

# Kampf der Giganten Deutsche Telekommunikationsanbieter im Fusionsfieber

– Produkte, Umsätze, Marktpositionen –

Eine Analyse von DSP-Partners in Zusammenarbeit mit mobile zeitgeist

November 2013



<b>1. Überblick und Finanzkennzahlen</b>	<b>3</b>
1.1 Umsatz	3
1.2 Mitarbeiter	5
1.3 EBITDA-Marge	6
<b>2. Produktkategorien Telekommunikation</b>	<b>6</b>
<b>3. Festnetz-Internet und Telefonie</b>	<b>8</b>
3.1 Internet	8
3.2 Telefonie	11
<b>4. Fernsehen</b>	<b>11</b>
<b>5. Mobilfunk</b>	<b>13</b>
5.1 Kunden	14
5.2 Umsatz pro Mobilfunkkunde (ARPU)	15
5.3 Mobilfunk-Produkte	16
5.3.1 LTE	16
5.3.2 WiFi Hotspots	17
5.3.3 Multi-SIM	17
5.3.4 Smartphones & Tablets	18
5.3.5 Zweitmarke	18
<b>6. Internet-Services</b>	<b>18</b>
6.1 Partnerschaften	19
6.2 Smartphone-Apps	20
6.3 Online-Speicher	22
6.4 Mobile Payment	22
6.5 Musikangebote	23
6.6 eMail & Adressbuch	23
6.7 Portal	23
<b>7. Fazit und Ausblick</b>	<b>24</b>
7.1 Umsatz und Anzahl Mitarbeiter	24
7.2 Festnetz	24
7.3 Fernsehen	25
7.4 Mobilfunk	25
7.5 Internet-Services	25
7.6 Ausblick	26
<b>Über den Autor   Impressum</b>	<b>28</b>
Stefan Behrendt	28
DSP-Partners	28
mobile zeitgeist	28
Kontakt   Impressum	29

## 1. Überblick und Finanzkennzahlen

2013 ist und bleibt ein spannendes Jahr in der Telekommunikation in Europa - der deutsche Markt steht mitten im Zentrum. Mit der geplanten Übernahme von Kabel Deutschland durch Vodafone und der beabsichtigten Akquisition von ePlus durch Telefónica (Endkundenmarke O2) könnte sich die Marktstruktur deutlich verändern. Im Kabelmarkt bahnt sich zudem die Übernahme von Primacom durch Tele Columbus an. Auch erwägt Gerüchten zufolge [AT&T den](#) Markteintritt nach Europa.

### Top-Anbieter im Telekommunikationsmarkt Deutschland



Quelle: Handelsblatt, Reuters, Stand 21.10.2013

Vodafone hat am 20. September 2013 die Zielgerade erreicht, als die [EU-Kommission die Freigabe](#) für die Übernahme von Kabel Deutschland erteilt hat.

Telefónica hat mit der [Freigabe der Übernahme](#) durch die Aktionäre von KPN (der niederländischen ePlus-Muttergesellschaft) am 2. Oktober 2013 den ersten Schritt gemeistert. Nun steht noch die [Entscheidung für oder gegen eine Fusion](#) durch die EU-Kommission beziehungsweise die Bundesnetzagentur aus.

Am 17. November hat Tele Columbus bekanntgegeben, dass es ein [Übernahmeangebot](#) für das Kabelunternehmen Primacom abgegeben hat.

Das Beratungsunternehmen [DSP-Partners](#) hat die Kombinationen aus Vodafone/Kabel Deutschland (KDG), von Telefónica Deutschland/ePlus sowie von Tele Columbus und Primacom auf dem deutschen Markt analysiert – sowohl in Bezug auf die Umsätze, angebotenen Telekommunikations-Produkte als auch hinsichtlich der resultierenden Marktpositionen und in Relation zum bisherigen Marktführer Telekom Deutschland.

