



## Mobilfunkmarkt

# Die fetten Jahre sind vorbei

Datum: 10.02.2010  
Autor(en): pte pte  
URL: <http://www.computerwoche.de/1929213>

**Der Mobilfunkmarkt hat sich in den vergangenen Jahren rasant verändert.**



Die Neuordnung der Verhältnisse vollzog sich offenbar sogar für die Netzbetreiber zu schnell. Sie widmeten sich vielmehr dem gegenseitigen Wettbewerb und einer beispiellosen Preisschlacht, statt sich den neuen Strukturen anzupassen. Der **Forschungsgruppe wi-mobile**<sup>1</sup> an der Universität Augsburg zufolge schrumpft der Telekommunikationsmarkt seit 2005 trotz steigender Teilnehmerzahlen und Volumina kontinuierlich. Die Handynetzbetreiber "entwickeln sich aber nicht wirklich weiter".

"Die Mobilfunkanbieter haben ihren Konsumenten ziemlich viel versprochen. Ob sie ihre Versprechen aber auch halten können, ist fraglich", meint wi-mobile-Leiter Key Pousttchi im Gespräch mit presstext. Vonseiten der Unternehmen komme "nichts wirklich Innovatives". Dabei müssten sie sich gänzlich neu erfinden, um sich aus ihrer Falle zu befreien. So sinken die Tarife schneller als die Volumina steigen, woraus insgesamt sinkende Umsätze resultieren.

## Markt stößt an seine Grenzen

Der Zuwachs an Sprach-, Daten- und SMS-Verkehr kann die Umsatzverluste der Konzerne nicht mehr wett machen. Zu sehr haben sich die Anbieter auf Verdrängungswettbewerb und Preiskampf konzentriert, **wie die Managementberatung A.T. Kearney aufzeigt**<sup>2</sup>. Die auf europäischer Ebene stärkere Regulierung habe die Situation zusätzlich verschärft. Die Senkung der Roaminggebühren kam den Verbrauchern zugute, legte im Mobilfunk jedoch "eine margenträchtige Einnahmequelle trocken". Gleichzeitig ist der bisher im Vordergrund stehende Teil des Telekommunikationsmarktes zum Bersten voll.



Der Mobilfunkmarkt weist in Deutschland eine Penetrationsrate von mehr als 120 Prozent auf. Ohne Zweithandys besitzen real rund 80 Prozent der Deutschen ein **Mobiltelefon**<sup>3</sup>. Auf die veränderten Rahmenbedingungen reagieren die Netzbetreiber europaweit unterschiedlich - von der "klassischen" Kostensenkung bis zur Konsolidierung wie etwa in Großbritannien oder der Schweiz. Die Konsumenten könnten ihr Telefonierverhalten jedoch kaum noch steigern. Vielmehr bestehe eine stärkere Nachfrage nach höheren Bandbreiten und innovativen Diensten als bisher.

### Umsätze nur noch kostendeckend

Die Anbieter versuchen zwar, neue Umsatzquellen zu erschließen. Sinkende Preise bei Datenübertragung und **Flatrates**<sup>4</sup> machen diese Quellen jedoch schnell wieder zunichte. Der Preiskampf mache das steigende Datentransfervolumen zu einem Nullsummenspiel. A.T. Kearney zufolge werde der Verdrängungswettbewerb anhalten. Die Umsätze pro Gesprächsminute würden derart schnell sinken, "dass sie etwa im Mobilfunk bis 2013 nur mehr die Kosten decken können". Da jedoch Kostensenkungsmaßnahmen immer schwieriger würden, sei nunmehr eine "strukturelle Veränderung der Geschäftsmodelle" erforderlich.

Eine Möglichkeit zur Neuaufstellung orte die Experten bei A.T. Kearney im Bereich Konvergenz, also der Zusammenführung etablierter Mobilfunkangebote mit neuen Diensten und zusätzlichen Services wie etwa Festnetz, TV bzw. Breitband-Anwendungen oder Online-Services wie Video-on-Demand. In Kombination mit Hardware-Angeboten seien derartige Produktbündel noch erfolgreicher.

In eine ähnliche Kerbe schlägt wi-mobile mit dem Vorschlag, sich stärker als B2B-Dienstleister zu positionieren und als "Enabler für den mobilen Kanal" aufzutreten. "Man muss den mobilen Kanal beherrschen und Konzernen aus anderen Branchen und Segmenten etwa anbieten, ihre Kundenbeziehungen auf dem mobilen Kanal zu managen", erklärt Pousttchi gegenüber presstext. So könnten neue Kundengruppen erschlossen werden und "ganz andere Erlöse" erzielt werden als im B2C-Geschäft, das an seine Wachstumsgrenzen stößt. Bisher seien Versuche in diese Richtung jedoch zu zaghaft gewesen. (pte)

### Links im Artikel:

<sup>1</sup> <http://www.wi-mobile.de/>

<sup>2</sup> [http://www.atkearney.de/content/presse/pressemitteilungen\\_practices\\_detail.php/id/50994/practice/telekomm](http://www.atkearney.de/content/presse/pressemitteilungen_practices_detail.php/id/50994/practice/telekomm)

<sup>3</sup> <http://www.computerwoche.de/schwerpunkt/h/Handy.html>

<sup>4</sup> <http://www.computerwoche.de/schwerpunkt/f/Flatrate.html>

---

IDG Business Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Business Media GmbH. DPA-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass in Computerwoche unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von Computerwoche aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Business Media GmbH keine

Verantwortung.