

## **Liberalisierung der Telekommunikationsmärkte/ Regulierung von Vorleistungen**

# Geschäftskunden profitieren nicht angemessen vom Wettbewerb –

## **Hintergrundinformationen**

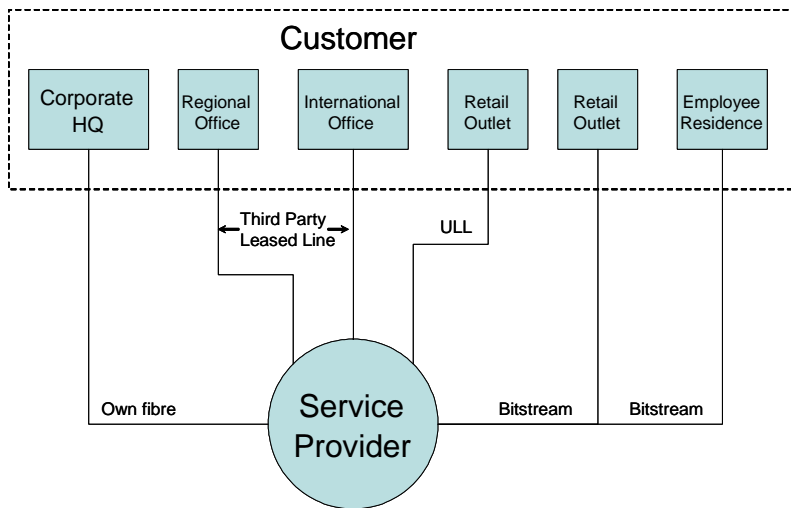
Seit Beginn der Liberalisierung der Telekommunikationsmärkte in Europa im Jahr 1998 lag der Schwerpunkt der Regulierung in der Verbesserung der Situation der privaten Endkunden bzw. Verbraucher. Seitdem sind nicht nur die Preise für Telekommunikationsdienste erheblich gefallen, sondern hat auch die Angebotsvielfalt und -auswahl signifikant zugenommen. Verantwortlich dafür zeichnet der Wettbewerb verschiedener Anbieter, die ihrerseits die Möglichkeit haben, potentielle Kunden über entsprechende Vorleistungsprodukte anzuschließen. Allein dank konsequenter Regulierung und wettbewerbsseitiger Investitionen konnten im Privatkundenbereich diese ersten Erfolge erzielt werden. Der entstandene Wettbewerb ist allerdings noch längst nicht selbsttragend und muss durch weiterhin konsequente Regulierung geschützt und weiter forciert werden.

Hinter diesen Entwicklungen blieb der Bereich der Regulierung von Vorleistungen, die zu mehr Wettbewerb zugunsten von Geschäftskunden führen würden, jedoch vergleichsweise zurück. So gab es hinsichtlich möglicher Vorleistungsprodukte zu wenige regulatorische Maßnahmen, in deren Folge alternative Telekommunikationsanbieter ihren Kunden wiederum maßgeschneiderte flächendeckende und breitbandige Kommunikationslösungen hätten anbieten können.

Zunächst war die Fokussierung auf die Regulierung von Vorleistungsprodukten für Verbraucherprodukte zwar zweckmäßig, um schnellen Wettbewerb zu ermöglichen, jedoch ist nach nunmehr einem Jahrzehnt verstärkt das Augenmerk zusätzlich darauf zu richten, dass auch Geschäftskunden von den erreichten Verbesserungen angemessen profitieren können.

Im Gegensatz zu Privatkunden, für die überwiegend der Preis und die verfügbare Bandbreite von Bedeutung ist und für welche die entsprechend erforderlichen Vorleistungsprodukte in Form von entbündeltem Teilnehmeranschluss und ADSL-Vorleistungen zur Verfügung stehen, liegt der Bedarf bei Geschäftskunden in Lösungen zur Vernetzung der verschiedenen Unternehmensstandorte, inklusive Heimarbeitsplätze, für Sprache, Daten und Internetzugangsdienste. Dabei erreichen Firmennetze meist nationale oder sogar internationale Dimensionen.