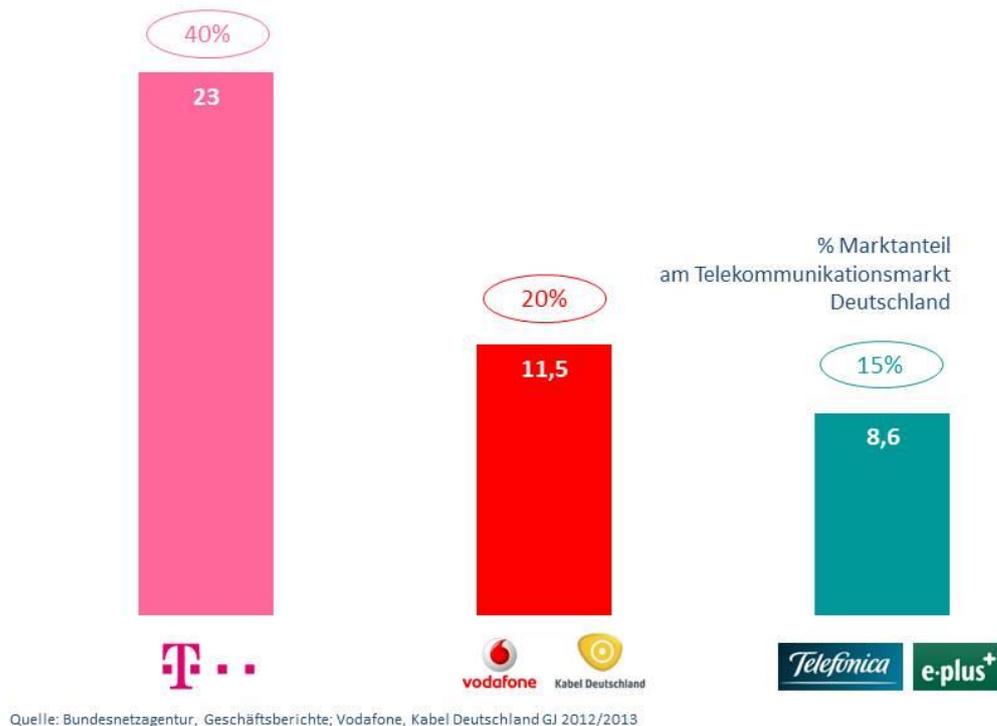
#### 1.1 Umsatz

Die drei möglichen starken Wettbewerber im Telekommunikationsmarkt in Deutschland nach den

erfolgten Fusionen wären die Deutsche Telekom, Vodafone und Telefónica:

- die Deutsche Telekom AG (börsennotiert, Hauptsitz Bonn) mit ihrer 100%-Tochtergesellschaft [Telekom Deutschland GmbH](#) in Bonn
- Vodafone Group PLC (börsennotiert, Hauptsitz Newbury) mit ihrer 100%-Tochtergesellschaft [Vodafone GmbH](#) in Düsseldorf und Kabel Deutschland mit Sitz in München
- Telefónica S.A. (börsennotiert, Hauptsitz Madrid) mit der 76,83%-Beteiligung an der ebenfalls börsennotierten [Telefónica Deutschland Holding AG](#) in München und ePlus in Düsseldorf

## Gesamtumsatz 2012 Deutschland in Mrd. EUR



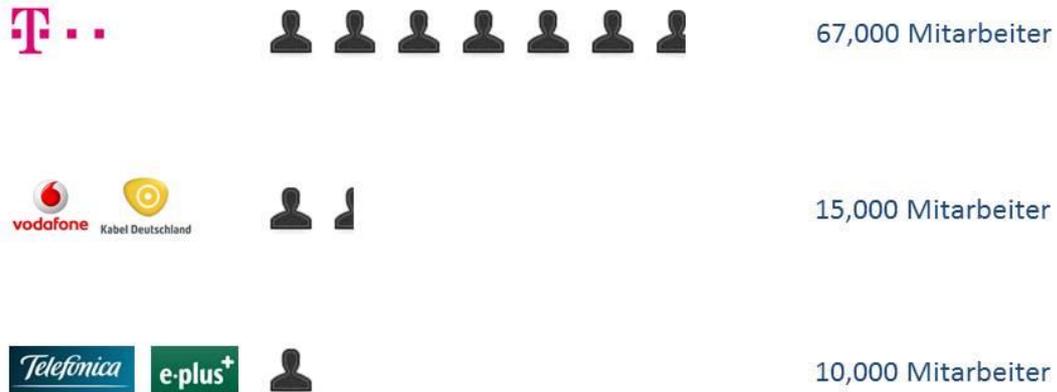
Gemäß des [Jahresberichts der Bundesnetzagentur](#) hatte der deutsche Telekommunikationsmarkt mit Privat- und Geschäftskunden für Festnetz und Mobilfunk im Jahr 2012 ein Volumen von etwa 58 Mrd. EUR. Daran haben die drei untersuchten Unternehmen die folgenden Anteile (die Umsätze und weiteren Finanzkennzahlen wurden „pro-forma“ ermittelt, d.h. durch Addition der jeweiligen Einzelzahlen der Fusionspartner):

- Mit fast 23 Mrd. Euro Umsatz (etwa 40% des Gesamtmarktes) im Jahr 2012 bleibt die Telekom Deutschland der dominierende Anbieter auf dem deutschen Markt, auch nach möglichen Fusionen
- Auf Platz folgt dann die Kombination aus Vodafone Deutschland/Kabel Deutschland mit einem pro forma Gesamtumsatz von 11,5 Mrd. Euro, etwa 20% des Gesamtmarktes
- Platz drei würde die Kombination aus Telefónica Deutschland und ePlus mit 8,6 Mrd. Euro pro forma Umsatz einnehmen mit einem Umsatz-Marktanteil von 15%

## 1.2 Mitarbeiter

Die Telekom Deutschland beschäftigte Ende 2012 in Deutschland etwa 67.000 Mitarbeiter und damit weit mehr als ihre Wettbewerber.

