

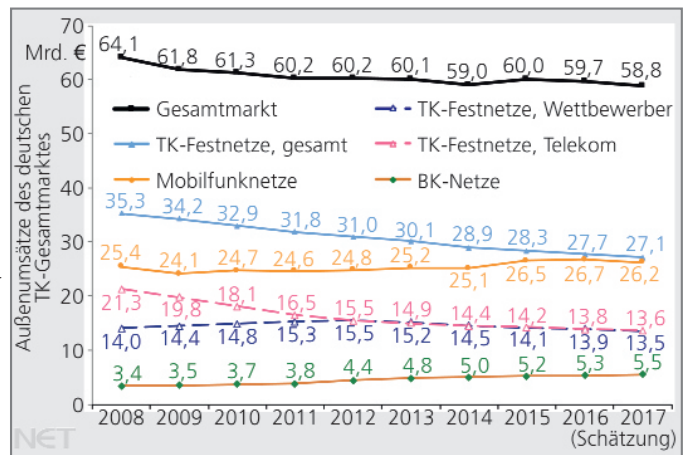
# Der Markt bleibt schwierig

## 19. TK-Marktanalyse Deutschland 2017: Kein Grund für eine allgemeine Wachstumseuphorie

Andreas Walter,  
Torsten J. Gerpott

Im VATM-Auftrag wurde zum neunzehnten Mal eine Studie zur Entwicklung des TK-Marktes in Deutschland erstellt. Basis waren eine Befragung der VATM-Mitgliedsunternehmen sowie Auswertungen diverser öffentlich verfügbarer Quellen. Dieser Beitrag vertieft vier Aspekte: Gesamtmarktentwicklung und Preisveränderungen, Geschäfts- und Privatkundenmärkte, Entwicklung der Glasfaseranschlüsse sowie der Absatz von Mobilfunk-SIM-Karten.

Bild 1: Entwicklung des Gesamtmarktes für TK-Dienste (inkl. Sprach- und Interneidienste, Interconnection, Mietleitungen, Inhalte, Endgeräte und Verteilung von TV-Inhalten, die von Netzbetreibern und deren Vertriebspartnern abgesetzt werden)



### Gesamtmarkt für TK-Dienste

Der Gesamtumsatz im Markt für TK-Dienste in Deutschland schrumpft 2017 von 59,7 Mrd. € um 1,5 % gegenüber dem Vorjahr auf 58,8 Mrd. € Umsatz (Bild 1). Nach der Definition der Marktstudie umfasst der Gesamtmarkt für Telekommunikation (TK) Serviceumsätze, Wholesale- und andere Vorleistungsumsätze sowie Endgeräte- und Inhalteumsätze der Netzbetreiber. Von den Marktsegmenten Breitbandkabel (BK), TK-Festnetze und Mobilfunknetze legt lediglich das Segment BK im Umsatz von 5,3 Mrd. € um 3,8 % auf 5,5 Mrd. € zu. Die hohen Downlink-Bandbreiten der Kabelmodemanschlüsse von bis zu deutlich mehr als 100 Mbit/s sind der wichtigste Treiber dieses Umsatzanstiegs, der mit einem Wachstum von 400.000 Kabelmodemanschlüssen im Jahr 2017 auf insgesamt 7,6 Mio. Anschlüsse einhergeht. Im Bereich der Mobilfunknetze geht der Umsatz leicht von 26,7 Mrd. € um 1,9 % auf 26,2 Mrd. € zurück. Obwohl die Zahl der SIM-Karten und die Anschlussnutzung im Mobilfunksektor weiter zunehmen, schlagen verringerte Interconnection-Entgelte im Inland und im EU-Ausland sowie der Wettbewerb im Jahr 2017 durch und führen insge-

