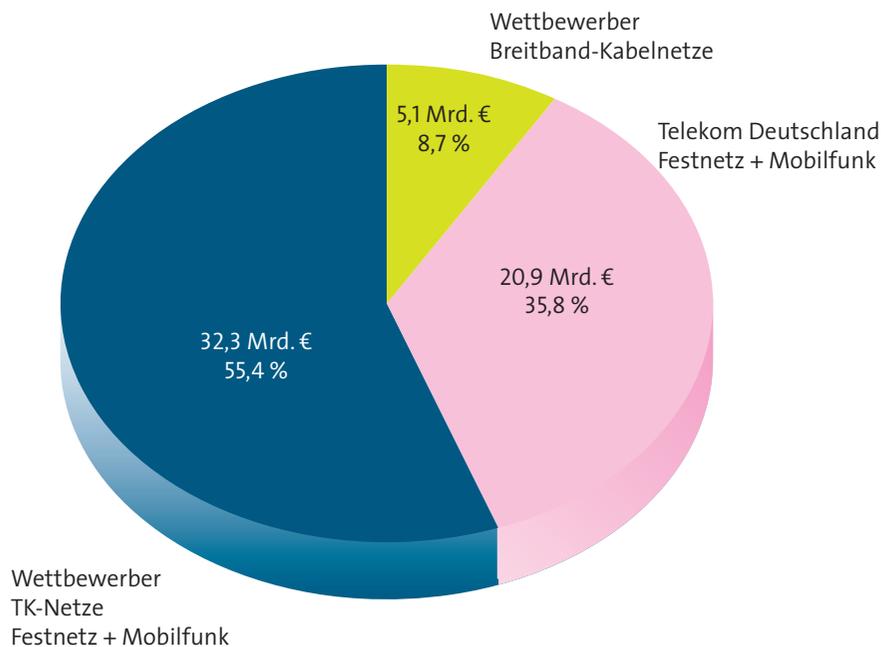
Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste

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^a
(Schätzung für 2014, Außenumsätze inkl. TV-Signaltransport)

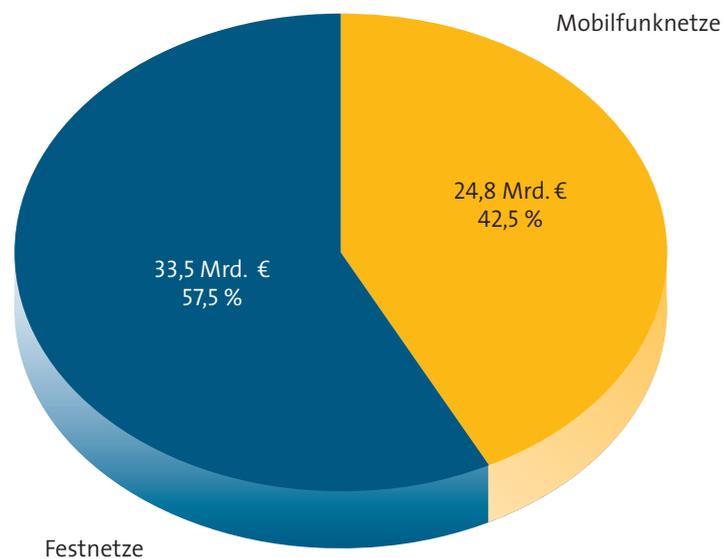


Gesamtmarkt nach Wettbewerbsgruppen



100 % = 58,3 Mrd. €

Gesamtmarkt nach Netzart



100 % = 58,3 Mrd. €

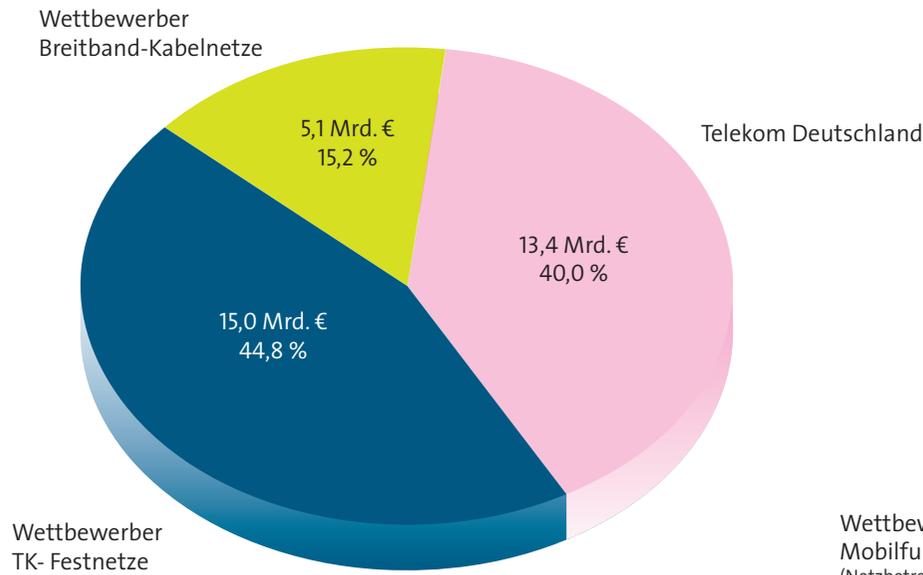
a) Inkl. Sprach- und Internetdienste, Datendienste, Interconnection, Mietleitungen, Endgeräte und Verteilung von TV-Inhalten.

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

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

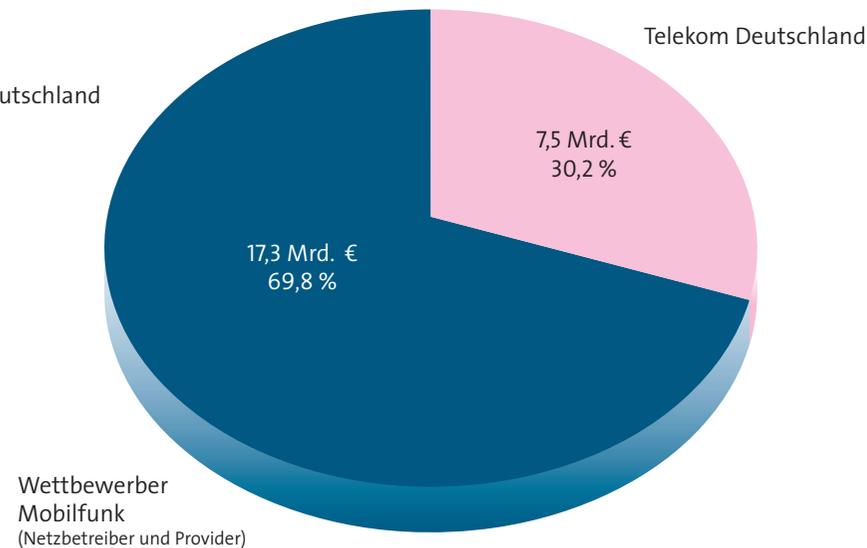


Teilmarkt Festnetze



100 % = 33,5 Mrd. €

Teilmarkt Mobilfunknetze



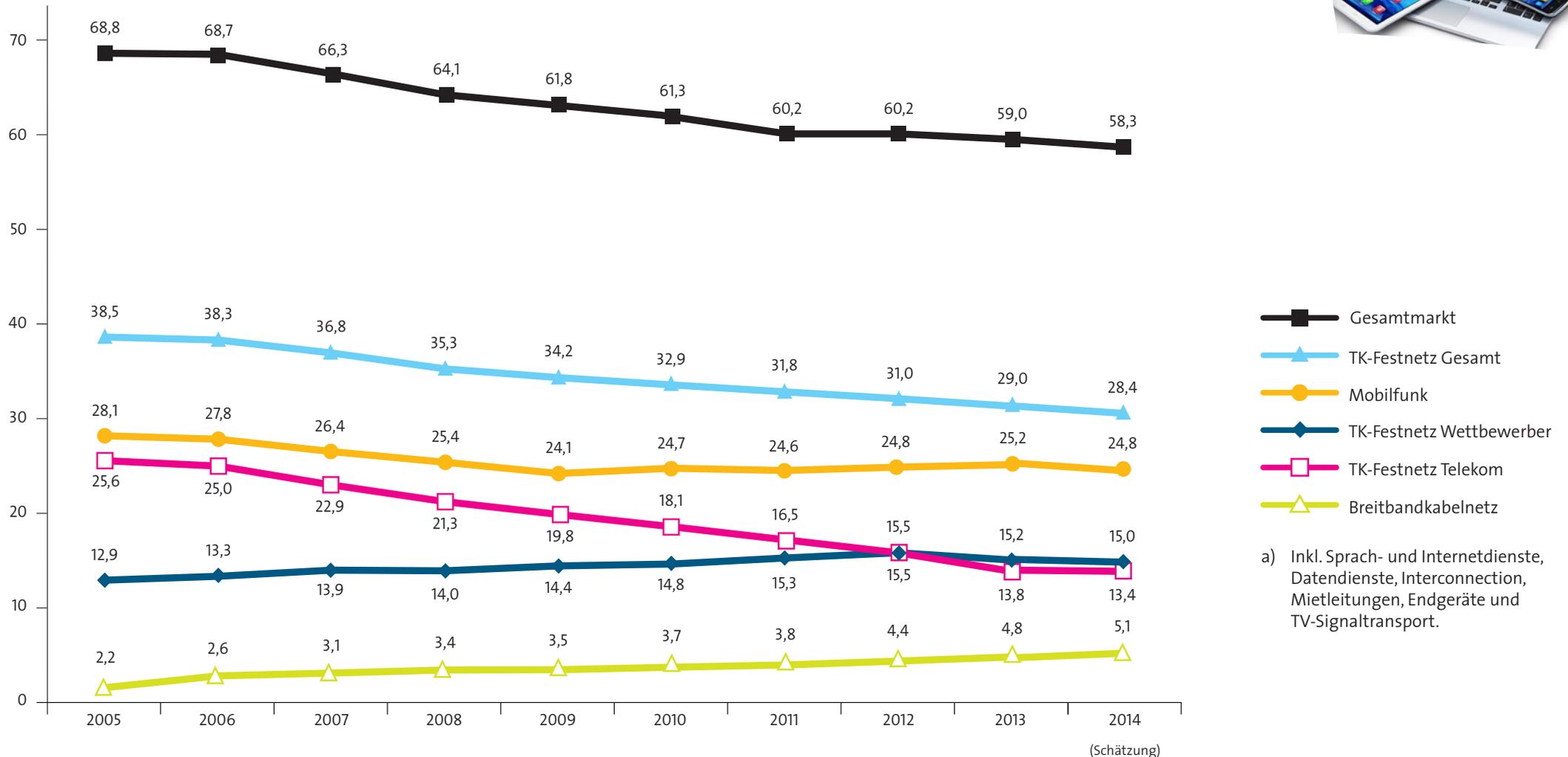
100 % = 24,8 Mrd. €

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

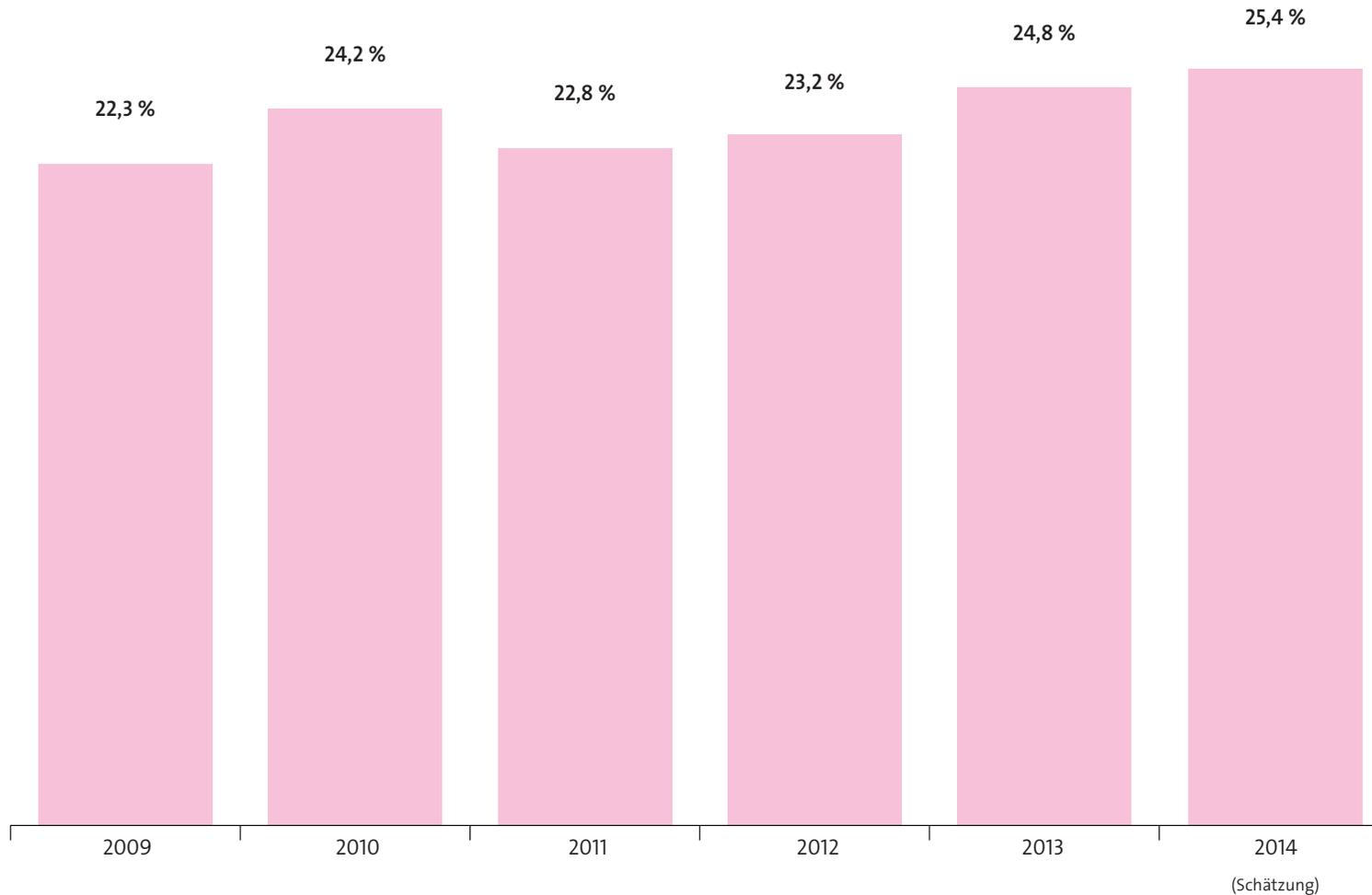
Abb. 3: Entwicklung des Gesamtmarktes für Telekommunikationsdienste^a
(Außenumsätze inkl. TV-Signaltransport in Mrd. €)