### Anzahl Mitarbeiter Deutschland 2012



Quelle: Geschäftsberichte

### Umsatz pro Mitarbeiter Deutschland 2012 in TEUR



Quelle: Geschäftsberichte; Vodafone, Kabel Deutschland GJ 2012/2013

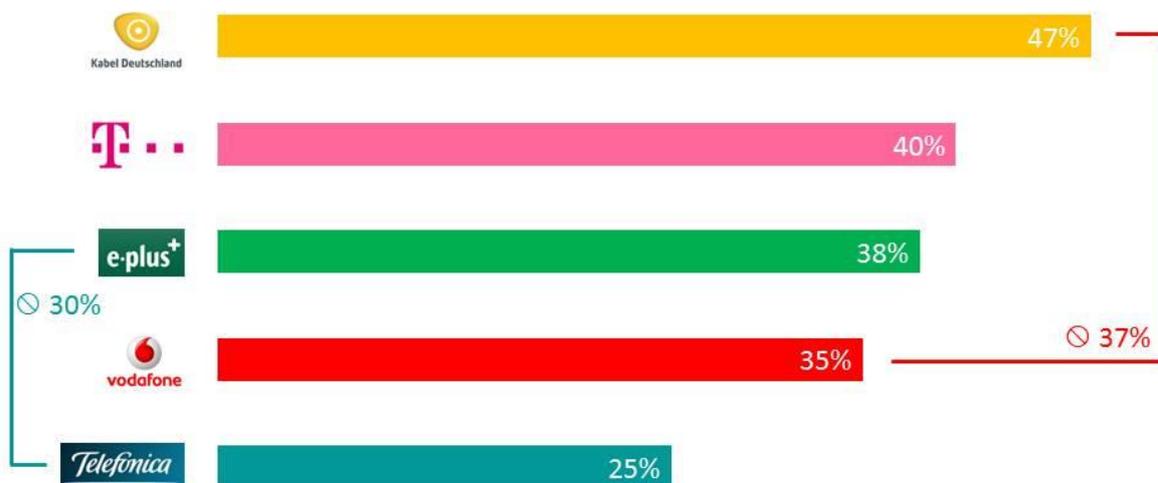
Vodafone/Kabel Deutschland kämen zusammengenommen auf knapp 15.000 Mitarbeiter, Telefónica Deutschland und ePlus gemeinsam auf etwa 10.000 Mitarbeiter.

Gerechnet nach Umsatz pro Mitarbeiter kehren sich die Verhältnisse allerdings um. Mit 860 TEUR Umsatz pro Mitarbeiter führte Telefónica/ePlus das Feld an, gefolgt von Vodafone Deutschland mit 767 TEUR und der Telekom Deutschland mit 343 TEUR Umsatz pro Mitarbeiter.

### 1.3 EBITDA-Marge

Bei der EBITDA-Marge führt die Telekom Deutschland mit 40%, gefolgt von Vodafone/KDG mit einer pro forma EBITDA-Marge von 37% und Telefónica D/ePlus mit 30%.

## EBITDA-Marge Deutschland 2012 in % des Umsatzes



Quelle: Geschäftsberichte; Vodafone, Kabel Deutschland GJ 2012/2013; Telefónica: OIBDA

## 2. Produktkategorien Telekommunikation

Alle drei Anbieter sind Vollsortimenter im Telekommunikationsmarkt und bieten die folgenden Produktkategorien an, die zum Kern eines jeden integrierten Telekommunikationsunternehmens gehören:

- Festnetzprodukte (v.a. Festnetz-Telefonie und Breitband-Internet)
- Fernsehen (IPTV und Kabelfernsehen)
- Mobilfunk (Sprach- und Datendienste)

## Produktkategorien Deutschland je Anbieter

			 Kabel Deutschland	 e-plus+
Festnetz & Internet		✓	✓	✓
Fernsehen		✓	✓	 kein Live-TV nur VoD
Mobilfunk		✓	✓	✓

Quelle: DSP-Partners Analyse

Zudem bieten alle drei Unternehmen verschiedene Internet-Services an – somit werden im Folgenden vier Produktkategorien analysiert, die sich auf drei Funktionsebenen verteilen:

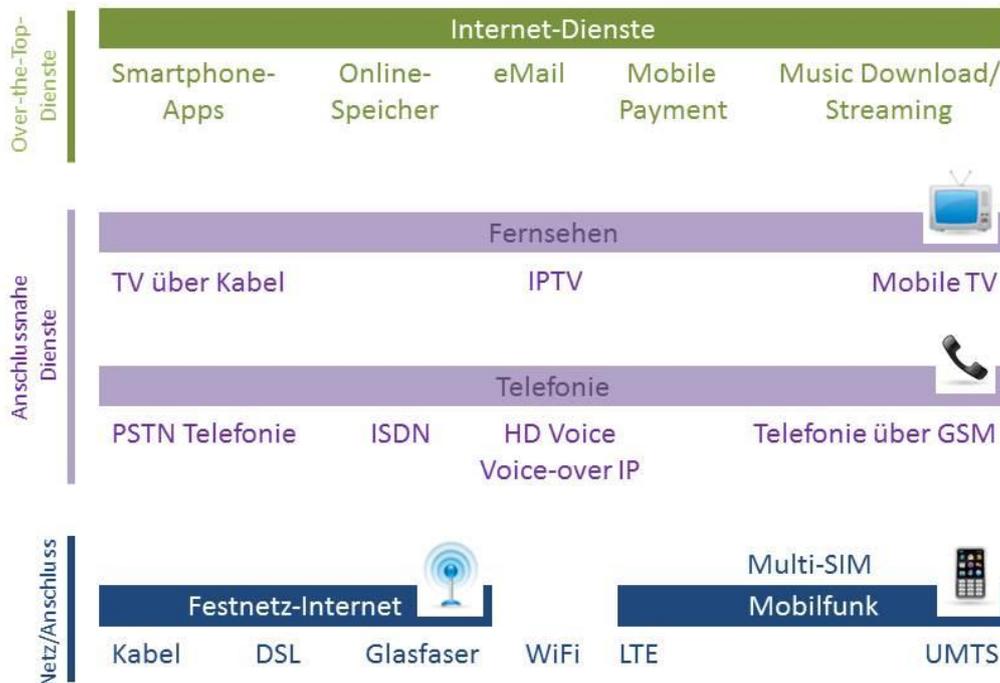
- „Netz/Anschluss“
- „Anschlussnahe Dienste“
- „Over-the-top“-Dienste (OTT)