samt zu einem Umsatzrückgang. Im Segment TK-Festnetze schrumpft der Umsatz ebenfalls von 27,7 Mrd. € um 2,2 % auf 27,1 Mrd. €. In diesem Segment überkompensiert ein intensiver Preiswettbewerb das Wachstum bei Anschlussnachfrage und -nutzung. Die kurzfristigen Umsatztrends seit 2016 decken sich nicht durchweg mit Entwicklungen über einen längeren Zeitraum von zehn Jahren. Lediglich der Umsatz in den BK-Netzen wuchs von 2008 bis 2017 in jedem Jahr von 3,4 Mrd. € auf 5,5 Mrd. €. Dies entspricht einem durchschnittlichen Wachstum von 5,5 % pro Jahr. Die in Deutschland im Vergleich zu anderen europäischen Ländern relativ späte Nutzung des Verteilmediums Fernseh-Koaxialkabel für Breitbanddienste hat zur Folge, dass hierzulande für die Zukunft ein weiterer Anstieg der BK-Umsätze zu erwarten ist, wobei allerdings die auf etwa 29,9 Mio. Haushalte (entspricht 72,9 % aller Haushalte in Deutschland) begrenzte Verbreitung dieser Infrastruktur das Wachstum begrenzen wird. Der Umsatz der Mobilfunkanbieter belief sich im Jahr 2008 auf 25,4 Mrd. € und ist seither – mit einigen Auf- und Abwärtsbewegungen in den dazwischenliegenden Jahren – nur um 800 Mio. € auf 26,2 Mrd. € im Jahr 2017 gestiegen. Die-

Andreas Walter ist geschäftsführender Gesellschafter der Dialog Consult GmbH in Duisburg, Univ.-Prof. Dr. Torsten J. Gerpott leitet den Lehrstuhl für Unternehmens- und Technologieplanung an der Mercator School of Management Duisburg der Universität Duisburg-Essen und ist Gründungsgesellschafter der Dialog Consult GmbH in Duisburg

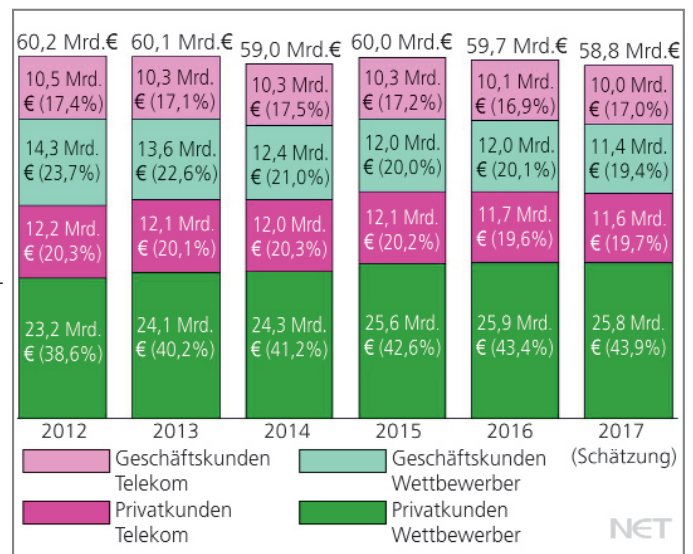
Der Umsatztrend ist darauf zurückzuführen, dass zwar in den letzten zehn Jahren die Zahl der Mobilfunkkunden und die Nutzungsintensität (z.B. liegen die Zuwachsraten für mobiles Datenübertragungsvolumen um die 50 % pro Jahr) merklich zugenommen haben, aber zugleich die Preise vor allem infolge von Eingriffen der Bundesnetzagentur und von technischen Fortschritten gesunken sind.