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

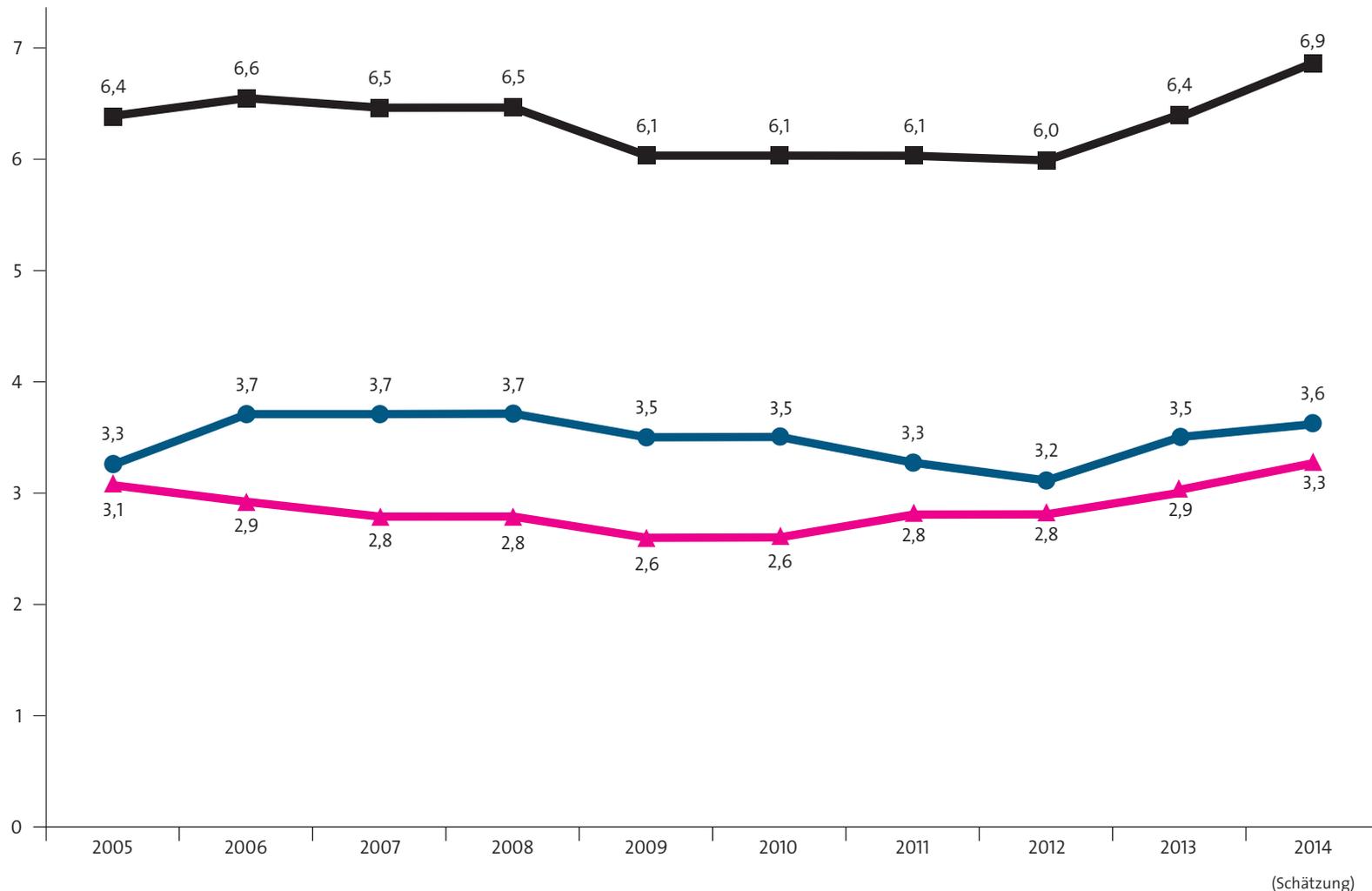
Telekom Deutschland baut den Anteil der Festnetzumsätze, die sie mit ihren Wettbewerbern erzielt (Großhandelsumsätze), 2014 weiter aus

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. €



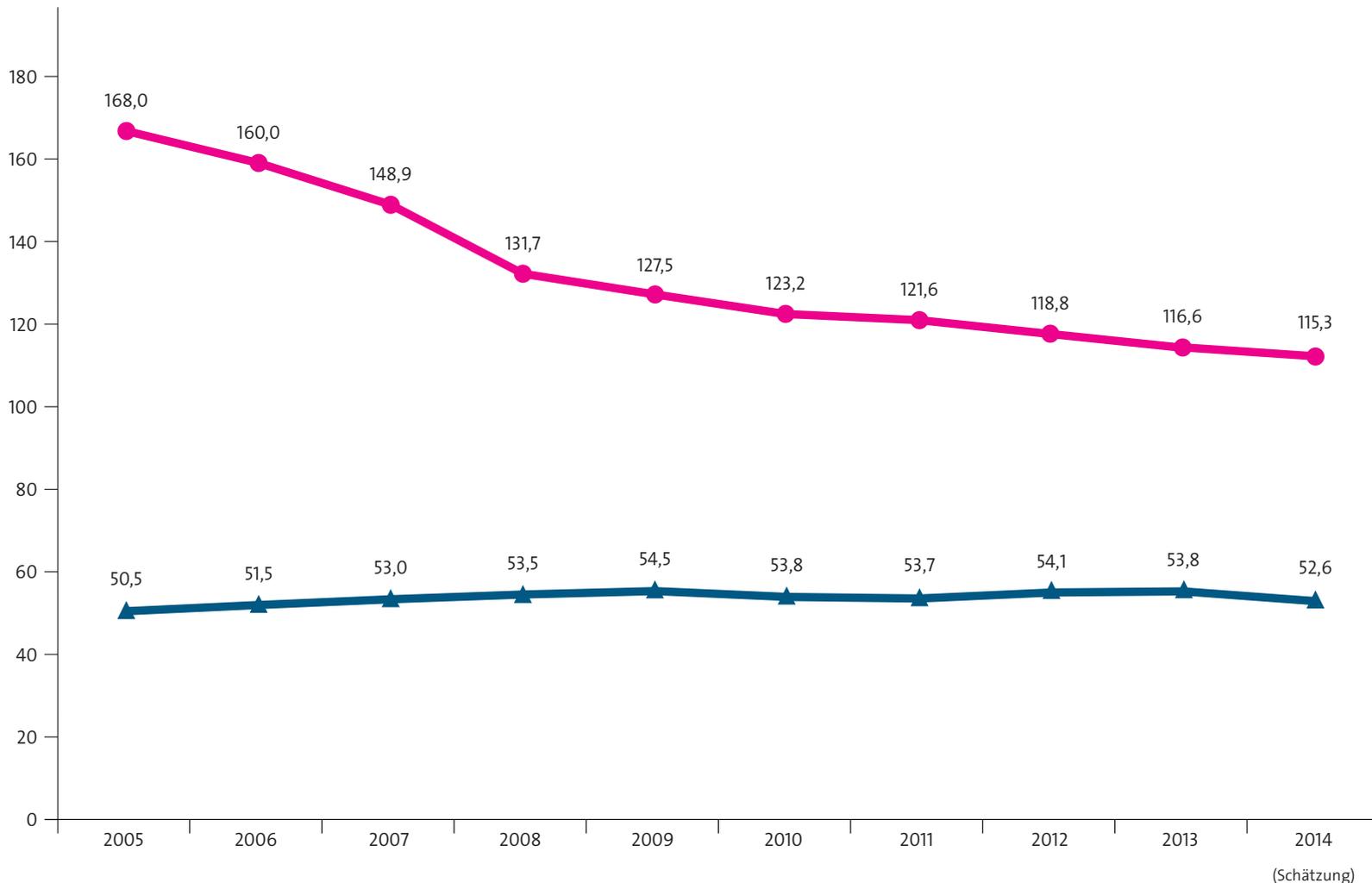
- Investitionen Gesamt^a
- Wettbewerber
- ▲— Deutsche Telekom

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



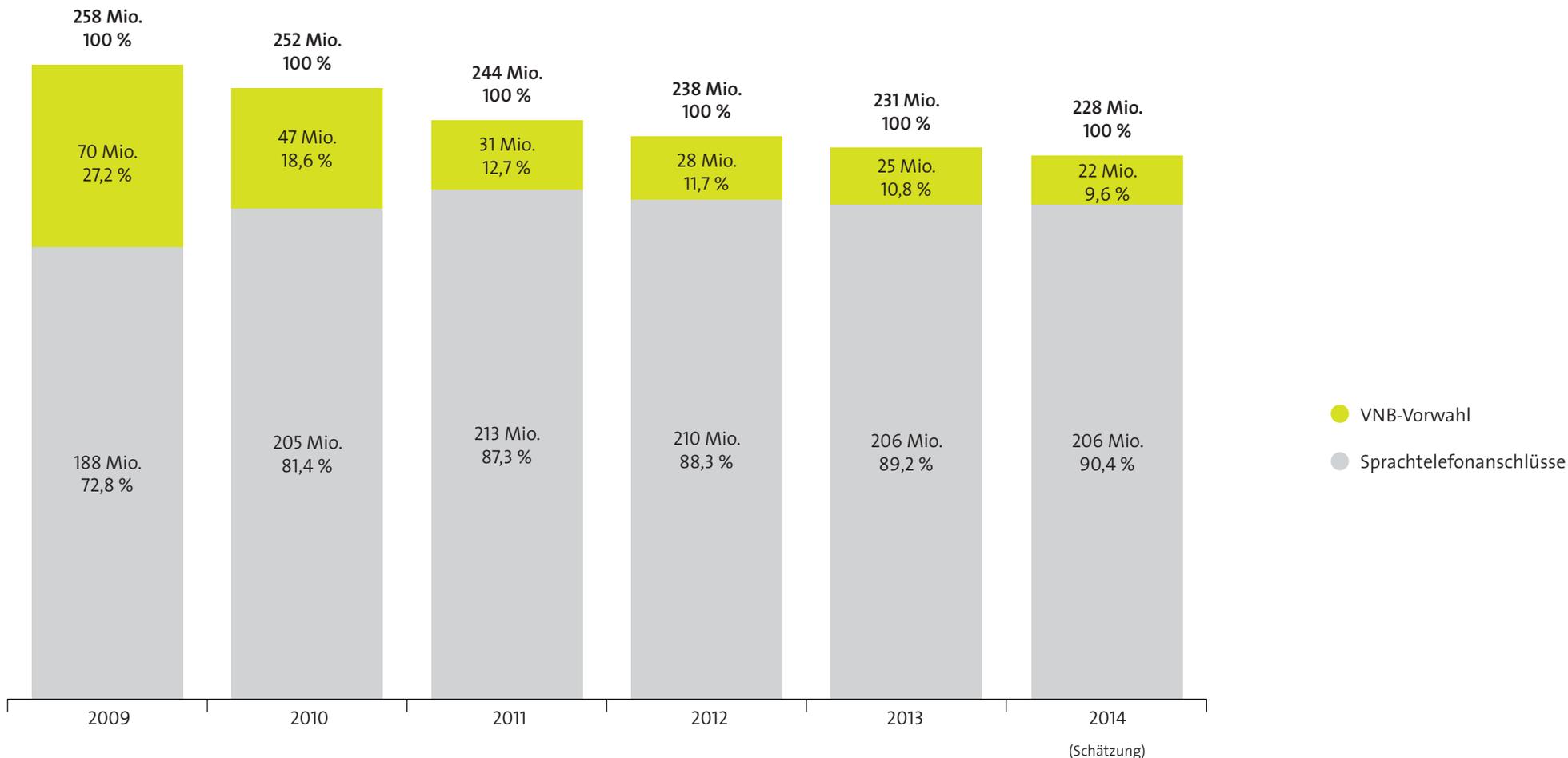
▲ Telekom Deutschland
● Wettbewerber

Kapitel II.

