

p r e s s e - i n f o r m a t i o n

PM 20/II/2018 (Einzelergebnisse)

09.10.2018

VATM und DIALOG CONSULT stellen Studie zum deutschen Telekommunikationsmarkt 2018 vor – Die Ergebnisse im Einzelnen

I. Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland *(s. Studie anbei)*

Berlin, 9. Oktober 2018. In Deutschland werden 2018 rund 59,4 Milliarden Euro mit Telekommunikationsdiensten erzielt. Von den **Gesamtumsätzen** entfallen voraussichtlich 32,8 Milliarden Euro (55,2 Prozent) auf Festnetze und 26,6 Milliarden Euro (44,8 Prozent) auf Mobilfunknetze (Abb. 1). Der Umsatz des Gesamtmarktes steigt in diesem Jahr im Vergleich zum Vorjahr leicht um 0,1 Milliarden Euro (+0,2 Prozent). Während der Umsatz der TK-Wettbewerber im **Festnetz** mit 13,3 Milliarden Euro um 0,2 Milliarden Euro und damit 1,5 Prozent im Vorjahresvergleich zurückgeht und der der Telekom konstant bleibt (13,8 Milliarden Euro), legen die Kabelnetzbetreiber erneut um 0,2 Milliarden Euro auf 5,7 Milliarden Euro zu (Abb. 2+4). Die Telekom baut im reinen TK-Festnetzmarkt (ohne Kabelnetzbetreiber) mit 50,9 Prozent Umsatzanteil ihre Stellung als marktbeherrschender Anbieter noch etwas aus. Bezieht man die Kabelnetzbetreiber mit ein, kommt der Ex-Monopolist immer noch auf 42,1 Prozent des im Festnetz erzielten Umsatzes (Abb. 2).

Die Telekom erreicht im Teilmarkt **Mobilfunk** fast ein Drittel des Umsatzes (30,1 Prozent, 8,0 Milliarden Euro), die Wettbewerber erzielen mit Netzbetreibern und Providern 69,9 Prozent (18,6 Milliarden Euro) (Abb. 2). Damit sinkt der Umsatz der Telekom in diesem Teilmarkt leicht um 0,1 Milliarden Euro, der der Wettbewerber steigt hingegen hier um schätzungsweise 0,2 Milliarden Euro (+1,1 Prozent).

Beim Blick auf die Kundengruppen zeigt sich: 37,8 Milliarden Euro werden in 2018 mit **Privatkunden** erzielt werden (+0,3 Prozent) (Abb. 3). Der Umsatz im **Geschäftskunden**-Bereich bleibt im Vergleich zum Vorjahr mit 21,6 Milliarden Euro stabil. Seit 2013 ist der Umsatz hier jedoch insgesamt um fast 10 Prozent gesunken. „Der Geschäftskundenmarkt ist seit Jahren rückläufig, da zum einen TK-Lösungen für Unternehmen günstiger geworden sind und zum anderen die Anzahl der Unternehmen aufgrund anhaltender Konsolidierungstrends abnimmt“, erläutert Studienautor Prof. Dr. Torsten J. Gerpott, wissenschaftlicher Berater der Unternehmensberatung DIALOG CONSULT GmbH und Inhaber des Lehrstuhls für TK-Wirtschaft an der Universität Duisburg-Essen. Die Wettbewerber verlieren im Geschäftskundenmarkt von 2013 bis 2018 2 Milliarden Euro Umsatz, können im Privatkundenmarkt im gleichen Zeitraum jedoch „nur“ ein Umsatzwachstum von 1,9 Milliarden Euro verbuchen.

Weiterhin rückläufig ist auch die Zahl der Gesprächsminuten (Abb. 5). Das gesamte Telefonie-Sprachvolumen ist seit 2012 rückläufig. 2018 wird jeder Bürger noch durchschnittlich pro Tag fast 11 Minuten telefonieren. „Offensichtlich ändern die Kunden hier ihre Gewohnheiten, da das Volumen trotz zunehmender Verbreitung von Sprach-Flatrates sinkt. Ein Grund dafür ist, dass Telefonate zunehmend durch Messaging ersetzt werden“, so TK-Experte Prof. Gerpott. Dabei schrumpft in 2018 das Festnetzsprachvolumen erneut um 15 Millionen Minuten pro Tag auf 325 Millionen Minuten pro Tag (-4,4 Prozent) und das Mobilfunksprachvolumen

leicht von 309 auf 306 Millionen Minuten pro Tag (-1,0 Prozent) – die Nutzung von OTT¹-Verbindungen nimmt im gleichen Zeitraum um 1,9 Prozent auf 265 Millionen Minuten täglich zu. Sie decken damit inzwischen fast ein Drittel der Gesamtverbindungsminuten ab.