Die Festnetzumsätze sinken seit 2008 kontinuierlich – von 35,3 Mrd. € um 2,8 % pro Jahr bzw. insgesamt 8,2 Mrd. € auf 27,1 Mrd. €. Unterscheidet man zwischen Telekom Deutschland (TD) auf der einen und den TK-Wettbewerbsunternehmen (ohne BK-Betreiber) auf der anderen Seite, so ergibt sich folgendes Bild: TD erlöste mit ihrer Festnetzsparte im Jahr 2008 21,3 Mrd. €, 2017 lag der Umsatz des Incumbent – trotz der jüngsten Marktanteilszunahmen bei Breitbandanschlüssen – lediglich noch bei 13,6 Mrd. €, was einer durchschnittlichen jährlichen Abnahme von 4,9 % gleichkommt. Die TK-Wettbewerbsunternehmen hingegen legten bei Festnetzumsätzen von 14,0 Mrd. € im Jahr 2008 bis 2012 auf 15,5 Mrd. € zu. Demnach profitierten die alternativen Festnetz-Carrier bis 2012 von einem Verdrängungswettbewerb gegenüber TD und von einem expandierenden Markt (+2,6 Mio. DSL-Anschlüsse), ohne dass der Preiswettbewerb (-2,1% pro Jahr gemäß Statistischem Bundesamt) dieses Wachstum vollständig kompensierte. Seit 2012 hingegen nimmt auch der Umsatz der Festnetz Wettbewerber kontinuierlich ab und liegt etwa auf TD-Niveau. Dieser Umsatzrückgang ist dadurch zu erklären, dass das Mengenwachstum mit nur noch +0,4 Mio. DSL-Wettbewerberanschlüssen niedriger ausfällt. Gleichzeitig geht die Wertschöpfung der Wettbewerber durch Umwandlung von DSL-Zugängen auf Basis von Teilnehmeranschlussleitungen in bitstrombasierte Lösungen zurück.

### Privat- und Geschäftskundenmärkte

Eine getrennte Betrachtung der Umsatzentwicklung in den Privat- und

Bild 2: Markt für TK-Dienste nach Kundengruppen (Außenumsätze, inkl. Sprach- und Internetdienste, Interconnection, Mietleitungen, Inhalte, Endgeräte und Verteilung von TV-Inhalten, die von Netzbetreibern und deren Vertriebspartnern abgesetzt werden)



Geschäftskundensegmenten zeigt, dass der Geschäftskundenmarkt mit 21,4 Mrd. € (entspricht 36,4 %) deutlich kleiner als das Privatkundensegment mit 37,4 Mrd. € (entspricht 63,6 %) ausfällt (Bild 2). Die beiden Teilmärkte haben sich in dem schrumpfenden Markt seit 2008 gegenläufig entwickelt, so dass sich diese Verhältnisse im Zeitablauf umgekehrt haben.

Der Umsatz im Privatkundenmarkt wuchs von 35,4 Mrd. € im Jahr 2008 um 2 Mrd. € auf 37,4 Mrd. €. Treiber dieses Wachstums sind eine zunehmende Nachfrage bei SIM-Karten (+10,3 Mio. seit 2015) und bei Breitbandanschlüssen (+5 Mio. seit 2008). Der Preisverfall betrug im gleichen Zeitraum zwar 1,2 % pro Jahr, kompensierte aber das mengenbedingte Umsatzwachstum bei weitem nicht. Der Umsatzanstieg wird vollständig durch die Wettbewerbsunternehmen getragen, die um 2,6 Mrd. € auf 25,8 Mrd. € im Jahr 2017 zulegen konnten. Demgegenüber ging der TD-Umsatz mit Privatkunden um 0,6 Mrd. € zurück und liegt 2017 bei 11,6 Mrd. €. Damit entfallen knapp zwei Drittel der Umsätze mit Privatkunden auf die Wettbewerbsunternehmen (inkl. BK-Betreiber). Die Perspektiven im Privatkundensegment sind mittelfristig positiv. Beispielsweise nahm die Bevölkerung in Deutschland von 80,5 Mio. Personen Ende 2012 auf 82,8 Mio. Menschen Ende 2016 zu, so dass sich das Potenzial für den Absatz von SIM-Karten verbessert hat. Die Zahl der

privaten Haushalte, die ein wichtiger Einflussfaktor für den Absatz von Breitbandanschlüssen ist, stieg von 39,7 Mio. im Jahr 2012 um 1,3 Mio. auf 41,0 Mio. Ende 2016. Der Trend zu immer kleineren Haushaltsgrößen wird selbst bei einer stagnierenden Bevölkerung zu einem weiteren Anstieg der Zahl der Haushalte beitragen. Das Statistische Bundesamt prognostiziert, dass die Zahl der Haushalte in Deutschland bis zum Jahr 2035 auf 43,2 Mio. steigen wird. Dementsprechend nehmen auch die Absatzchancen bei privaten Breitbandanschlüssen zu.