Netz/Anschluss bezieht sich auf die Basis-Produkte, die Telefonieren oder Internetsurfen im Festnetz oder Mobilfunk ermöglichen.

Anschlussnahe Dienste sind Produkte wie „Fernsehen“ oder „Telefonie“, die von den Telekommunikationsunternehmen zusammen mit dem Anschluss verkauft werden und auch technisch mit diesem verbunden sind. Hier stehen die Telekommunikationsunternehmen bereits im Wettbewerb mit Anbietern wie Skype (für Telefonie) oder iTunes (Video-on-Demand).

Internet- oder OTT-Dienste wie Apps, Online-Speicher, Music-Downloads oder eMail sind diejenigen Dienste, die technisch gesehen nicht mit dem Festnetz- oder Mobilanschluss verbunden sind und im direkten Wettbewerb mit Produkten von google, Microsoft, Dropbox, Paypal etc. stehen.

## Produktstruktur Telekommunikation Deutschland



Quelle: DSP-Partners Produktportfoliomodell Telekommunikation

### 3. Festnetz-Internet und Telefonie

In Folgenden wird der Festnetzbereich mit den Kernprodukten Breitband-Internet und Telefonie untersucht.

#### 3.1 Internet

Beim Festnetz-Internet stehen grundsätzlich drei Zugangstechnologien zur Verfügung

- Internet über DSL (d.h. über die Telefonleitung)
- Internet über den Kabelanschluss
- Internet über Glasfaser (FTTH – Fiber to the Home)

In Deutschland wird die Mehrzahl der Internetanschlüsse über DSL oder Kabel realisiert. Glasfaser-Anschlüsse bis in das Haus (FTTH) spielen noch eine sehr untergeordnete Rolle.

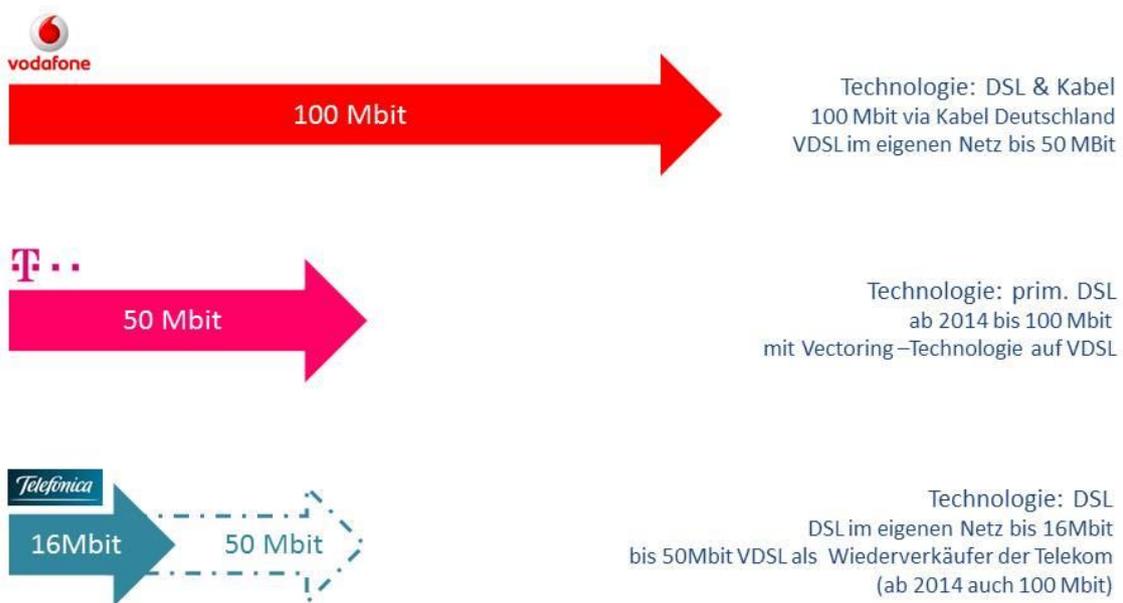
Die Telekom Deutschland fokussiert sich im Breitband-Internetbereich auf die (V)DSL-Technologie. Die maximal erreichbaren Geschwindigkeiten der Telekom bei VDSL in Deutschland liegen bei 50 Mbit und können von c. 36% der Haushalte erreicht werden, ADSL2+ erreicht bis zu 16Mbit und kann von etwa 53% der Haushalte gebucht werden. Darüber hinaus bietet die Deutsche Telekom in geringem Umfang Glasfaseranschlüsse bis in das Haus mit Geschwindigkeiten bis 200 Mbit an.