Bei nahezu gleichbleibendem Gesamtumsatz werden die Unternehmen 2018 insgesamt 8,3 Milliarden Euro in TK-Sachanlagen **investieren** (2017: 8,2 Milliarden Euro) (Abb. 6). Die Wettbewerber investieren rund 4,1 Milliarden Euro, die Telekom 4,2 Milliarden Euro. Die alternativen TK-Anbieter investieren dabei insbesondere in den Breitbandausbau auf dem Land und in den Ausbau der nachhaltigen und zukunftsfähigen FTTB/FTTH-Infrastruktur, während die Telekom bislang vor allem ihr altes Kupfernetz aufrüstet (Vectoring).

Mit Blick auf die **Mitarbeiterzahlen** berichtet Prof. Gerpott: „Die Telekom baut erneut 3.100 Stellen ab, aber auch die Wettbewerber verringern ihren Personalbestand um 1.800.“ Damit weist die Deutsche Telekom hierzulande Ende 2018 noch rund 98.800 Stellen auf, die Wettbewerber 49.600 (Abb. 7).

II. Festnetzmarkt

Die Kunden der alternativen Anbieter telefonieren in diesem Jahr durchschnittlich rund 5,3 Milliarden Minuten monatlich im Festnetz (2017: 5,5 Milliarden Euro) (Abb. 8). Nachdem die Wettbewerber vor 20 Jahren nach einem Jahr Liberalisierung bereits 1,2 Milliarden Minuten erreichten, wurde vor 10 Jahren mit 8 Milliarden Minuten der Höhepunkt erreicht. Seitdem nehmen die Sprachminuten, die von den Wettbewerbern vermittelt werden, kontinuierlich ab. Diese rückläufige Entwicklung kommt durch die abnehmende Telefonnutzung und die zurückgehende Anschlusszahl zustande. Entsprechend ist auch der Anteil von **Call-by-Call** und **Preselection** weiter zurückgegangen. Im Jahr 2018 telefonieren die Nutzer dieser Dienste dennoch wie im Vorjahr 0,4 Milliarden Minuten im Monat, dies entspricht einem Sprach-Minutenvolumen von 7,5 Prozent bei den Wettbewerbern. Das Minuten-Volumen von Call-by-Call ist zwar weiter rückläufig, die Nutzung der Sparvorwahlen nimmt bezogen auf die potenziellen Nutzer (Telekom-Anschluss, keine Flatrates) mit 88,6 Minuten pro Anschluss und Monat um 8,7 Prozent zu (Abb. 9). „Die Sparvorwahlen Call-by-Call und Preselection waren in den frühen Jahren der Liberalisierung wichtige Instrumente zur freien Netzbereitstellung. Beim Start 1998 machten sie 100 Prozent der Wettbewerber-Minuten aus. Auch heute noch sind sie bei Telekom-Anschlüssen ohne Flatrate-Tarife eine wichtige und preiswerte Alternative“, sagt Prof. Gerpott.

Die Gesamtzahl der aktiven **Breitbandanschlüsse** wächst 2018 um 1,1 Millionen (+3,3 Prozent) auf 34,3 Millionen Anschlüsse (Abb. 10). In den 2000er Jahren ist die Zahl der Anschlüsse sprunghaft von 1,9 in 2001 auf 25,0 Millionen im Jahr 2009 gestiegen. In den vergangenen fünf Jahren ist sie insgesamt um fast ein Fünftel gestiegen. Ende 2018 wird es sich bei 73,5 Prozent um (V)DSL/Vectoring-Anschlüsse (25,2 Millionen) handeln, bei 23,6 Prozent um Kabelnetzanschlüsse (8,1 Millionen) und bei 2,9 Prozent um FTTB/FTTH-Anschlüsse (1,0 Millionen). Da die Wettbewerbsunternehmen in den Anschlussgebieten, die von der Telekom Deutschland mit Vectoring-Technik versorgt werden, nur noch einen Bitstrom²-Zugang nutzen können, nimmt der Anteil der Telekom-Resale-Anschlüsse dramatisch

¹ OTT: Mit Over-the-top (OTT) werden Dienste und Inhalte bezeichnet, die von Unternehmen ohne eigene Anschlussnetze über das Internet verbreitet werden. OTT-Anbieter sind z. B. Netflix, Apple, Skype oder Youtube.