Der Umsatz im Geschäftskundenmarkt ging hingegen von 24,8 Mrd. € im Jahr 2012 um 3,4 Mrd. € auf 21,4 Mrd. € im Jahr 2017 zurück. Die Zahl der Unternehmen in Deutschland stieg zwar von 2012 bis 2015 (neuere Daten des Statistischen Bundesamtes liegen nicht vor) um 193.000 auf 3,7 Mio. Dieses Wachstum wird jedoch primär durch 3,3 Mio. Einzelunternehmen und sehr kleine Unternehmen mit weniger als zehn Mitarbeiter beeinflusst, die überwiegend TK-Privatkundenprodukte nachfragen. Die Zahl der Unternehmen hingegen, die mindestens zehn Mitarbeiter beschäftigen, sank im gleichen Zeitraum von 356.000 um 22.000 bzw. -2,1 % pro Jahr auf 334.000 im Jahr 2015. Somit nimmt die Basis bei der Nachfrage von TK-Geschäftskundenprodukten insgesamt eher ab. Rationalisierungsbestrebungen, Plattformvereinheitlichungen durch die Verbreitung von All-IP-Lösungen sowie eine hohe Wettbe-

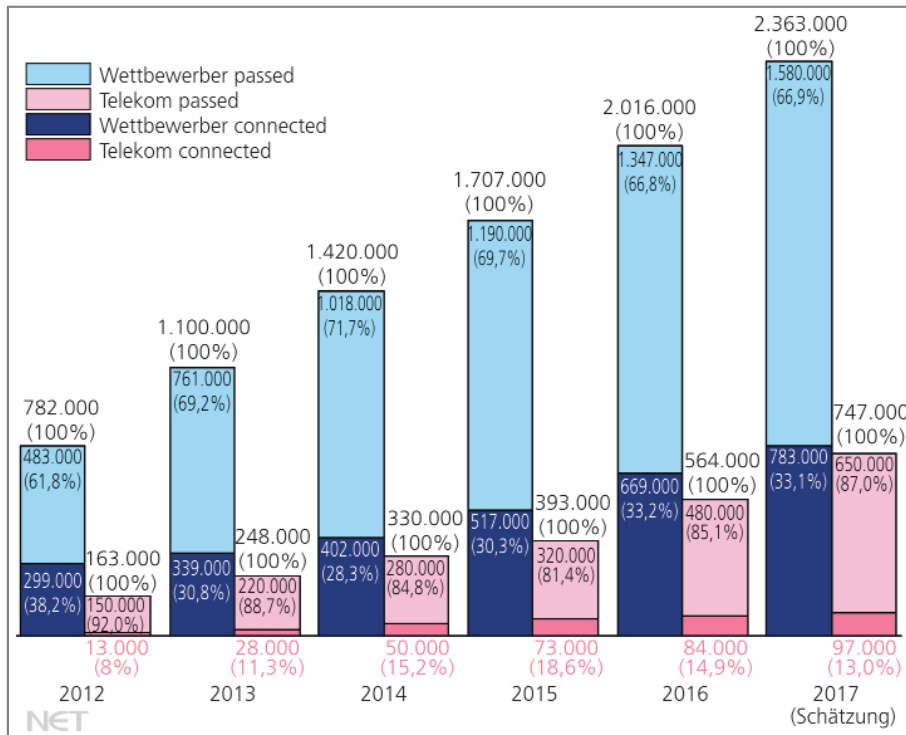


Bild 3: Bestand echter Glasfaseranschlüsse (jeweils zum Jahresende, FTTB – Fiber to the Building, FTTH – Fiber to the Home)