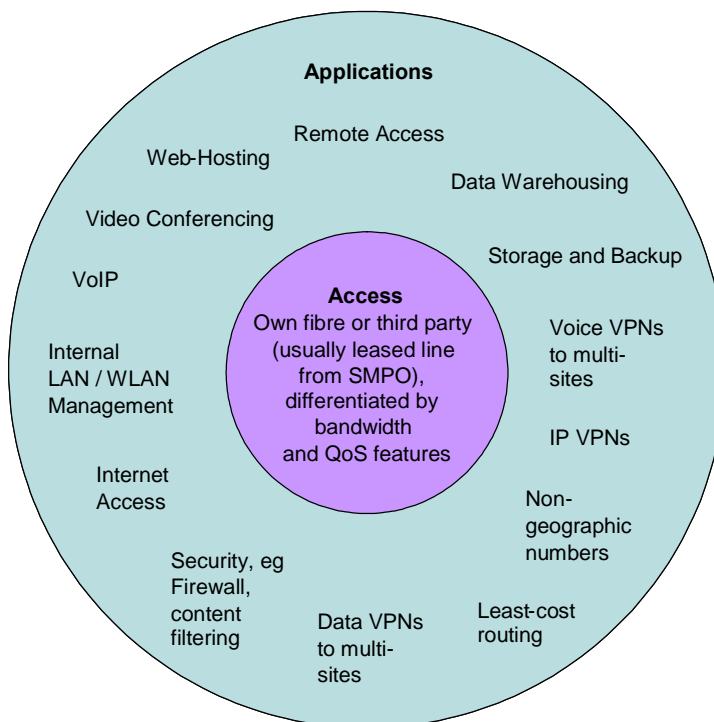
Die Zugangsmöglichkeiten und benötigte Infrastruktur für solche Firmennetze lassen sich wie folgt darstellen:



Bislang fehlt es noch immer an einer gesetzlichen Definition des Geschäftskunden. Jedoch sind zu dieser Gruppe sicherlich diejenigen Unternehmen zu zählen, die allein durch die Vielzahl ihrer Angestellten und eine gewisse Anzahl von Standorten in verschiedenen Regionen gekennzeichnet sind.

Solche Geschäftskunden fragen nicht nur klassische Telekommunikationsdienste nach, sondern verlangen auch nach einer Vielzahl von teilweise sehr komplexen Kommunikationslösungen für ihre Firmennetze. So ist es durchaus typisch, dass Geschäftskunden den gesamten Kommunikationsbereich auslagern. Das Management des Netzwerks, die Dienstimplementierung und Wartung obliegt dann dem entsprechenden Anbieter solcher Lösungen. Derartige Outsourcing-Projekte kommen regelmäßig durch Ausschreibung zustande, indem der jeweilige Kunde entsprechend seines konkreten Bedarfs Angebote im Markt einholt.

Den möglichen Bedarf an verschiedenen Diensten verdeutlicht nachstehende Grafik:



Um diese Dienste zur Verfügung stellen zu können, benötigt der Anbieter Zugang zu seinem Kunden, wobei die Zugangsmöglichkeit von hoher technischer Qualität sein und Kontroll- und Modifikationsmöglichkeiten durch den Betreiber erlauben muss. Da es ökonomisch nicht sinnvoll ist, die existierende Netzinfrastruktur des Incumbent vollständig zu duplizieren und etwaige Angebote alternativer Netzbetreiber aufgrund bestehender Preis-Kosten-Scheren nicht das gesamte geografisch abzudeckende Gebiet umfassen, sind alternative Anbieter gehalten, den notwendigen Zugang bei der Deutschen Telekom anzumieten. Dabei werden regelmäßig hohe Bandbreiten zur Gewährleistung der Kundenbedürfnisse nach komplexen und simultan aktiven Anwendungen benötigt.

Da der Zugang mittels des entbündelten Teilnehmerzugangs und eigenen Zugangsprodukten in den meisten Fällen keine Option darstellt, weil die Standorte der entsprechenden Geschäftskunden zu weit verteilt sind und damit die Anmietung der TAL gänzlich unökonomisch wäre, verbleibt alternativen Geschäftskundenanbietern (auch und gerade wegen des Fehlens von ATM-Bitstromzugang) lediglich die klassische Mietleitung als geeignete Möglichkeit des Kundenzugangs. Es zeichnet sich allerdings bereits jetzt ab, dass aufgrund der technischen Entwicklung Ethernet-Zugang die zukünftige Wahl sein und die Mietleitung substituieren wird. VoIP und entsprechende Anwendungen erfordern Breitbandzugangsprodukte, die den alternativen Netzbetreibern die Möglichkeit bieten, die Dienstqualität zu skalieren und zusätzlich die eigene Infrastruktur einzusetzen, in deren Ausbau in der Vergangenheit massiv investiert worden ist. Ein Bitstromzugangprodukt wäre z.B. in der Lage, die vom Incumbent angebotenen ADSL-Resale Produkte zu substituieren.

Für alternative Anbieter im Geschäftskundenbereich ist daher weniger der Preis des Dienstes von Bedeutung, als vielmehr seine Qualitätsparameter hinsichtlich Skalierbarkeit und Zuverlässigkeit. Einfache und nicht variable Resale-Produkte, die durch das marktdominierende Unternehmen angeboten werden, sind daher nicht ausreichend. Zusätzlich ist ebenso eine zeitnahe Liefermöglichkeit der Vorleistungsprodukte wichtig, da Geschäftskundenbegehren häufig recht kurzfristig zu erfüllen sind. Insgesamt ermöglichen nur hochqualitative Dienste, wie ATM-Bitstromzugang oder Ethernet, alternativen Anbietern, ihren Geschäftskunden eigenständige Produkte im Hinblick auf eine bedarfsgerechte Dienstgüte anzubieten.