² Der Bitstrom-Zugang ist ein entbündeltes Vorleistungsprodukt, d. h. hier wird nicht nur die Kupferleitung – TAL – zum Kunden physikalisch zur Verfügung gestellt, sondern auch der Transport der Daten bis zu einem Punkt im Netz, an dem der Wettbewerber diese Daten in das Netz der Telekom einspeisen darf. Hinsichtlich Qualität und Produktgestaltung bedeutet Bitstrom eine deutlich stärkere Abhängigkeit des Nachfragers vom Anbieter als bei der unbeschalteten TAL.

um ein Viertel und damit um 1,4 Millionen auf 7,0 Millionen zu (Abb. 11). Damit basieren bereits knapp 60 Prozent der DSL-Anschlüsse der Wettbewerber auf Telekom-Bitstrom-Vorleistungen. Bei den stationären DSL-Breitbandanschlüssen (25,2 Millionen) baut die Telekom mit einem Anteil von 81,3 Prozent (2017: 76,1 Prozent) ihre Dominanz auf dem Markt aus (inkl. Telekom Resale).

Die Vorleistungsprodukte der Telekom entwickeln sich komplementär. Die Zahl der gemieteten Teilnehmeranschlussleitungen (TAL) hat sich vom Höhepunkt in 2011 mit 9,7 Millionen nahezu halbiert (Abb. 12). „Zur Nutzung dieses Vorleistungsprodukts mussten die Wettbewerber umfangreiche Investitionen in Kollokationstechnik in den Hauptverteilern der Telekom tätigen und einen großen Teil dieser Investitionen mit dem Wegfall von 4,5 Millionen TAL seit 2012 abschreiben“, erläutert Prof. Gerpott. Durch die Quasi-Remonopolisierung mit Vectoring der Telekom in den Hauptverteiler-Nahbereichen stehen nur noch 5 Millionen TAL 7 Millionen Bitstrom-Zugängen gegenüber. „Innerhalb der nächsten fünf Jahre werden TALs als Vorleistungsprodukt weiter drastisch an Bedeutung verlieren“, prognostiziert der TK-Experte. Durch den zunehmenden Zwang zu Bitstrom-Layer 2-Zugängen erhöht sich die Wertschöpfung der Telekom auf Kosten der Wettbewerber wieder – mit 25,9 Prozent macht die Telekom ein Viertel ihres Festnetzumsatzes mit Vorleistungen für Wettbewerbsunternehmen (Abb. 13). In den Fällen, in denen alternative Anbieter wegen Vectoring zum Umstieg auf Bitstrom-Angebote gezwungen werden, nimmt die Abhängigkeit von der Telekom zu und die Wertschöpfung der Konkurrenten ab (Abb. 14). Bei Zugängen auf Basis eines Bitstrom-Produkts Layer 2 – Beispiel für VDSL-100 Mbit/s-Vectoring – müssen die Wettbewerber hierfür und für weitere Vorleistungen 70 Prozent des Umsatzes an die Telekom Deutschland bezahlen.

Telekom Deutschland, Vodafone und 1&1 stellen Mitte des Jahres 2018 fast 73 Prozent der Breitbandanschlüsse (Abb. 15). Die Telekom behält mit fast 40 Prozent Endkundenanteil die Spitzenposition am **Breitbandmarkt**. Nach der Telekom ist Vodafone (inkl. Kabel Deutschland) der zweitgrößte Anbieter. Ihr Anteil liegt mit 6,7 Millionen Breitbandkunden bei rund 20 Prozent. Auf dem dritten Platz folgt mit 4,4 Millionen Breitbandkunden und 13,1 Prozent Marktanteil 1&1. Dahinter liegen Unitymedia (10,4 Prozent) und Telefónica (5,9 Prozent).

Die Zahl der Haushalte, denen Carrier einen **echten Glasfaseranschluss (FTTB/FTTH)** anbieten, wächst bis Ende 2018 um 18 Prozent auf 3,4 Millionen (Abb. 16). Der Bestand der aktiv genutzten Glasfaseranschlüsse bis zum Gebäude des Endkunden steigt laut Studie bis Ende des Jahres erstmals auf mehr als 1 Million – dies entspricht einem Plus von 24 Prozent. Von den 3,4 Millionen echten Glasfaseranschlüssen (homes passed) werden bereits knapp 30 Prozent von den Kunden genutzt (homes connected). Treiber des Glasfaserausbaus sind eindeutig die Wettbewerberunternehmen, die knapp 90 Prozent aller genutzten FTTB/H-Anschlüsse in den Haushalten zur Verfügung stellen (Abb. 17). Die Telekom konzentriert sich ganz überwiegend auf den Ausbau ihrer Kupfernetze mit Vectoring. „Während die Wettbewerbsunternehmen eine Take-Up-Rate von 35,1 Prozent erreichen, liegt diese bei der Telekom Deutschland derzeit nur bei rund 12,5 Prozent“, so Prof. Gerpott.