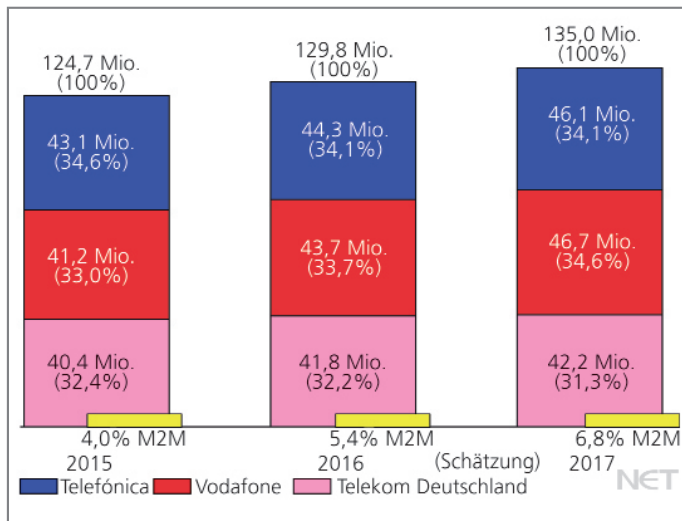


Bild 4: Zahl der aktiven SIM-Karten nach Mobilfunknetzbetreibern (Schätzung)

(Bilderquelle: Dialog Consult-/VATM-Analysen und Prognosen)

werbsintensität im Geschäftskunden-segment führen zu sinkenden Preisen. Der zunehmende Absatz von Cloud-Diensten, die eigene Hardware im Unternehmen ersetzen, gleicht diesen Umsatzrückgang nicht aus. Während TD seit 2008 „nur“ 0,5 Mrd. € verliert, haben die Wettbewerbsunternehmen einen Umsatzrückgang von 2,9 Mrd. € zu verkraften. Möglicherweise ist TD bei Kunden im Staatssektor und Großkunden aus historischen Gründen immer noch besser vernetzt als die Wettbewerbsunternehmen.

### Echte Glasfaseranschlüsse

Die Kernnetze (Backbones) der heutigen TK-Infrastrukturen bestehen schon seit Jahren vollständig aus Glasfaserleitungen. Um sehr hohe Bandbreiten anbieten zu können, müssen die Glasfaserleitungen aber weiter zu den Endkunden hin ausgebaut werden. Erst wenn die Glasfaserleitungen mindestens bis zum Gebäude verlegt wurden, spricht man von echten Glasfaseranschlüssen bzw. Fiber-to-the-Building/Home-Anschlüssen (FTTB/H). Fiber-to-the-Curb-Anschlüsse (FTTC),

bei denen die Glasfaserleitung in einem Konzentrationspunkt „in der Nähe des Kunden“ endet, zählen *nicht* zu den echten Glasfaseranschlüssen. In Deutschland sind Ende 2017 etwa 880.000 Glasfaseranschlüsse (FTTB/H) in Betrieb (Bild 3). Das Potenzial, d.h. die gebauten, aber derzeit nicht an Endkunden vermarkteten Glasfaseranschlüsse, ist mit 2,3 Mio. deutlich höher. Zu den Gründen für diese Nichtnutzung gehört, dass viele Kunden aufgrund von Mindestvertragslaufzeiten nicht sofort wechseln können oder nicht davon überzeugt sind, sehr hohe Bandbreiten zu benötigen.

Ein Vergleich zwischen den Wettbewerbsunternehmen und TD offenbart unterschiedliche Ausbauphilosophien: Für die alternativen Carrier stellt der FTTB/H-Ausbau eine wichtige Differenzierungsmöglichkeit gegenüber TD dar. Durch das Anmieten von Teilnehmeranschlussleitungen auf Kupferbasis oder Bitstrom-Transportleistungen können sich Wettbewerbsunternehmen nämlich technisch *nicht* von TD differenzieren. Erst der Bau eigener Leitungen ermöglicht es den alternativen Carriern, mit leistungsfähigeren Produkten in einen echten Wettbewerb zu TD zu treten. So haben die neuen Konkurrenten bis Ende 2017 gut 2,4 Mio. echte Glasfaseranschlüsse gebaut, von denen mit 783.000 ein Drittel bereits von Kunden genutzt wird.