Vodafone bietet (zusammen mit Kabel Deutschland) eine differenziertere Produktpalette an: Im DSL-Bereich bietet Vodafone ADSL2+ bis 16Mbit und VDSL mit bis zu 50 Mbit an – diese Anschlüsse liegen

sowohl auf dem Vodafone-eigenen Netzwerk, v.a. bei VDSL werden aber auch Anschlüsse von der Telekom Deutschland eingekauft. Mit dem Erwerb von Kabel Deutschland wird Vodafone Deutschland nun zukünftig auch Kabelanschlüsse mit bis zu 100 MBit anbieten.

Telefónica Deutschland würde durch den Zukauf von ePlus im Festnetzbereich keine Veränderung erfahren. Telefónica D selbst bietet sowohl ADSL2+ mit bis zu 16Mbit auf dem eigenen Netz an als auch VDSL mit bis zu 50 MBit als Wiederverkäufer der Telekom Deutschland.

## Maximale Bandbreiten im Festnetz-Internet

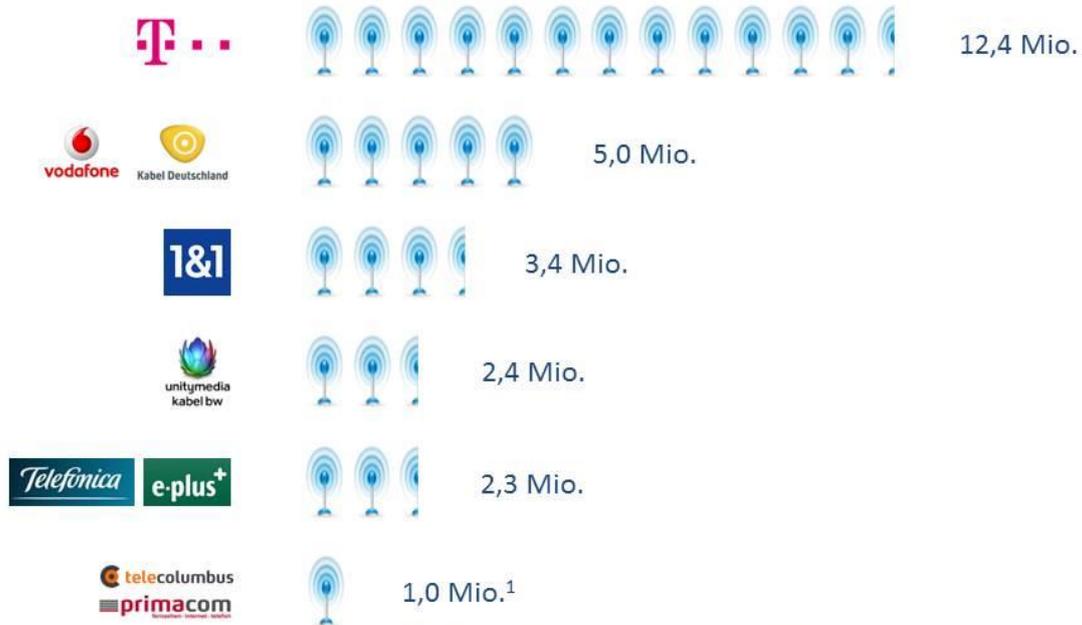


Quelle: DSP-Partners Analyse; Deutsche Telekom bietet neben DSL in geringem Umfang FTTH an

Bei der Betrachtung der Breitband-Kundenzahlen per Q2/2013 ergibt sich folgendes Bild:

- Die Telekom Deutschland führt den Markt mit 12,43 Millionen DSL-Breitbandkunden in Q2/2013 klar an
- Auf Platz 2 folgt die Kombination Vodafone/KDG mit 4,98 Millionen Kunden, davon 3,08 Millionen im DSL-Netz und 1,9 Millionen KDG-Kunden in Kabelnetzen
- Platz drei wird von United Internet mit 3,43 Millionen DSL-Kunden besetzt; Anmerkung: United Internet besitzt kein eigenes Netz, sondern ist Wiederverkäufer
- Auf Platz 4 folgt die fusionierte Einheit aus UnityMedia und Kabel Baden Württemberg mit 2,4 Millionen Breitband-Kunden
- O2 liegt mit 2,3 Millionen DSL-Kunden auf Platz fünf
- auf Platz sechs fände sich die Kombination aus Tele Columbus und Primacom mit geschätzt etwa 1 Million Internetkunden