Festnetzmarkt

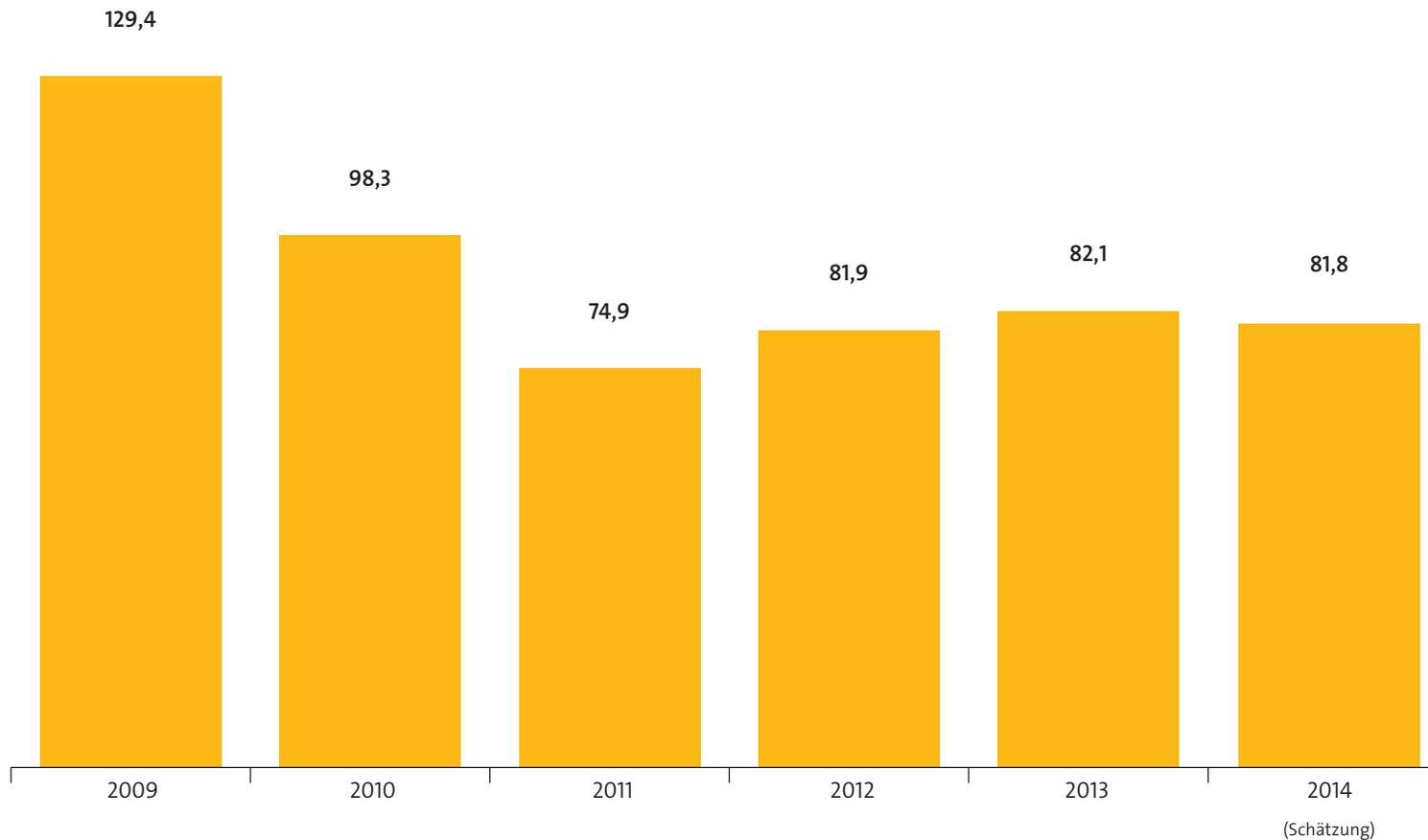
Auf Call-by-Call/Preselection entfallen immer noch circa 10 Prozent des Minutenvolumens bei den Wettbewerbern

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



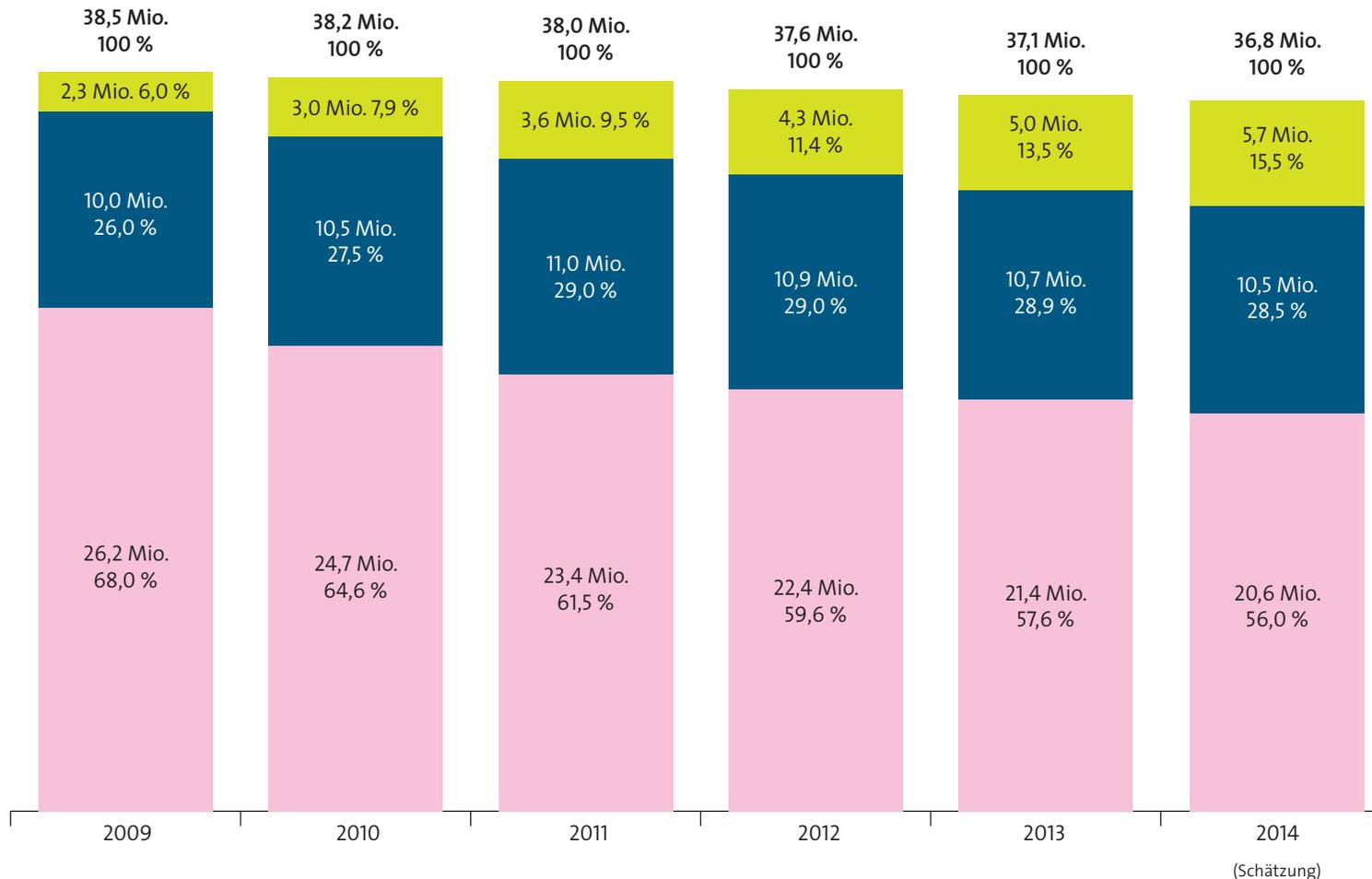
Das über Verbindungsnetzbetreiber (Call-by-Call; Preselection) abgewickelte Verkehrsvolumen bleibt 2014 bei etwa 82 Minuten pro Monat und Festnetzanschluss ohne Flatrate von Telekom Deutschland stabil

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)



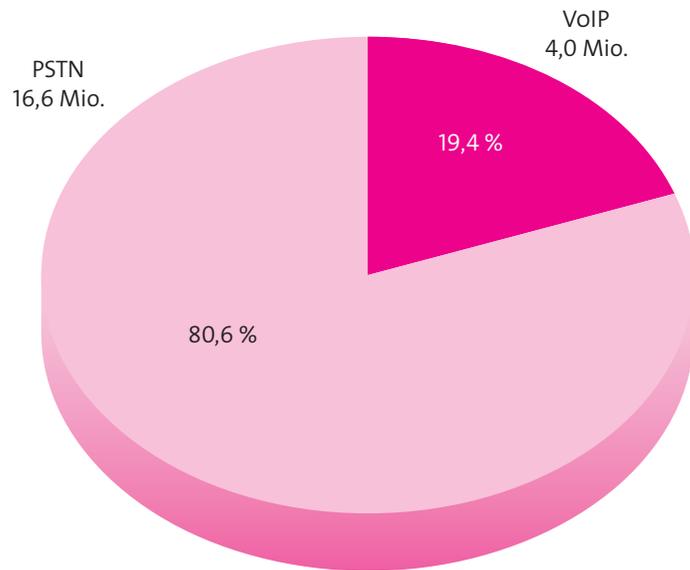
- Kabelnetzbetreiber
- Wettbewerber TK
- Telekom Deutschland

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)

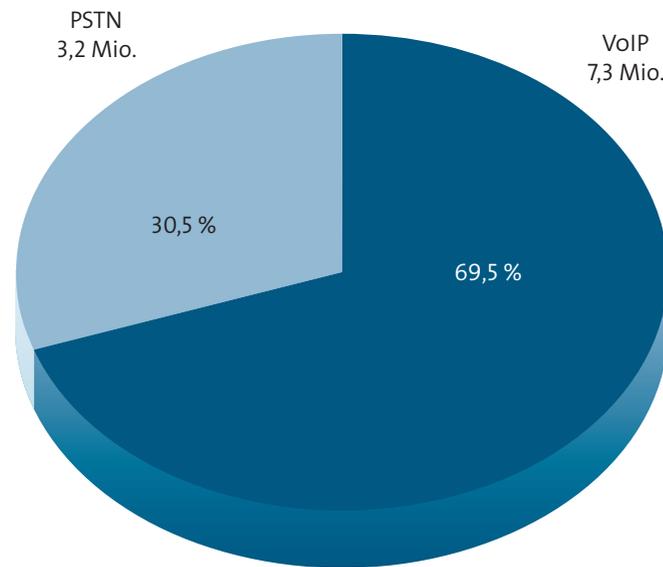


Telekom Deutschland



100 % = 20,6 Mio.

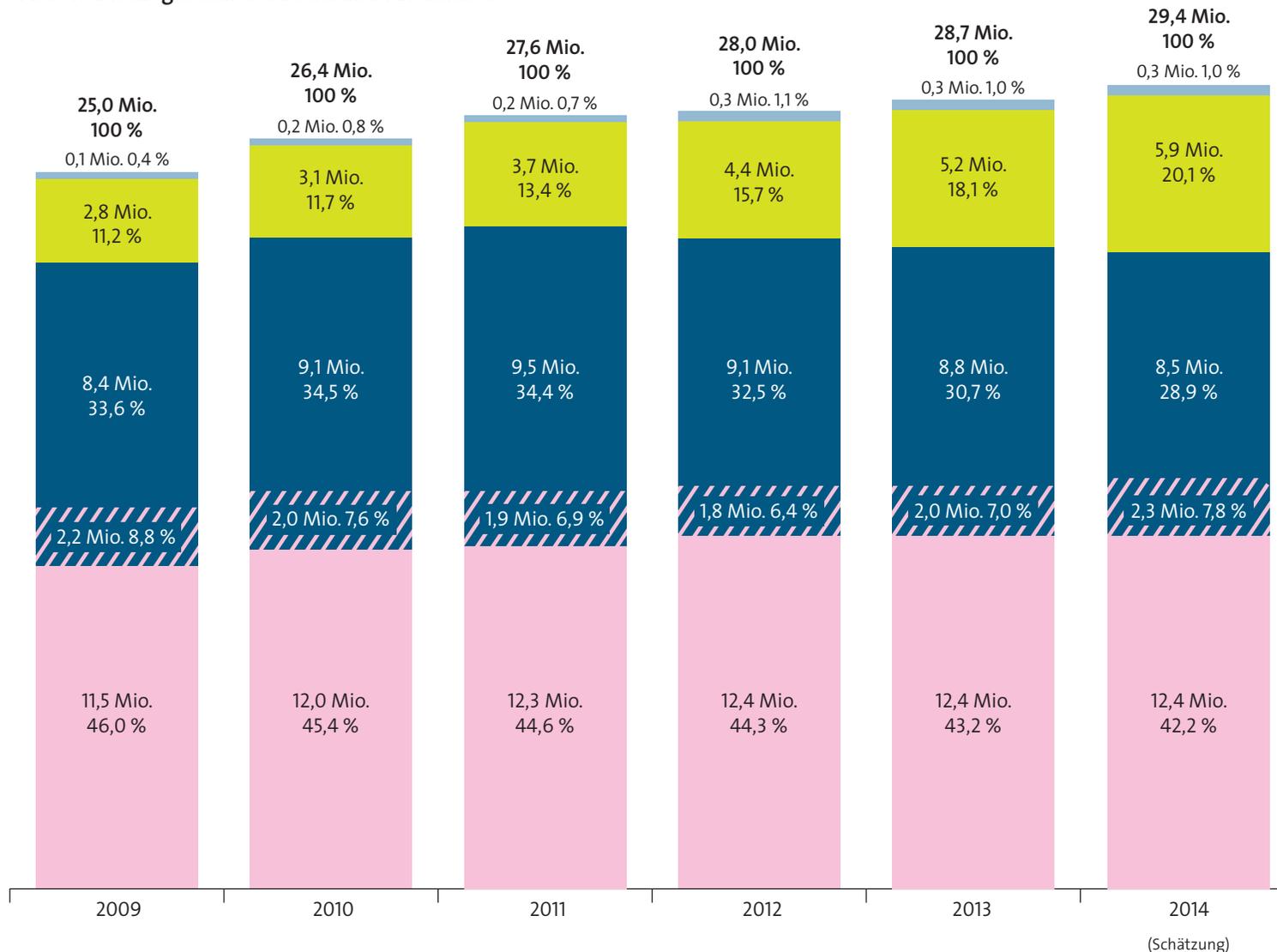
TK-Wettbewerbsunternehmen



100 % = 10,5 Mio.