Die Kunden wollen mehr **Geschwindigkeit** beim Surfen: 2018 nutzen nur noch knapp 10 Prozent der DSL-Kunden Anschlüsse mit Empfangsraten von weniger als 6 Mbit/s nach (Abb. 18). Bezogen auf sämtliche Breitbandanschlüsse in Festnetzen erhöht sich der Anteil der gebuchten Anschlüsse mit mindestens 50 Mbit/s von 9,1 Prozent Ende 2013 auf 33,2 Prozent und 11,4 Millionen Anschlüsse Ende 2018 (2017: 28,3 Prozent) (Abb. 18). Damit entwickelt sich dort, wo höchstbitratige Anschlüsse verfügbar sind, durchaus eine Nachfrage.

Weiter nach oben geht 2018 auch die Datennutzung: Das pro Breitbandanschluss und Monat erzeugte **Datenvolumen** nimmt dieses Jahr im Festnetz um 8,2 Prozent auf 90 Gigabyte zu (Abb. 19). Das Gesamtvolumen im Jahr wird – mit einer Steigerung von 12,3 Prozent – voraussichtlich 36,5 Milliarden Gigabyte betragen.

III. Mobilfunkmarkt

Zum Jahresende wird es in Deutschland voraussichtlich 132,9 Millionen aktive **SIM-Karten** der Netzbetreiber in Deutschland geben (Abb. 20). Das sind 0,6 Millionen (+0,5 Prozent) mehr als im Vorjahr und im Durchschnitt 1,6 SIM-Karten pro Einwohner. Mit 8,0 Milliarden Euro wird die Telekom 2018 gut 30 Prozent der Mobilfunkumsätze halten, gefolgt von Telefónica mit schätzungsweise 6,5 Milliarden Euro (24,4 Prozent) und Vodafone mit 6,1 Milliarden Euro (22,9 Prozent) (Abb. 21). Damit liegt die Telekom beim Umsatz weiterhin deutlich vorne, obwohl sie die wenigsten SIM-Karten auf sich vereint. Von Netzbetreibern unabhängige Service Provider wie freenet (3,3 Milliarden Euro), 1&1 Drillisch (2,1 Milliarden Euro) und andere halten zusammen einen Anteil von fast 23 Prozent am Mobilfunkumsatz. Während die durchschnittlichen Umsätze pro Mobilfunk-SIM in 1998 bei 57,26 Euro lagen, betragen sie heute mit 16,68 Euro nur noch ein Drittel davon (Abb. 22). „Der durchschnittliche Umsatz pro aktivierter SIM-Karte ist infolge drastisch gesunkener Endkundenpreise zunächst deutlich zurückgegangen. In der jüngeren Vergangenheit verharrt er – trotz gesteigerter Nutzungsintensität – auf einem niedrigen Niveau“, sagt Studienautor Prof. Gerpott.

Weniger Telefonie, mehr Datenhunger – diese Entwicklung spiegelt sich auch bei den Umsätzen wider. Der Umsatz mit **mobilen Datendiensten** wird in diesem Jahr erstmals mehr als die Hälfte (53 Prozent) der gesamten Mobilfunkumsätze ausmachen (Abb. 23). Dieser Non-Voice-Anteil an den Umsätzen im Mobilfunk wächst 2018 im Vergleich zum Vorjahr um 6,8 Prozent auf 14,1 Milliarden Euro. Die Umsätze im **Sprachbereich** belaufen sich auf 9,3 Milliarden Euro, 0,3 Milliarden Euro weniger als im Vorjahr. Endgeräte, Inhalte etc. machen mit 3,2 Milliarden Euro (2017: 3,7 Milliarden Euro) 11,9 Prozent des Mobilfunkumsatzes aus.