## Anzahl Festnetz-Internet Kunden Deutschland Q2/2013



<sup>1</sup> Geschätzt: Annahme 30% der 3,1 Mio. angeschlossenen Tele Columbus-/Primacom-Haushalte beziehen auch Breitband-Internet  
Quelle: Bundesnetzagentur, Unternehmenswebsites, DSP-Partners Marktmodell

## Anzahl Neukunden DSL & Kabel Q4/2011 bis Q2/2013



Quelle: Bundesnetzagentur, DSP-Partners Marktmodell

Für den Zeitraum von Q4/2011 bis Q2/2013 zeigt sich, dass die Übernahme von Kabel Deutschland durch Vodafone Deutschland auch dazu dient, den Kundenverlust von Vodafone im DSL-Bereich in ein Wachstum zu drehen. Ohne den Erwerb von KDG wäre Vodafone im Breitband-Markt in diesem Zeitraum um 360 Tausend Kunden geschrumpft, noch stärker als Telefónica Deutschland, die im gleichen Zeitraum 290 Tausend DSL-Kunden verlor.

### 3.2 Telefonie

Im Telefonie-Bereich bieten Vodafone Deutschland und die Telekom Deutschland herkömmliche Telefonie-Produkte (sog. PSTN-Anschlüsse) an, wahlweise jedoch auch mit Voice-over-IP (VoIP). Bei O2 ist der Neu-Anschluss immer auf Basis VoIP ausgestaltet. Ein ISDN-Anschluss ist somit nur bei Vodafone und der Telekom erhältlich. Die Telekom bietet im Festnetz zudem ein hochqualitatives Sprachprodukt, sogenanntes HD-Voice, an.

#### Telefonie-Festnetzprodukte Deutschland

			 	 
PSTN-Telefonie		✓	✓	
Voice over iP	<b>IP</b> 	✓	✓	✓
ISDN	<b>ISDN</b> 	✓	✓	
HD-Voice	<b>HD</b> 	✓		

Quelle: DSP-Partners Analyse

### 4. Fernsehen

Im Folgenden wird die Markt- und Produktstruktur im Bereich Fernsehprodukte analysiert. Hierbei gibt es vier Möglichkeiten, wie das Fernsehsignal zum Kunden übertragen werden kann:

- Kabel (Kabel Deutschland und Vodafone in einer Hybridlösung aus DSL und Kabel)
- Satellit (eingesetzt von Vodafone und Telekom Deutschland in einer Hybridlösung)
- DVBT (wird von keinem der Telekommunikationsanbieter eingesetzt)
- Fernsehen über Internet/IPTV (wird von Vodafone, Telekom Deutschland und Telefónica eingesetzt)

Die Telekom Deutschland und Vodafone bieten ihren Kunden neben Double-Play-Paketen (Internet und Telefon) auch Triple Play Pakete aus Internet, Telefonieren und Fernsehen an. O2 bietet derzeit kein lineares Fernsehprodukt für Neukunden an, hatte dies aber in der Vergangenheit – aus der Übernahme des Festnetzanbieters Alice heraus – im Produktprogramm.

Bei der Telekom gibt es in Deutschland zwei verschiedene Fernsehprodukte: Zum einen das rein IP-basierte „Entertain“-Produkt, das auf DSL- und VDSL-Anschlüssen mit mind. 16 Mbit basiert. Das Produkt „Entertain Sat“ kombiniert einen beim Kunden vorhandenen Satellitenanschluss mit einem 16 Mbit DSL-Anschluss zu einem Fernsehprodukt, bei dem sowohl lineares TV als auch Video-on-Demand unter einer Oberfläche auf dem Fernseher verfügbar ist.

Vodafone Deutschland bietet unter seiner eigenen Marke das Produkt „Vodafone TV“ an. Ähnlich wie bei der Deutschen Telekom gibt es dieses Produkt in einer IPTV-Variante (das Fernsehen wird über das DSL-Netz transportiert) und in einer Hybrid-Variante analog dem Telekom-Produkt „Entertain Sat“. Bei Vodafone kann in dieser Konfiguration aber nicht nur ein Satellitenanschluss sondern auch ein Kabelanschluss verwendet werden. Kabel Deutschland bietet analoge und digitale Kabelanschlüsse für Fernsehen an, die auch Internet und Telefonie transportieren können.