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^a



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

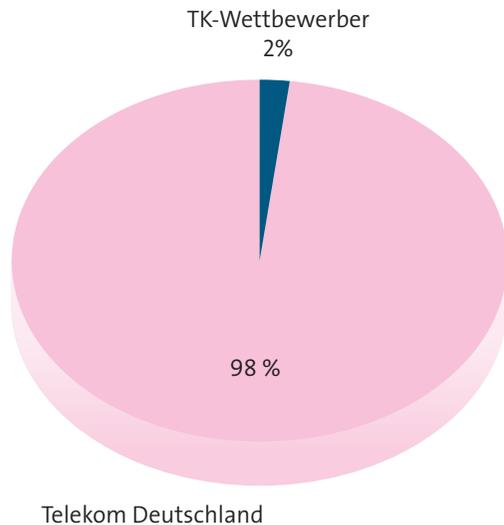
- a) Andere Breitbandzugangsarten wie Powerline oder Satellit erreichen in dieser Darstellung keine relevanten Anteile.
- b) Alternative Anschlussnetzbetreiber (ANB), die eigene Anschlussnetze (meist auf Basis von Telekom-Teilnehmeranschlussleitungen) betreiben.
- c) Von der Telekom Deutschland betriebene 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^a

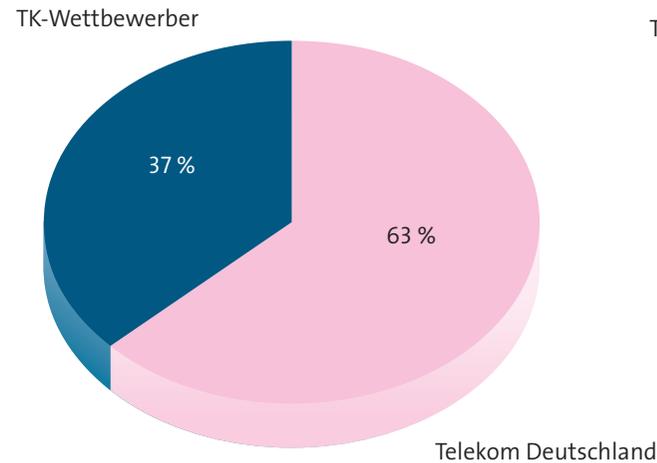


Eigentümer-Anschlussleitung^b



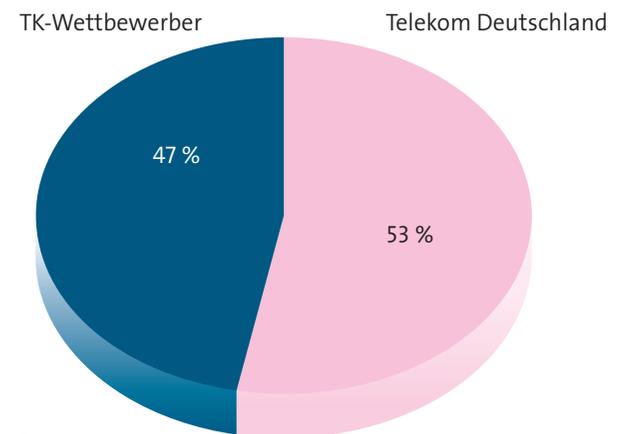
100 % = 23,5 Mio.

Eigener oder über TAL-Anmietung realisierter technischer Anschluss^c



100 % = 23,5 Mio.

Kundenbeziehung^d

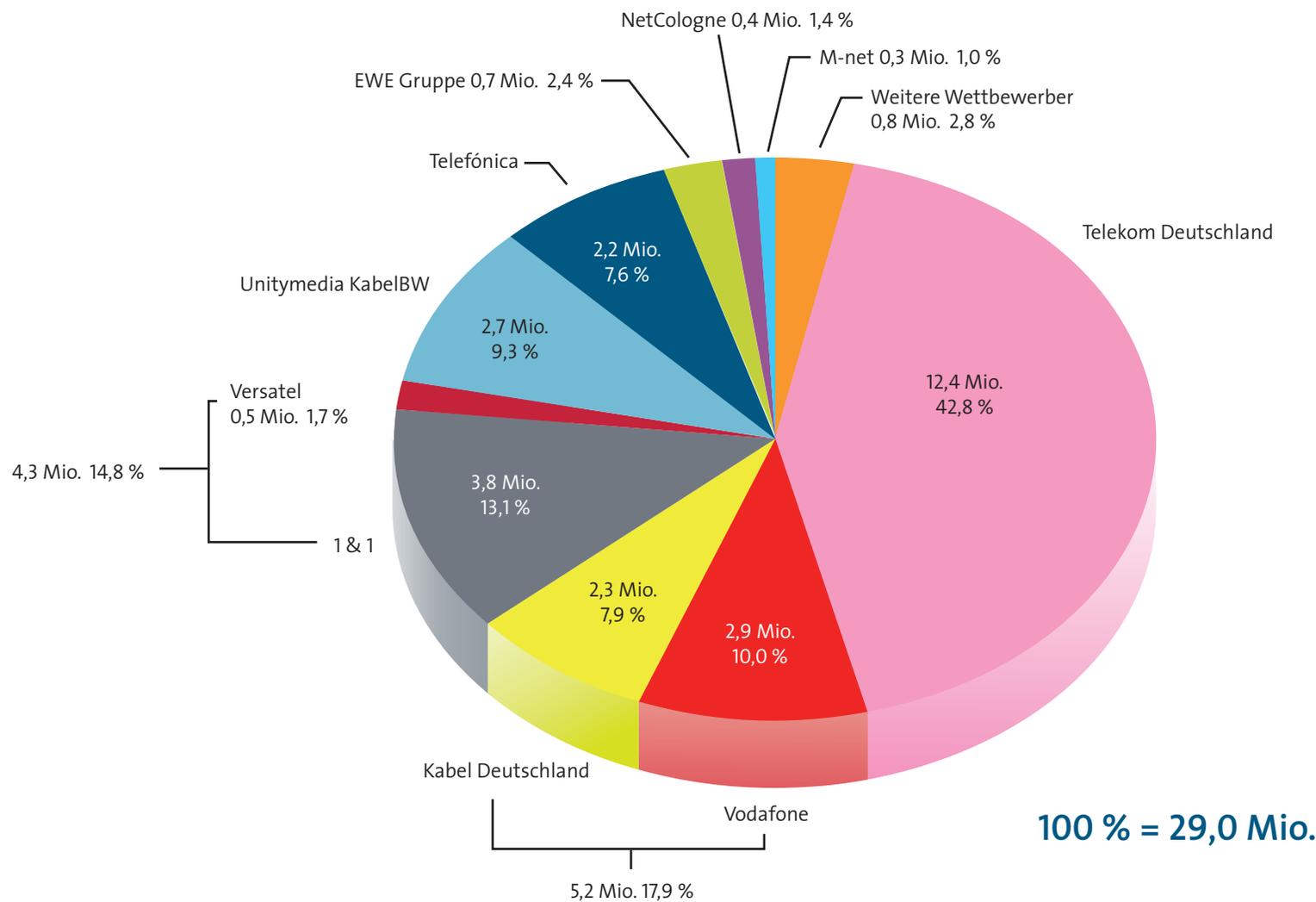


100 % = 23,5 Mio.

- 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.

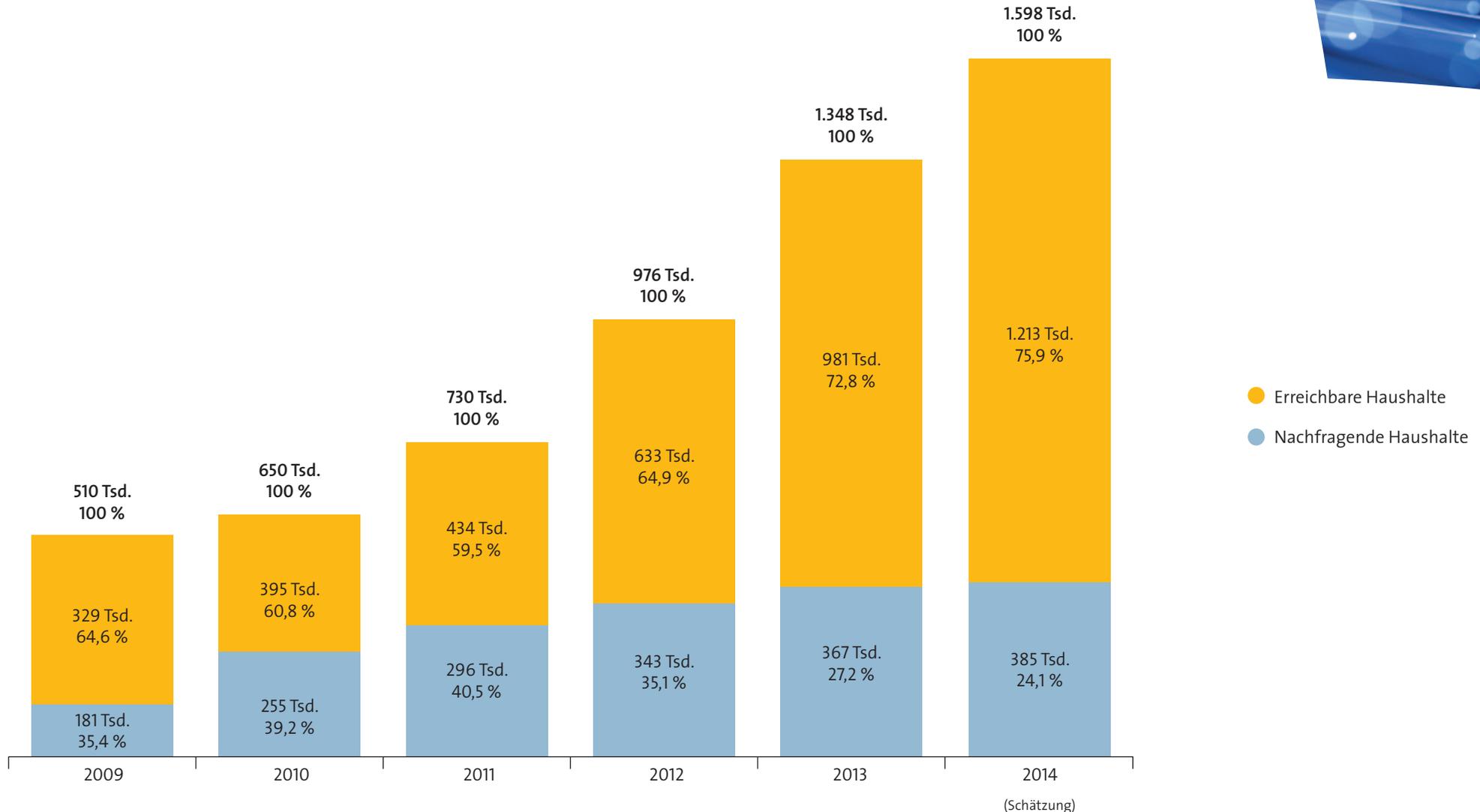
Durch die Übernahme von Kabel Deutschland erreicht Vodafone über 5 Millionen Breitbandkunden und ist damit stärkster Festnetz-Konkurrent von Marktführer Telekom

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



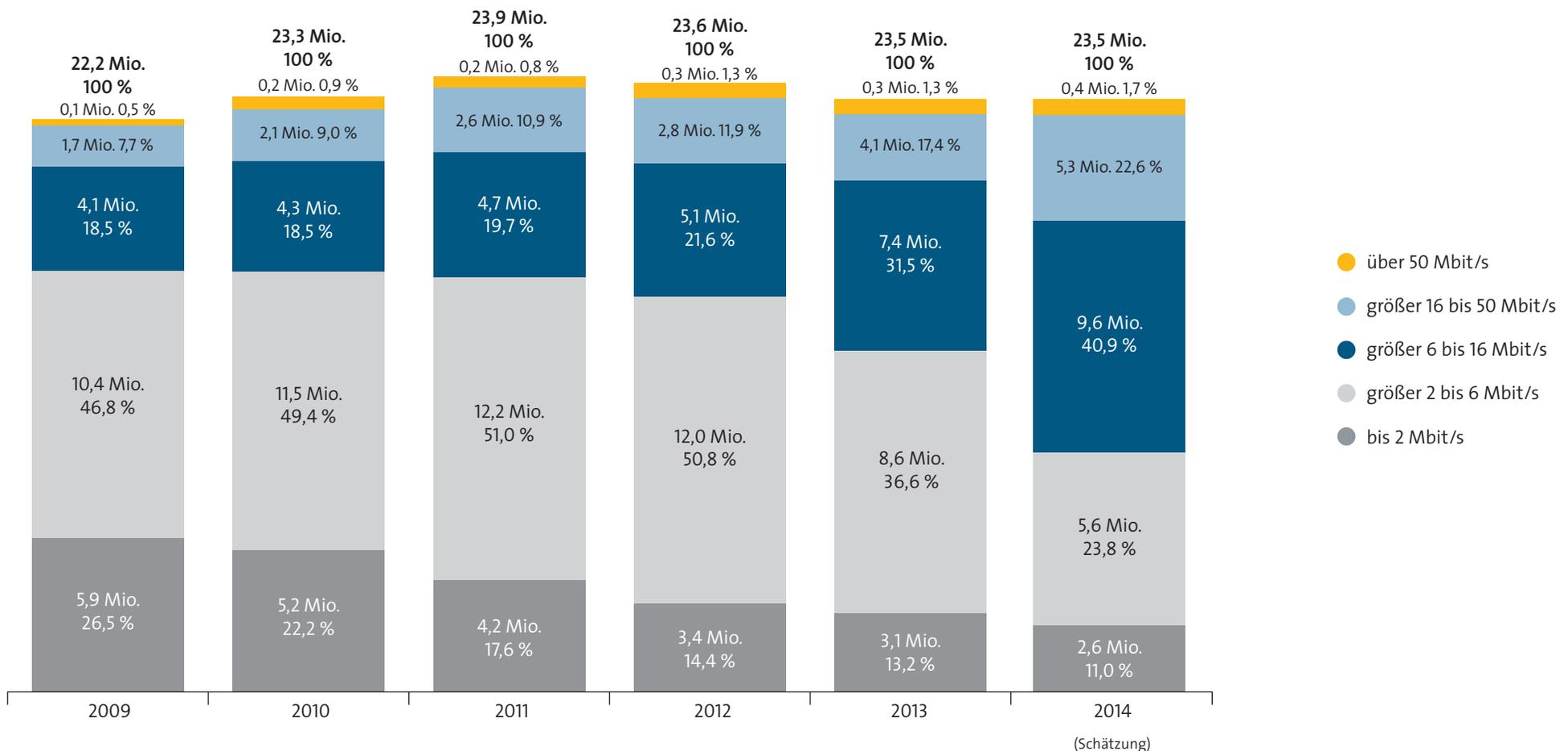
Obwohl in Deutschland 2014 knapp eine viertel Million FTTB/H-Anschlüsse neu gebaut werden, nimmt die Zahl der solche Anschlüsse nachfragenden Haushalte weiter nur sehr langsam zu