Demgegenüber hat sich TD seit dem Jahr 2006 auf den Ausbau ihrer Kupferanschlussnetze mit VDSL und VDSL Vectoring konzentriert und den Rollout von echten Glasfaseranschlüssen vernachlässigt. Erst zur Internationalen Funkausstellung im September 2017 in Berlin deutete sich bei TD ein Strategiewechsel an, indem offensiv Gigabit-Anschlüsse mit bis zu Downlink-Geschwindigkeit 1 Gbit/s beworben wurden. Diese TD-Reaktion spricht dafür, dass der Glasfaserausbau der alternativen Carrier den Wettbewerb bei sehr leistungsstarken Anschlüssen intensiviert hat. Trotzdem hat TD bis Ende 2017 erst 747.000 echte Glasfaseranschlüsse in Betrieb, von denen sie bisher nur 97.000 an Kunden absetzen konnte. Damit ha-

ben die Wettbewerber mehr aktive Glasfaserkunden als die TD Glasfaseranschlüsse besitzt.

Die Take-up-Quote der Wettbewerber ist mit 33,1 % ebenfalls deutlich höher als die entsprechende TD-Quote von 13,0 %. Aus wirtschaftlichen Gründen wird in Deutschland aber auch zukünftig ohne eine Förderung durch den Staat eine Versorgung sämtlicher Haushalte und Unternehmen mit FTTB/H-Anschlüssen nicht möglich sein.

### **Mobilfunk-SIM-Karten**

Trotz des leichten Umsatzrückgangs im Teilmarkt für Mobilfunk ist die Nachfrage von SIM-Karten ungebrochen. Von 2015 bis 2017 ist die Zahl der aktiven Karten von 124,7 Mio. um 10,3 Mio. auf 135,0 Mio. gestiegen (*Bild 4*). Damit entfallen Ende 2017 rechnerisch 1,52 SIM-Karten auf jeden Bundesbürger. Bei durchschnittli-

chen Fluktuationsraten von 25 % pro Jahr wurden im Jahr 2017 etwa 33,7 Mio. SIM-Karten zur Bestandserhaltung neu ausgegeben. Hinzu kamen 5,2 Mio. weitere Karten durch den Anstieg der Gesamtnachfrage. Die Zahl der nur automatisiert genutzten SIM-Karten (M2M – Machine to Machine) beträgt Ende 2017 bereits 9,2 Mio.

Um eine Vergleichbarkeit der Unternehmensangaben zu SIM-Karten zu sichern, ist insbesondere eine einheitliche Vorgehensweise bei der Trennung von aktiven und nicht aktiven Prepaid-Kunden wichtig. Im Rahmen der Analyse wurde ein auch von der Bundesnetzagentur gewählter Standard zugrunde gelegt, gemäß dem eine Prepaid-SIM-Karte nur dann als aktive SIM-Karte zu werten ist, wenn innerhalb der zurückliegenden drei Monate (= 90 Tage) eine Nutzung stattgefunden hat. Dass etliche Anbieter ihren Kunden längere Inaktivitäts-

zeiträume oder andere Inaktivitätskriterien einräumen (z.B. 9 Monate ab der letzten Aufladung), steht der gewählten Vorgehensweise nicht entgegen.

Die SIM-Karten verteilen sich zu nicht sehr stark divergierenden Anteilen auf die drei Netzbetreiber. TD hat mit 42,2 Mio. und 31,3 % den kleinsten Anteil, Telefónica und Vodafone verfügen mit 46,1 Mio. bzw. 46,7 Mio. SIM-Karten über leicht größere Marktanteile von 34,1 % bzw. 34,6 %. Der alleinige Blick auf die Anzahl der SIM-Karten sagt aber wenig über die Umsatzsituation aus. Bei den Umsätzen im Mobilfunk liegt TD 2017 mit 8,0 Mrd. € trotz geringerer Kartenzahl deutlich vor Vodafone mit 6,6 Mrd. € und Telefónica mit 6,3 Mrd. €. (bk)

Die vollständige Studie inklusive Erläuterungen findet man unter: [www.dialog-consult.com](http://www.dialog-consult.com).