## Fernseh-Produkte Deutschland

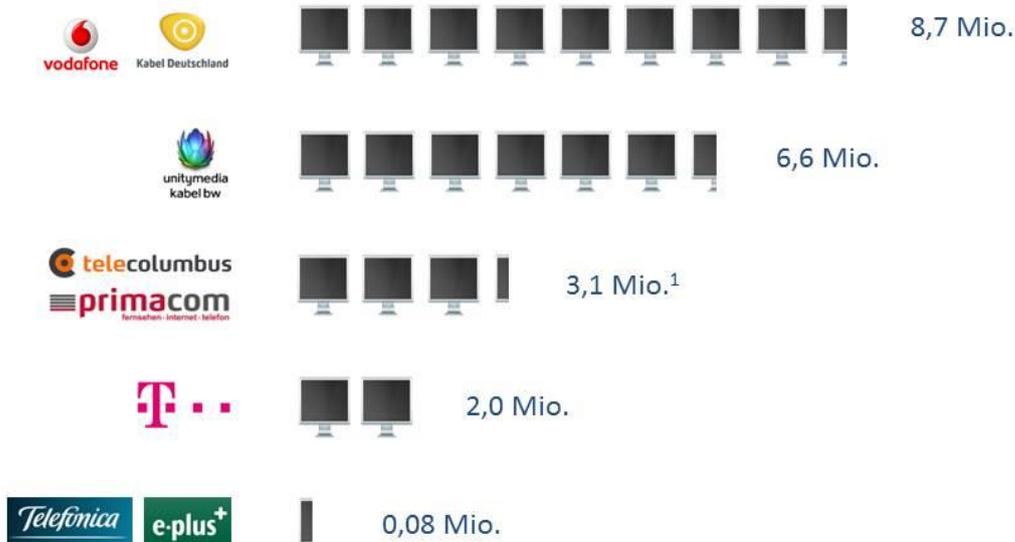
		 	 
Lineares Fernsehen	✓	✓	
Digitaler Videorekorder	✓	✓	
Digitale Programmzeitschrift	✓	✓	
Pay TV	✓	✓	
Video-on-demand	✓	✓	✓
Mobile TV	✓	✓	
Fernseh App für Tablets	✓		

Quelle: DSP-Partners Analyse

Die Telekom Deutschland und Vodafone/Kabel Deutschland ermöglichen mit dem TV-Produkt auch die Nutzung von Filmen auf Abruf (Video-on-Demand) sowie die Speicherung von Fernsehsendungen auf der Settop-Box mit einem digitalen Video Rekorder. Obwohl Telefónica Deutschland kein IPTV Produkt für lineares Fernsehen anbietet, ist es möglich, auf dem PC Video-on-Demand auch bei O2 zu nutzen.

Neben dem eigenen Senderangebot bieten die Telekom, Vodafone und Kabel Deutschland auch Sky Pay-TV auf ihren Fernsehplattformen an.

## Anzahl TV-Kunden Deutschland Q2/2013



Vermarkung wurde  
eingestellt, kein TV-Produkt  
für Neukunden

<sup>1</sup> Tele Columbus/Primacom: Anzahl angeschlossene Haushalte  
Quelle: Bundesnetzagentur, Geschäftsberichte, DSP-Partners Marktmodell

Die Kundenzahlen im Fernsehbereich gestalten sich wie folgt:

- Vodafone D erreichte per Q2/2013 etwa 200 bis 250 Tausend Kunden auf dem Produkt „Vodafone TV“ und etwa 8,4 Millionen Kunden über Kabel Deutschland für sein Kabelfernseh-Produkt
- UnityMedia/KabelBW erreichte per Q2/2013 etwa 6,6 Millionen Fernseh-Kunden
- Tele Columbus und Primacom zählten gemeinsam etwa 3,1 Millionen angeschlossenen TV-Haushalte
- Die Telekom Deutschland zählte per Q2/2013 zirka 2 Millionen Fernseh-Kunden, davon etwa 300 Tausend mit dem Produkt „Entertain Sat“ und etwa 1,7 Millionen mit dem internet-basierten Produkt
- Telefónica Deutschland bedient noch etwa 80 Tausend Alice-Altkunden mit seinem nicht mehr buchbaren IPTV-Produkt „Alice TV“

## 5. Mobilfunk

In diesem Abschnitt werden die Auswirkungen der zwei geplanten Übernahmen auf das Mobilfunkgeschäft in Deutschland untersucht. Im Mobilfunk ist es zum einen interessant, die Kundenanzahl der drei Unternehmen zu vergleichen und zum anderen die angebotene Produktpalette gegenüberzustellen.

## 5.1 Kunden

Durch die Übernahme von ePlus durch Telefónica Deutschland würde im Mobilfunkbereich ein neuer Marktführer entstehen mit zusammen 43,8 Millionen Kunden (SIM-Karten) zum Ende des zweiten Quartals 2013, davon 58% Prepaid-Kunden und 42% Vertragskunden. Die Deutsche Telekom bediente zu diesem Zeitpunkt 37,5 Millionen Mobilfunkkunden, davon 45% als Prepaid-Kunden und 55% als Vertragskunden.

### Anzahl Mobilfunk-Kunden Deutschland Q2/2013



Quelle: Bundesnetzagentur, DSP-Partners Marktmodell; Anzahl SIM-Karten

Bei Vodafone ergibt sich im Mobilfunkbereich durch die Übernahme von Kabel Deutschland wahrscheinlich nahezu keine Veränderung, trotz des bestehenden KDG-Mobilfunkangebots (das über Telefónica/O2 realisiert wird) für das jedoch keine Zahlen veröffentlicht werden. Per Q2/2013 wies die Gruppe Vodafone/KDG 32,2 Millionen Mobilfunkkunden aus, davon 52% Prepaidkunden.

Von Ende Q4/2011 bis Ende Q2/2013 ist die Kombination aus Telefónica D und ePlus mit 2,7 Millionen Neukunden am stärksten gewachsen, gefolgt von der Telekom Deutschland, die in diesem Zeitraum mehr als zwei Millionen neue Kunden im Mobilfunk gewinnen konnte.