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



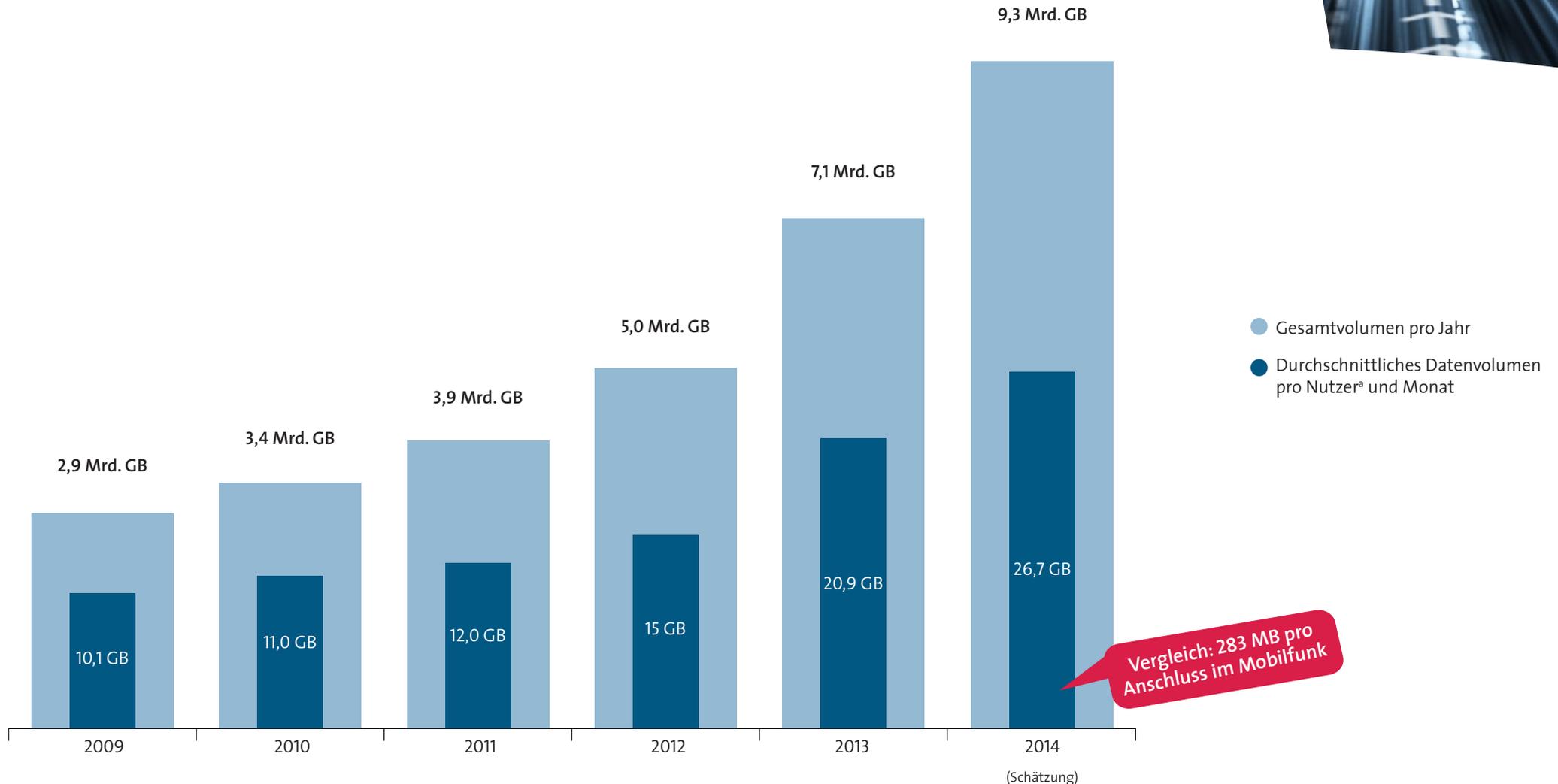
Die Nachfrage nach höheren Bandbreiten steigt im mittleren Bereich deutlich an. Bei höchstbitratigen Anschlüssen ist nur ein geringer Zuwachs zu verzeichnen

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



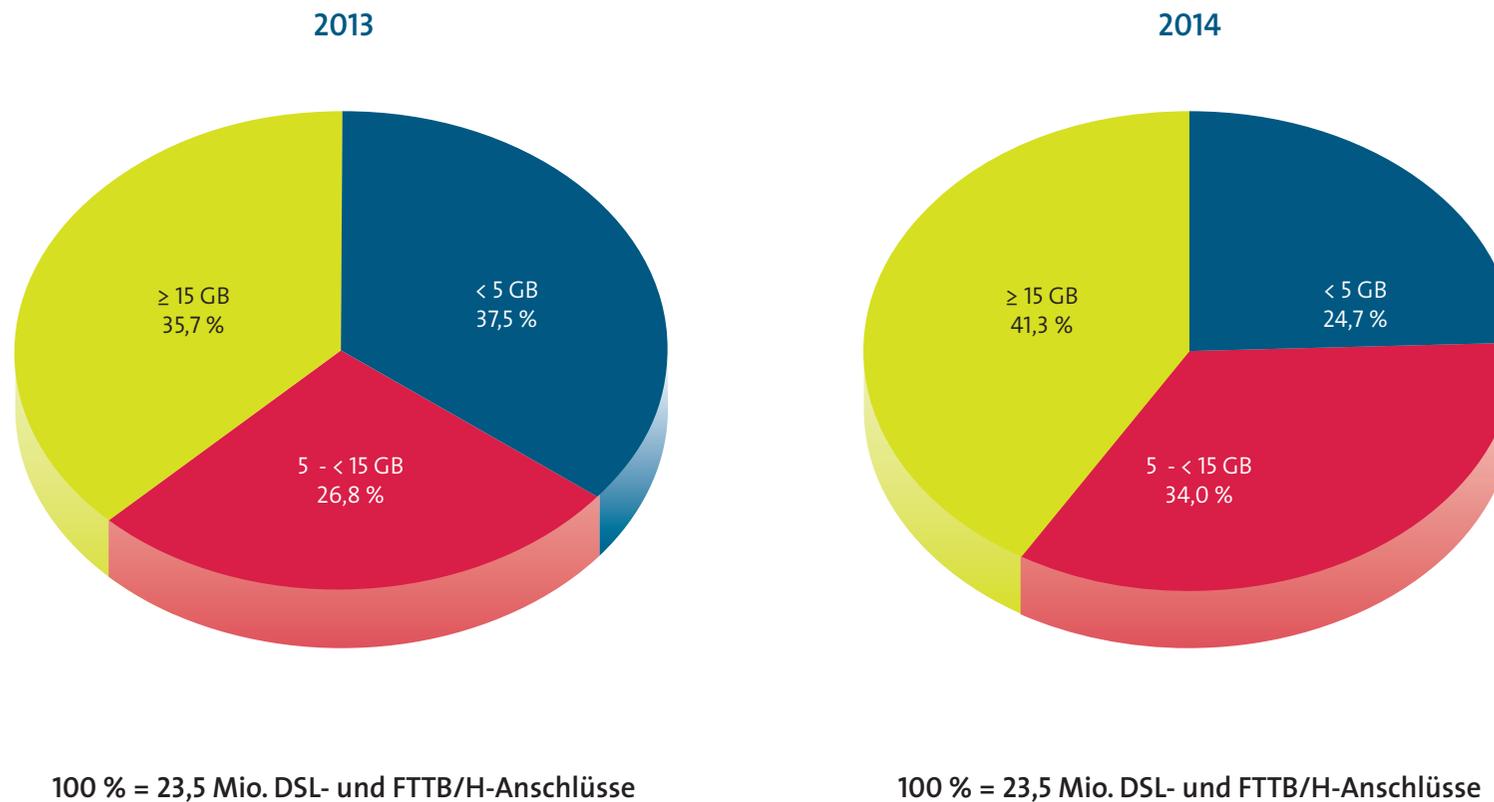
Das über Breitbandanschlüsse in Festnetzen abgewickelte Datenvolumen nimmt 2014 gegenüber dem Vorjahr um über 30 Prozent zu

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)

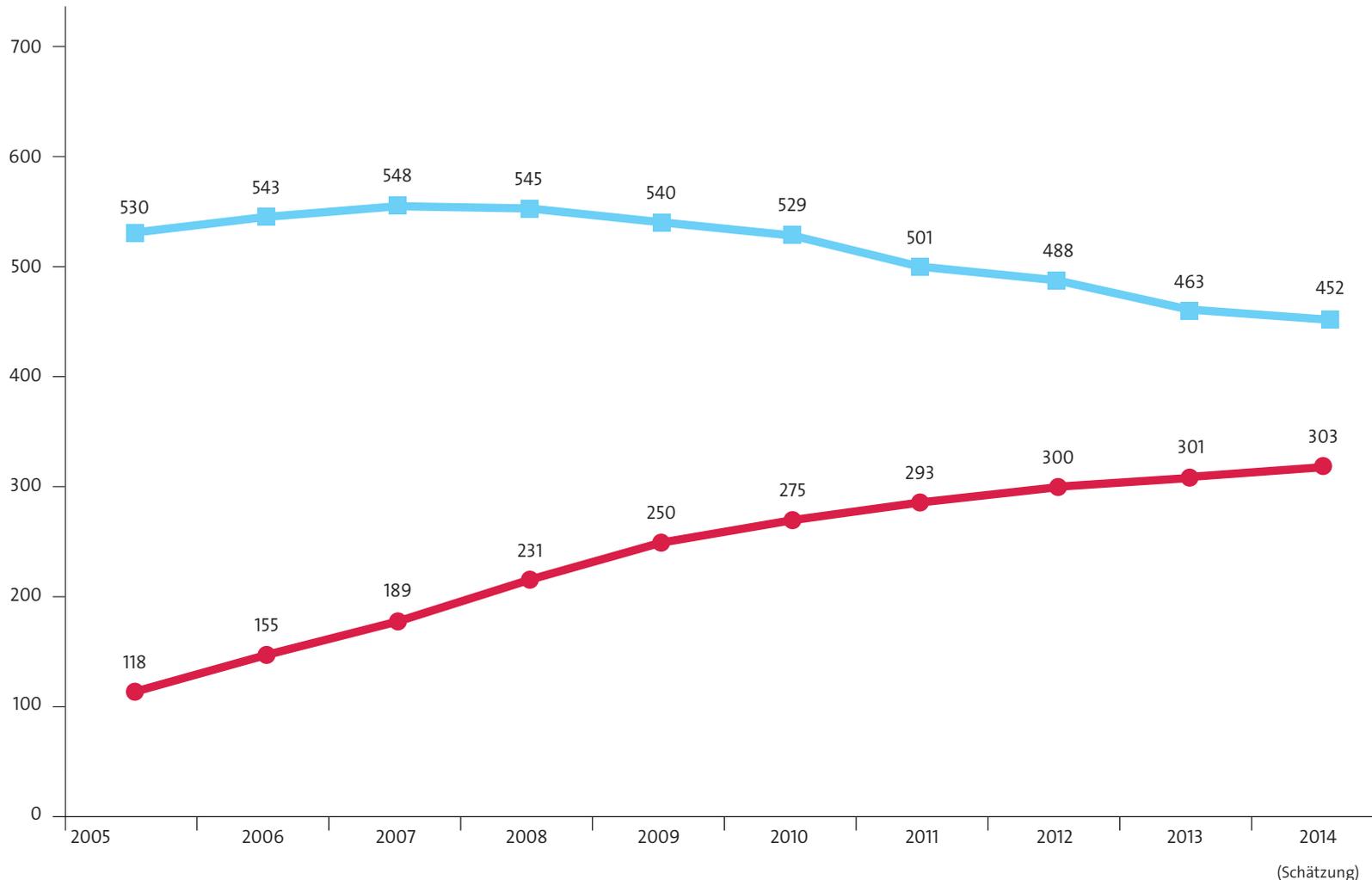


Kapitel III.