Vorstehendes verdeutlicht, dass die Regulierungsbehörden sicherstellen müssen, dass die Erfolge in der Regulierung im privaten Endkundenbereich nun auch zugunsten von Geschäftskunden herzustellen sind. Bislang sind Geschäftskunden von den Erfolgen der Regulierung nur teilweise eingeschlossen. In Anbetracht der Tatsache, dass die herkömmliche leitungsvermittelte Telefonie von einer rein auf dem Internet-Protokoll basierenden Kommunikation abgelöst wird, ist von höchster Bedeutung, dass hochqualitative und hochbreitbandige Vorleistungsprodukte angeboten werden. Nur so werden auch Geschäftskunden von den technischen Entwicklungen angemessen profitieren können. Durch einen reinen Preiswettbewerb ist dieses nicht zu erreichen. Dies wird von entscheidender Bedeutung für den Standort Deutschland sein: Insbesondere für Geschäftskunden ist eine qualitativ hochwertige, innovative und dabei kostengünstige Telekommunikationsinfrastruktur entscheidend, um in jeglichen Geschäftsbereichen maximale Effizienz und größtmögliches Wirtschaftswachstum zu erzielen. Eine stringente Regulierung wird deutliche Wohlstandsgewinne generieren.

Die Regulierung hat daher sicherzustellen, dass die entsprechenden Vorleistungsprodukte am Markt verfügbar sind bzw. verfügbar gemacht werden. Die Eckpunkte dieser Angebote müssen den Bedürfnissen der Geschäftskundeninteressen gerecht werden. Darüber hinaus ist zu gewährleisten, dass die Bepreisung auf Basis einer an den Kosten orientierten Leistungsbereitstellung erfolgt. Weiterhin sind die Märkteempfehlungen der

der EU-Kommission unter dem Aspekt der Auswirkungen auf den Geschäftskundenbereich zu evaluieren. Im Hinblick auf zukünftige Regulierungsmaßnahmen ist unbedingt auch auf technische Gegebenheiten wie etwa die Substitution von Mietleitungen durch Ethernetschnittstellen und erforderliche Dienstgütequalitäten zu achten.

Erforderlich ist ferner, dass die Zersplitterung der europäischen Regulierung schnellstmöglich beseitigt wird und einheitliche Regulierungsbedingungen geschaffen werden. Als Folge der Globalisierung benötigen immer mehr Geschäftskunden einheitliche Lösungen eines pan-europäischen Anbieters. Dieses lässt sich nur vor dem Hintergrund einheitlicher Preise und Leistungsmerkmale erreichen. Nationale Alleingänge dagegen behindern diese erforderliche Entwicklung und sind damit dem Interesse der Geschäftskunden sowie letztlich auch dem Verbraucherinteresse an preiswerten und leistungsstarken Dienstleistungen abträglich.

Hochqualitative Dienste erfordern auch eine hochwertige Regulierung. Die Regulierungsbehörden sind aufgerufen, sich dieser Aufgabe zu stellen.

Berlin, 21. Februar 2008

#### **AmCham Germany**

Mit etwa 3.000 Mitgliedern ist die American Chamber of Commerce in Germany (AmCham Germany) die größte bilaterale Wirtschaftsvereinigung in Europa. Die Förderung der deutsch-amerikanischen Wirtschaftsbeziehungen und des Wirtschaftsstandorts Deutschland stehen im Vordergrund. Der Standort Deutschland ist mit einem Investitionsvolumen von ca. 130 Milliarden Euro und damit verbundenen 800.000 direkten Arbeitsplätzen der Standort mit der höchsten Konzentration amerikanischer Investitionen.

#### **Telecommunications, Internet, and Media (TIM) Committee**

Das Telecommunications, Internet, and Media (TIM) Committee der Amerikanischen Handelskammer in Deutschland (AmCham Germany) untersucht die Entwicklungen des deutschen Telekommunikations-, Internet-, E-Commerce- und Multimediemarkts. Es beobachtet ebenso die Handelsbeziehungen zwischen Deutschland und den Vereinigten Staaten von Amerika auf diesen Gebieten. Das TIM Committee umfasst derzeit rund 120 Mitglieder, die alle bedeutenden Bereiche der Telekommunikations-, Internet-, und Medienmärkte repräsentieren.

#### **Chair TIM Committee**

Dr. Gunnar Bender

#### **AmCham Staff Contact**

Julia Pollok  
Manager, Government Relations

American Chamber of Commerce in Germany e.V.  
Charlottenstraße 42, 10117 Berlin  
T +49 30 28 87 89-24  
F +49 30 28 87 89-29  
E [jpollok@amcham.de](mailto:jpollok@amcham.de)