Der **Datenverkehr** aus Mobilfunknetzen bzw. die mobile Internetnutzung wächst in diesem Jahr besonders rasant: Das Gesamt-Datenübertragungsvolumen steigt im Mobilfunkbereich voraussichtlich um fast 86 Prozent an – und damit so viel wie noch nie zuvor. Das bedeutet Ende 2018 ein Plus in Höhe von 1,18 Milliarden Gigabyte (GB) auf 2,6 Milliarden GB (Abb. 24). 63 Prozent des Datenverkehrs laufen inzwischen über LTE-Netze. Das durchschnittliche Datenvolumen pro SIM-Karte beträgt 2018 mit 1,6 GB pro Monat voraussichtlich 83,8 Prozent mehr als in 2017. 2013 lag dieser Wert noch bei 0,2 GB.

IV. Markt für Mehrwertdienste

Bei den **Umsätzen mit Auskunfts- und Mehrwertdiensten** erreichen alle Wettbewerber zusammen 213 Millionen Euro und damit 53,5 Prozent des Gesamtumsatzes in Höhe von 398 Millionen Euro (Abb. 25). Die Telekom wird in diesem Bereich 185 Millionen Euro Umsatz erreichen. Die Umsätze mit Servicrufnummern nehmen damit auch 2018 ein weiteres Mal ab (-4,3 Prozent). Damit sind diese in den vergangenen fünf Jahren insgesamt um ein Drittel zurückgegangen. Diese Entwicklung ist vor allem den kostenlosen Informationsangeboten im Internet geschuldet. Die Wettbewerber erzielen mehr als die Hälfte ihrer Umsätze mit geographischen Servicenummern (32,8 Prozent) und 0800-Service-Rufnummern (23,5 Prozent) (Abb. 26).

Der Umsatzrückgang ergibt sich trotz der in diesem Jahr sogar erneut leicht steigenden **Verbindungsminuten** zu Auskunfts- und Mehrwertdiensten der TK-Wettbewerber (Abb. 27). 156 Millionen Minuten verbuchen die alternativen Anbieter hier pro Monat. Bei den geographischen Servicernummern, die von den Wettbewerbern betrieben werden, geht die Minutenzahl noch etwas nach oben. 101 Millionen Minuten pro Monat und damit 64,7 Prozent entfallen auf sie. Die Nutzung der 0180-Nummerngasse bleibt mit 8 Millionen Minuten konstant. Die Zahlen für 0800-Servicernummern bei den Wettbewerbern steigen nach dem Vorjahresrückgang wieder um 1 Million auf 45 Millionen Minuten pro Monat. Die übrigen **Rufnummerngassen** machen zusammen lediglich 2 Millionen oder 1,4 Prozent der Verbindungsminuten aus.

V. Ausblick 2019

TK-Experte Prof. Gerpott geht mit Blick auf die weitere Marktentwicklung davon aus, dass 2019 die **Gesamtumsätze** – bei guter volkswirtschaftlicher Entwicklung – leicht auf knapp 60 Milliarden Euro steigen werden. Mit Blick auf die **Endkunden-Preisentwicklung** sagt er: „Die Preise werden im Festnetz/Internetbereich voraussichtlich konstant bleiben, im Mobilfunk eher um 1 Prozent sinken.“

Wichtige Marktthemen werden aus seiner Sicht vor allem die Gestaltung von 5G-Netzen – mit den entsprechenden Frequenzversteigerungen sowie regionalen und lokalen Frequenz-Zuteilungen und weiteren Standardisierungen –, die Umsetzung des europäischen TK-Kodex in Deutschland und die Diskussion um die Weiterentwicklung des DigiNetz-Gesetzes sein. „Die Höhe und die sinnvolle Gestaltung staatlicher Fördermittel auf Bundes- und Landesebene bleiben bedeutsame Themen für den Bau der echten Glasfasernetze bis zum Endkunden“, so Prof. Gerpott. Außerdem stünden im neuen Jahr diverse Entscheidungen der Bundesnetzagentur zu regulierten Vorleistungsentgelten an.

Prof. Dr. Torsten J. Gerpott ist wissenschaftlicher Beirat der Unternehmensberatung DIALOG CONSULT GmbH und Inhaber des Lehrstuhls für Unternehmens- und Technologieplanung mit dem Schwerpunkt Telekommunikationswirtschaft an der Universität Duisburg-Essen.

Gastgeber für die Vorstellung der TK-Marktstudie war heute in Berlin freundlicherweise 1&1.

Informationen, Bilder und Grafiken
Verband der Anbieter von
Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e. V.
VATM-Geschäftsstelle

Corinna Keim
Frankenwerft 35
50667 Köln
Telefon: 0163/3 76 77-23

VATM im Internet: www.vatm.de
mailto: presse@vatm.de

[#tkmarkt18](https://twitter.com/TKmarkt18)