Mobilfunkmarkt

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

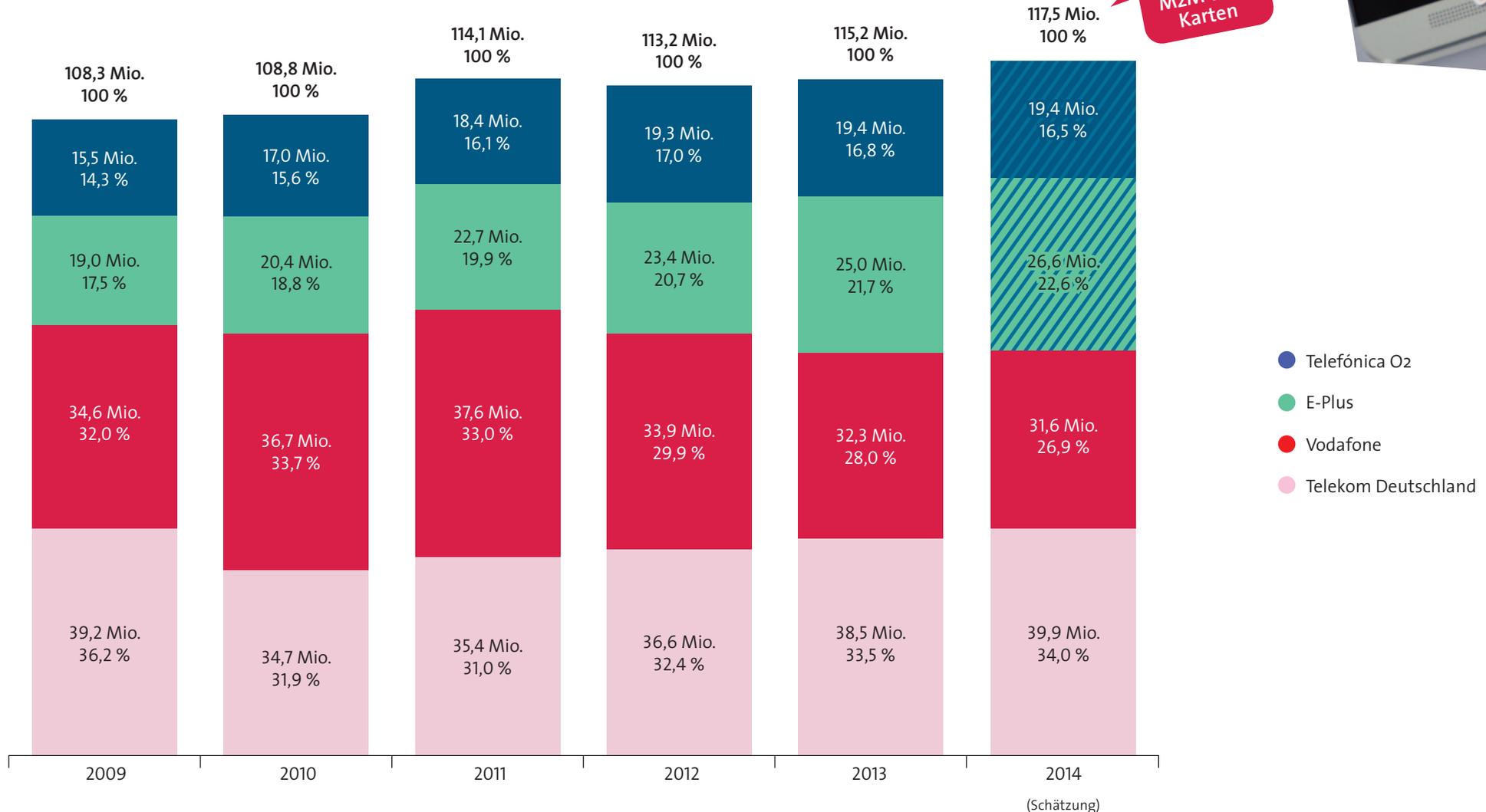
Abb. 18: Von Festnetz- und Mobilfunkanschlüssen abgehende Sprachverbindungsminuten
(in Mio. Min. pro Tag)



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

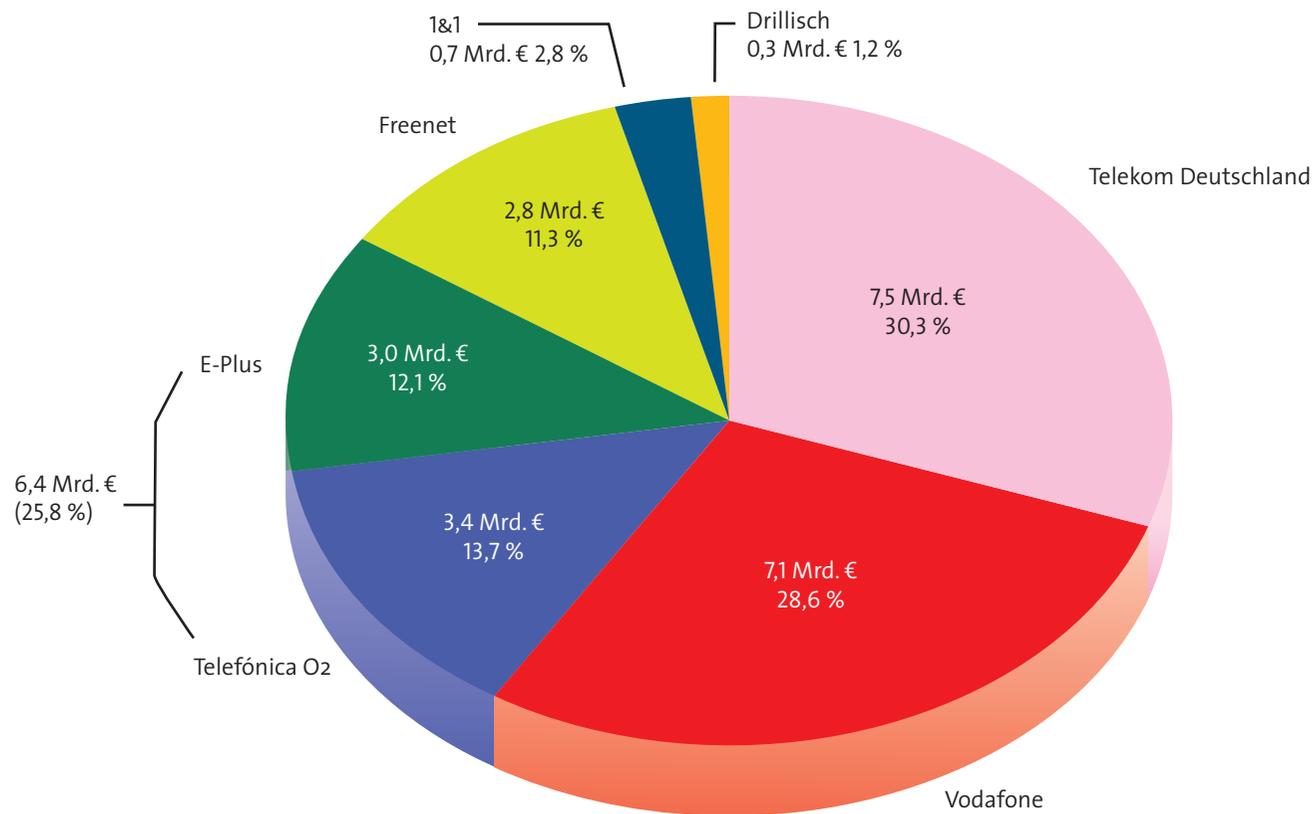
Die Zahl der aktivierten SIM-Karten nimmt 2014 um etwa 2 Millionen zu – Statistisch entfallen damit auf jeden Menschen in Deutschland fast 1,5 Karten

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



Mit der Fusion von Telefónica O₂ und E-Plus entsteht ein neuer starker Player. Den zweitgrößten Umsatz nach der Telekom wird 2014 aber weiter Vodafone erzielen

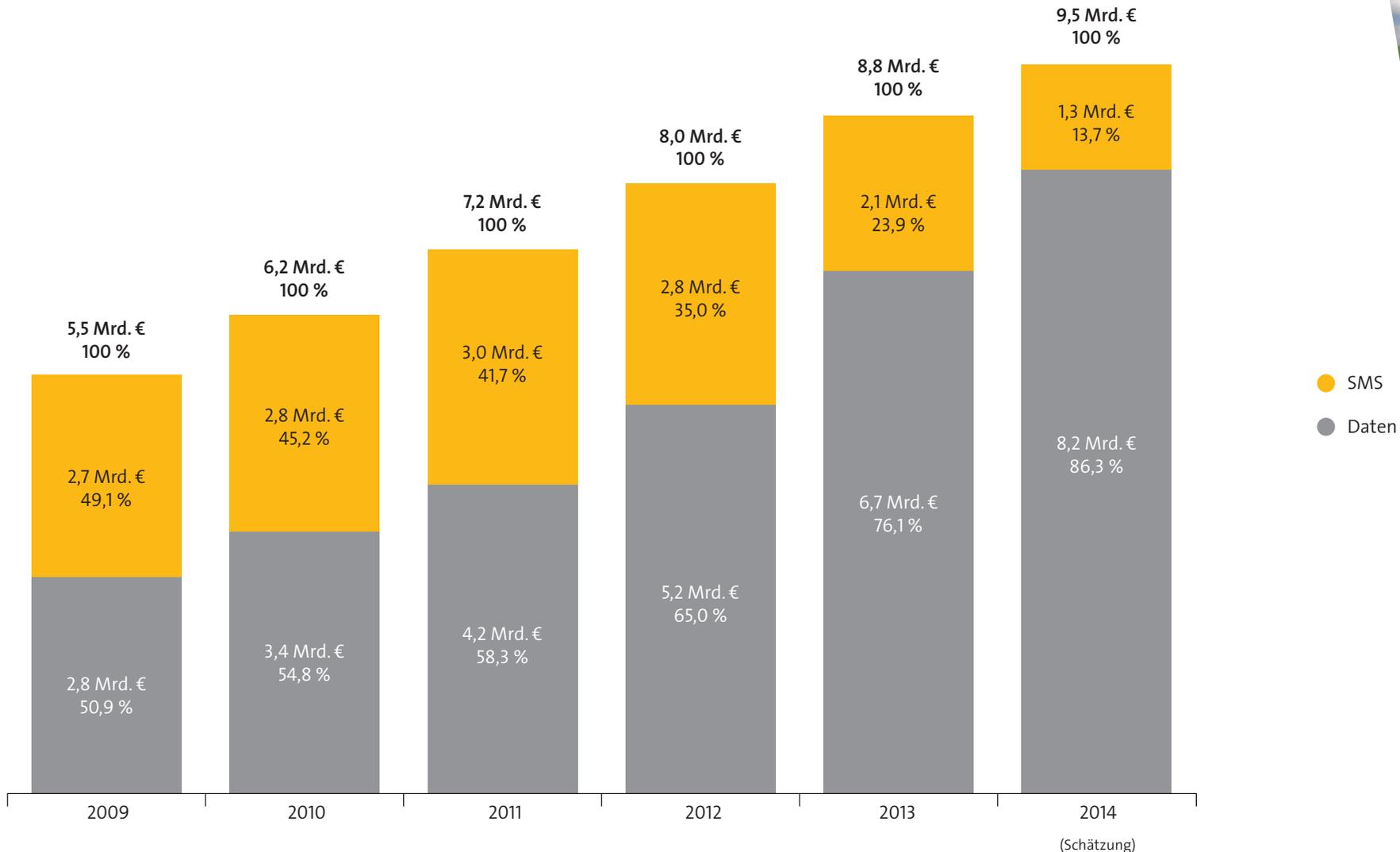
Abb. 20: Mobilfunkumsätze nach Netzbetreibern und Service Providern (Schätzung für 2014, inkl. Interconnection, Wholesale und Endgeräte)



100 % = 24,8 Mrd. €

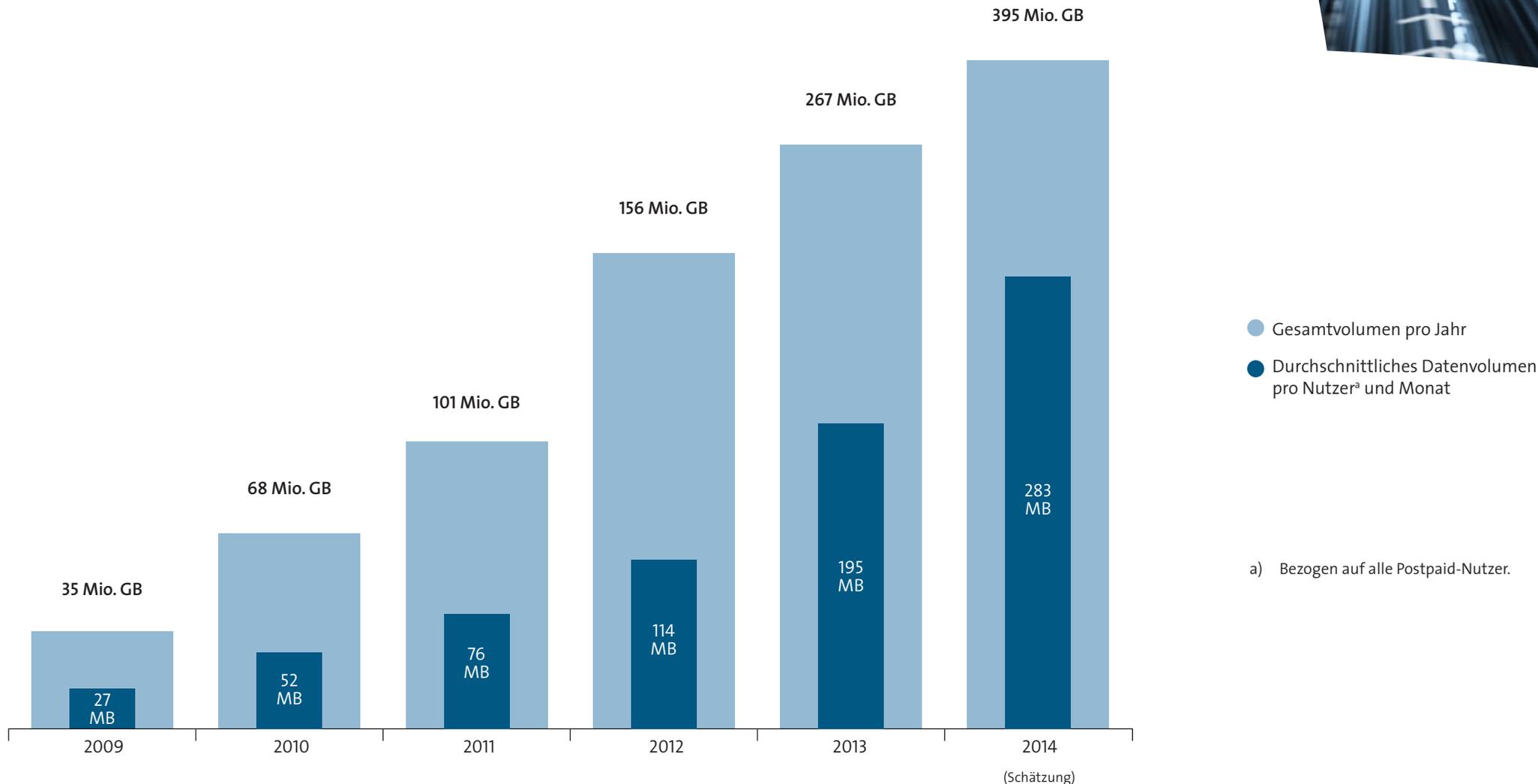
Der SMS-Umsatz ist innerhalb von zwei Jahren um 1,5 Milliarden Euro zurückgegangen, während der Umsatz mit mobilen Internetzugängen im gleichen Zeitraum um 3,0 Milliarden Euro zugelegt hat

Abb. 21: Non-Voice-Diensteumsätze im Mobilfunk



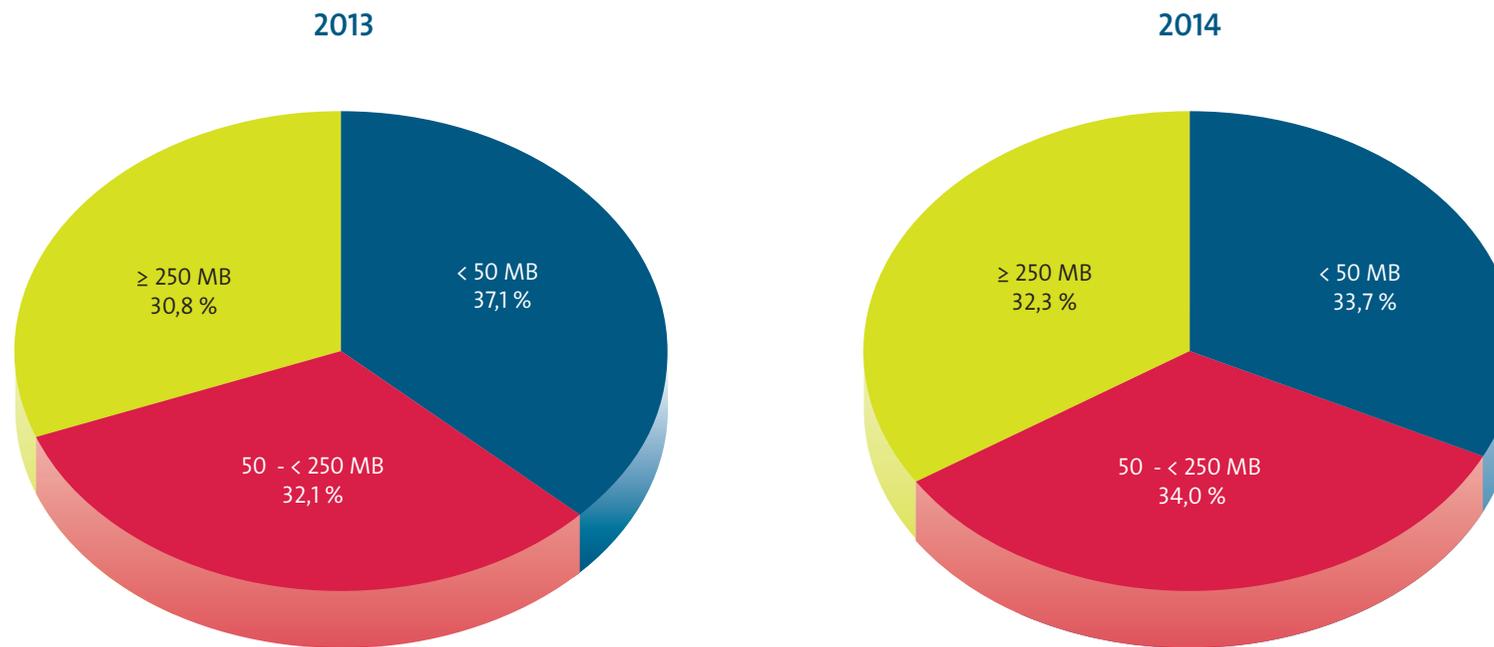
Der mobile Datenverkehr pro SIM-Karte steigt 2014 um 45 Prozent gegenüber dem Vorjahr

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)



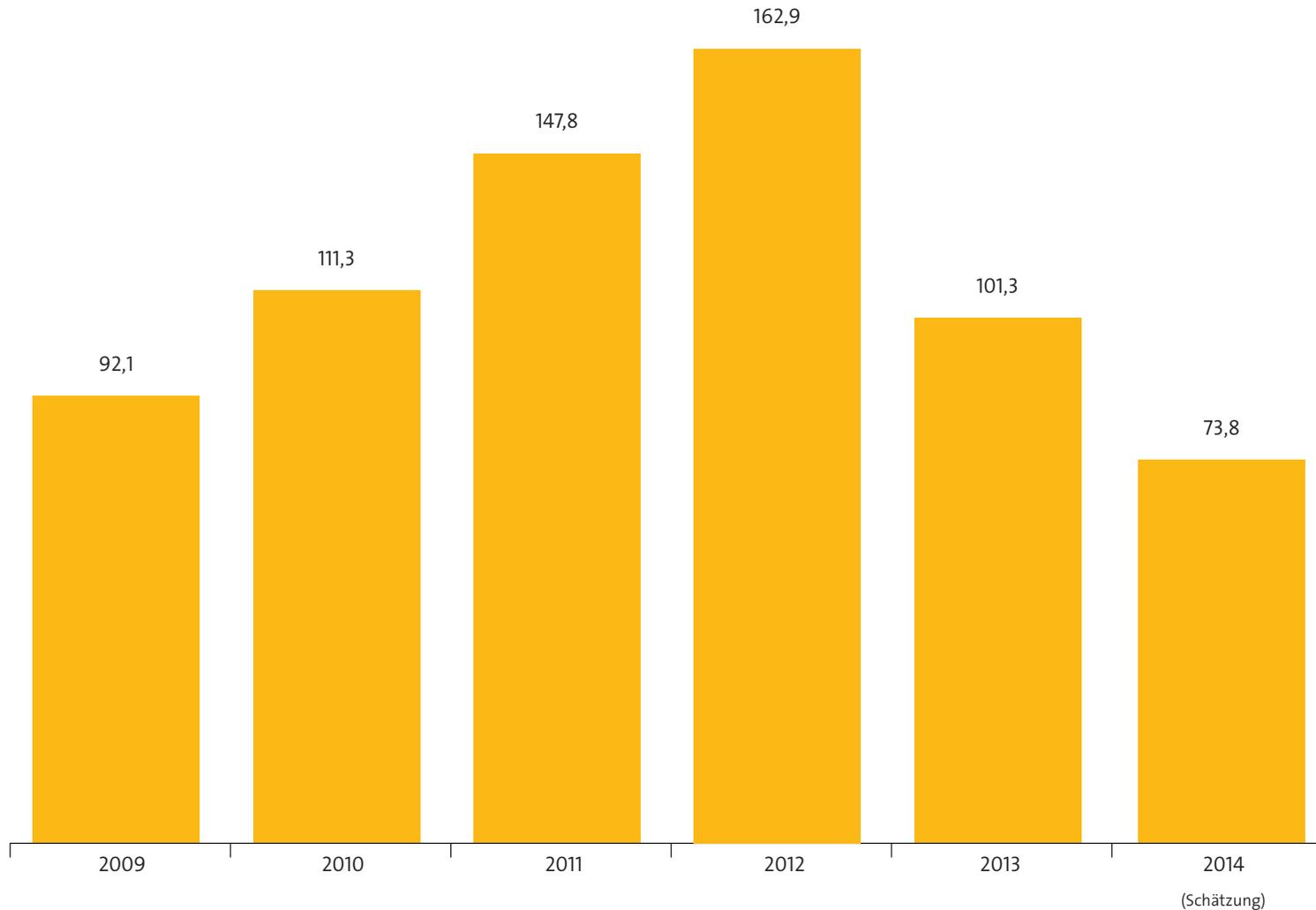
Etwa 45 Prozent des mobilen Datenvolumens wird durch LTE-Netze und -Endgeräte übertragen

100 % = 115,2 Mio. Mobilfunkanschlüsse

100 % = 117,5 Mio. Mobilfunkanschlüsse

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)



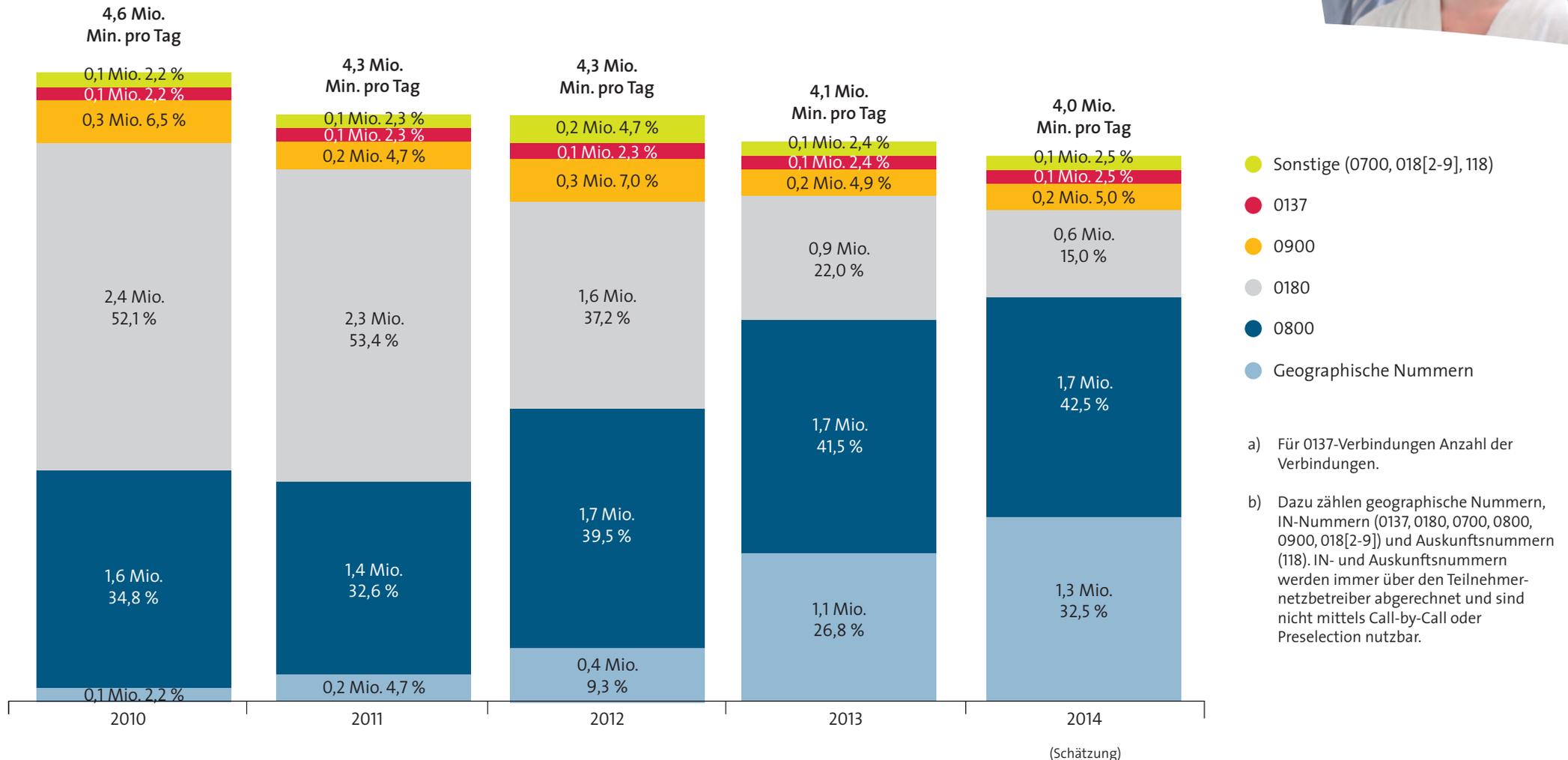
Kapitel IV.

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^a mit Servicenummern^b nach Nummerntyp

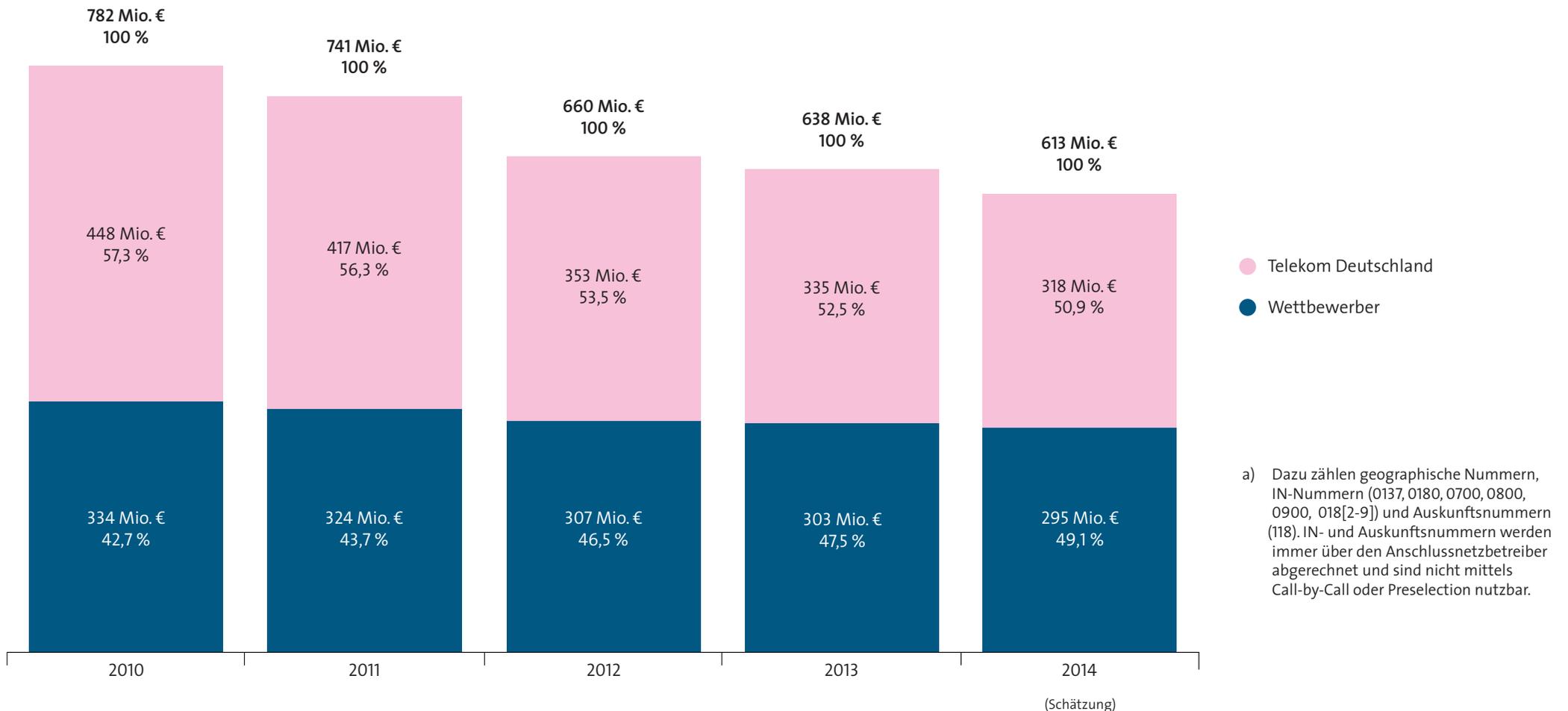


- a) Für 0137-Verbindungen Anzahl der Verbindungen.
- b) Dazu zählen geographische Nummern, IN-Nummern (0137, 0180, 0700, 0800, 0900, 018[2-9]) und Auskunftsnnummern (118). IN- und Auskunftsnnummern werden immer über den Teilnehmer-netzbetreiber abgerechnet und sind nicht mittels Call-by-Call oder Preselection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

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



Abb. 26: Umsatz mit Servicenummern^a



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

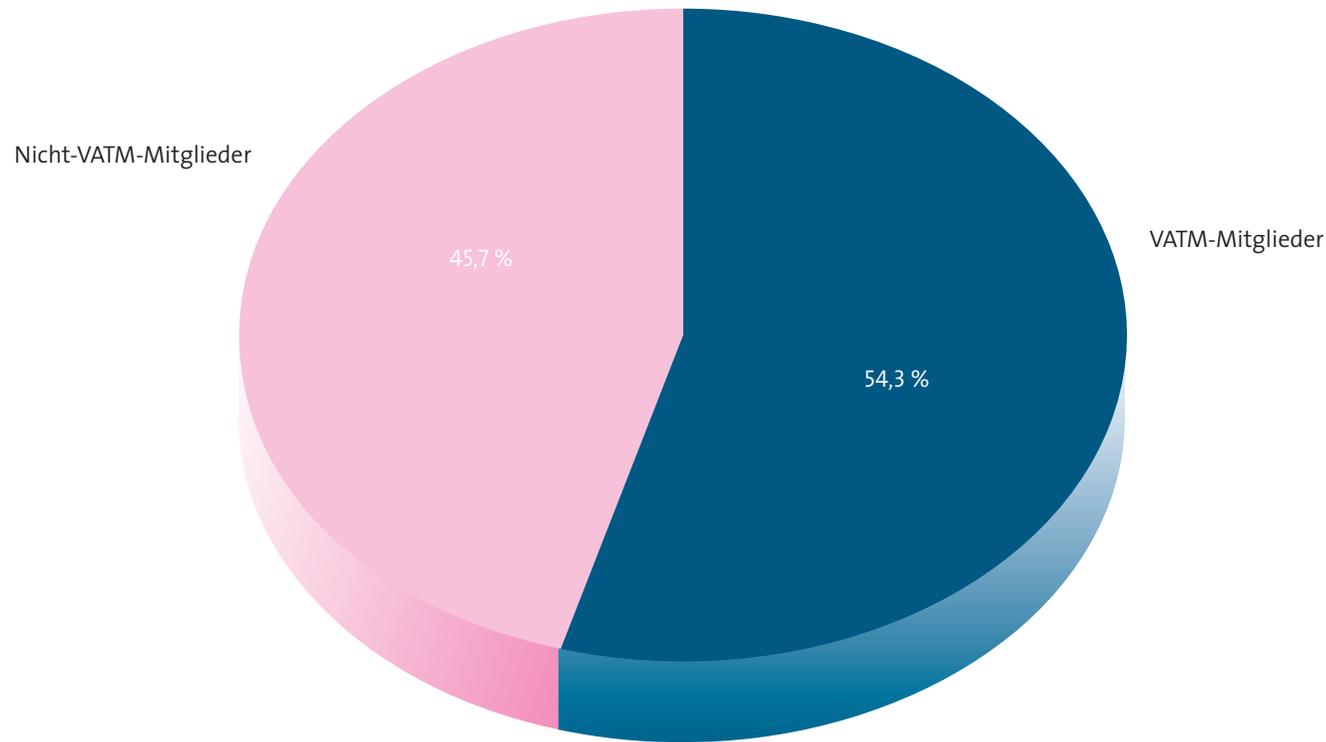
Im VATM sind rund 35 der wichtigsten Anbieter von fest- und mobilfunknetzbasiernten TK-Diensten in Deutschland organisiert

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

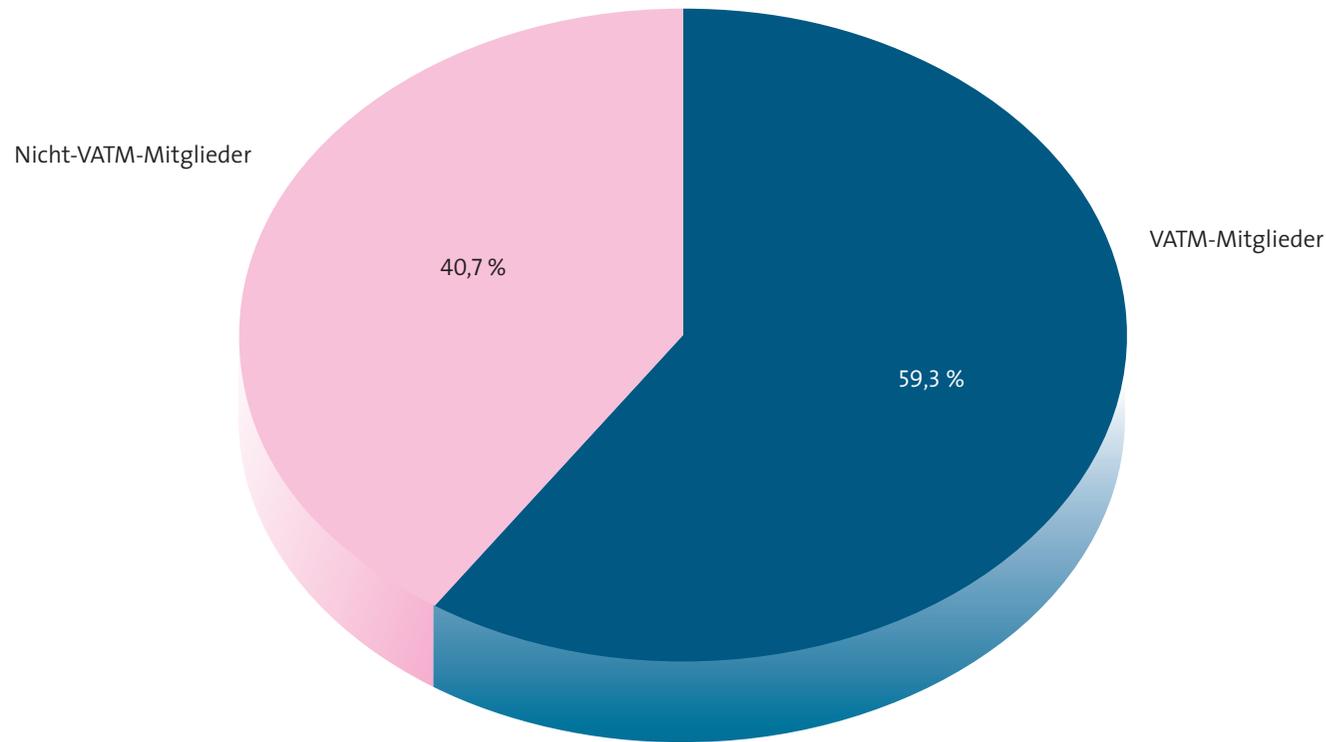
Abb. 28: Umsatzanteil VATM-Mitglieder im Vergleich zu anderen Wettbewerbsunternehmen 2014



100 % = 37,4 Mrd. €

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

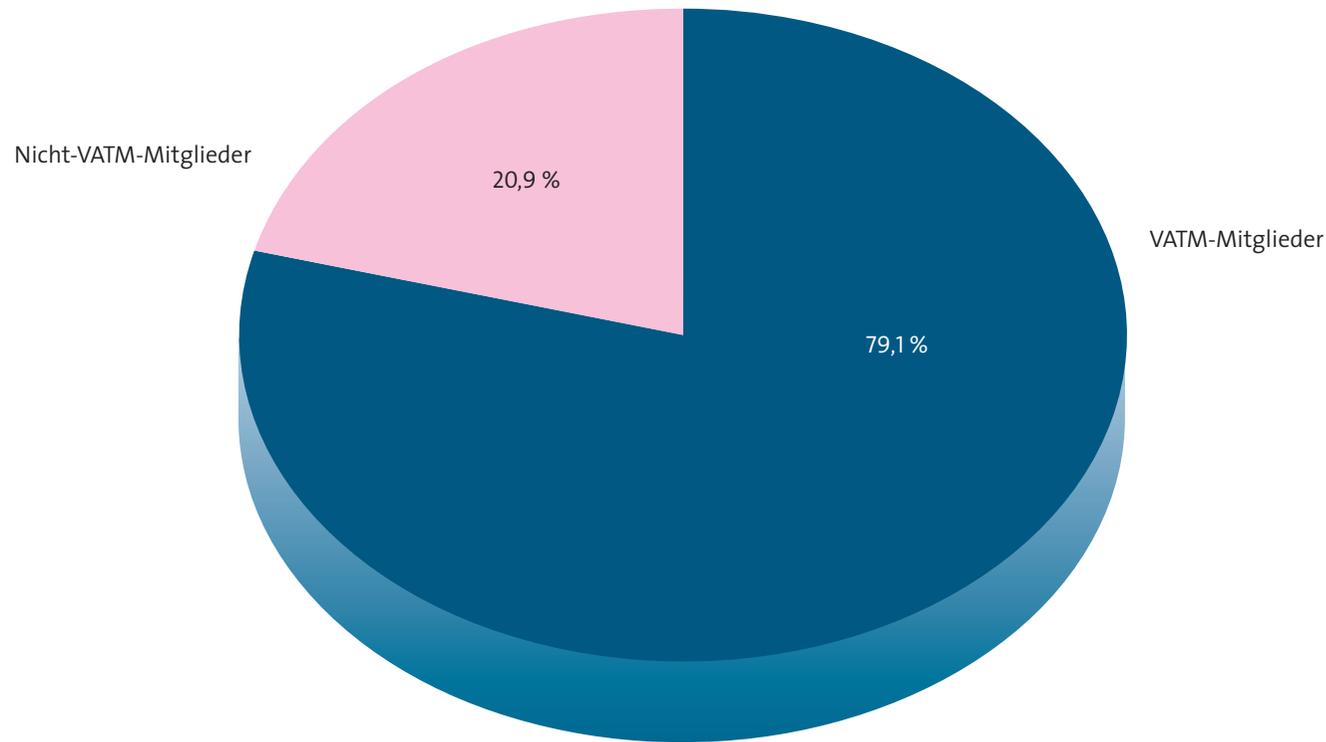
Abb. 29: Beschäftigtenanteil der VATM-Mitglieder im Vergleich zu anderen Wettbewerbsunternehmen Ende 2014



100 % = 52.600 Mitarbeiter

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

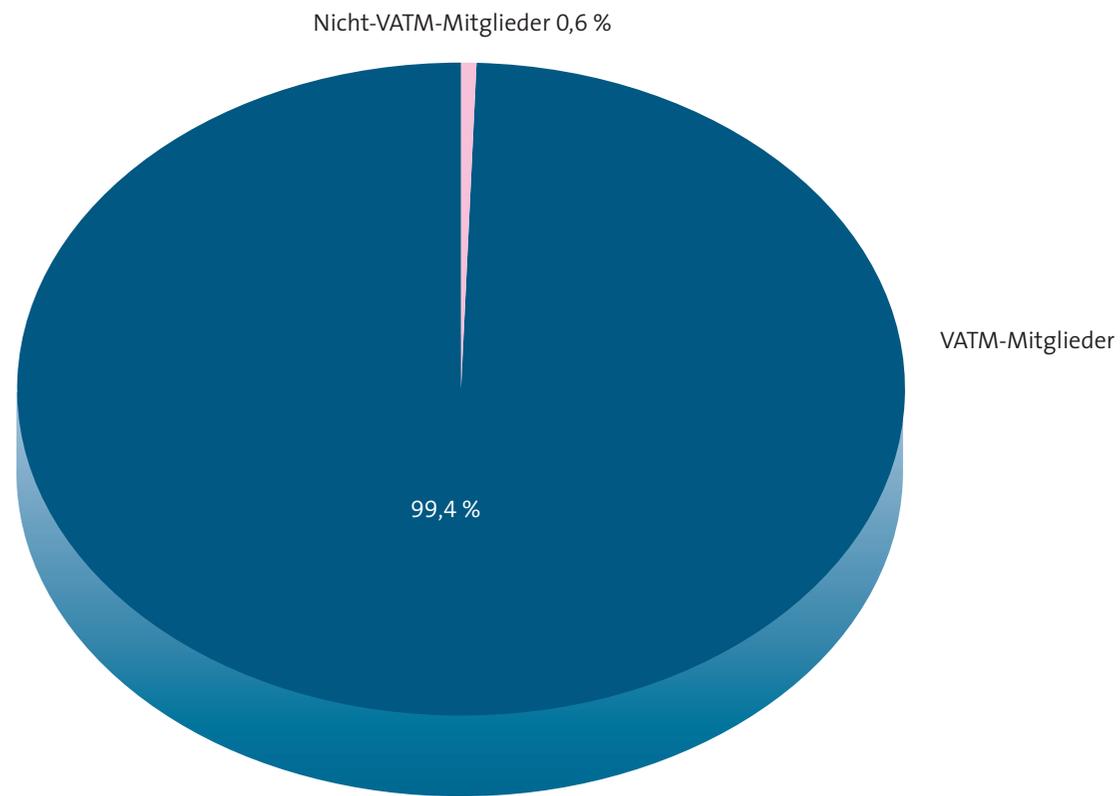
Abb. 30: Anteil der Festnetz-Breitbandkunden der VATM-Mitglieder im Vergleich zu anderen Wettbewerbsunternehmen Ende 2014



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. €