Vodafone Deutschland hat in diesem Zeitraum einen Verlust von über fünf Millionen Mobilfunkkunden ausgewiesen – es ist dabei zu bemerken, dass Vodafone in hohem Umfang inaktive Kunden aus der Statistik entfernt hat. Eine derartige Bereinigung haben die übrigen Anbieter nicht vorgenommen.

## Anzahl Neukunden Mobilfunk Q4/2011 bis Q2/2013



Quelle: Bundesnetzagentur, DSP-Partners Marktmodell

## 5.2 Umsatz pro Mobilfunkkunde (ARPU)

Mit einem Umsatz von 16,50 EUR erzielt Vodafone Deutschland den höchsten Monatsumsatz pro Kunde (ARPU) der vier Mobilfunkanbieter. Es folgen die Telekom Deutschland, Telefónica D und ePlus.

## Mobilfunk Umsatz pro Kunde und Monat Q2/2013



Quelle: Geschäftsberichte; Wert für Deutschland

Der Datenumsatz pro Kunde pro Monat liegt bei 4,50 EUR bis 6,50 EUR und erreicht damit mittlerweile etwa 40% des durchschnittlichen Gesamtmonatsumsatzes pro Kunde.

## 5.3 Mobilfunk-Produkte

Die Produktpaletten der drei Anbieter im Mobilfunk ähneln sich sehr stark und umfassen u.a. die folgenden Produktbereiche, die im Folgenden näher untersucht werden.

- LTE
- WiFi Hotspots
- Multi-SIM
- Smartphones & Tablets
- Zweitmarke

### Mobilfunk-Produkte Deutschland

	Telekom Deutschland	Vodafone	Kabel Deutschland	Telefonica e-plus <sup>+</sup>
LTE	 <b>LTE</b>	✓	✓	(✓) 8 Ausbauregionen
WiFi Hotspots		✓	✓	(✓) über Kooperation
HD Voice	<b>HD</b> 	✓	✓	
Zweitmarken		✓	✓	✓

Quelle: DSP-Partners Analyse

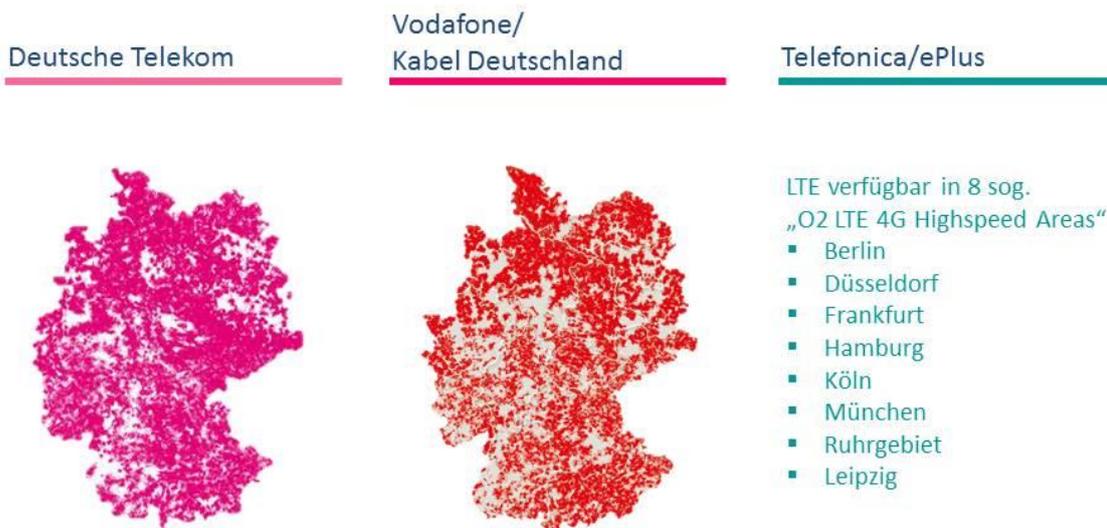
#### 5.3.1 LTE

LTE als Mobilfunkprodukt haben sowohl die Telekom Deutschland als auch Vodafone und O2 im Angebot und vermarkten dies aktiv. Alle drei Anbieter haben auch spezielle LTE-Angebote als Festnetzersatz im Produktprogramm. ePlus ist erst dabei, sein LTE-Netz aufzubauen und hat derzeit noch kein LTE-Produkt im Angebot.

- Die Telekom und Vodafone haben ihr mobiles LTE-Netz bereits bundesweit ausgerollt

- Vodafone D bietet bei LTE mittlerweile Geschwindigkeiten bis zu 150Mbit an, ebenso wie die Telekom Deutschland. Telefonica O2 hat LTE mit bis zu 50Mbit im Produktprogramm.
- Vodafone Deutschland versorgt derzeit etwa 66% der Fläche Deutschlands in 160 Städten und erreicht damit 50 Millionen Einwohner
- Telefónica D hat derzeit 8 sogenannte „O2 LTE 4G Highspeed Areas“ erschlossen, dies sind das Ruhrgebiet, Hamburg, Düsseldorf, Berlin, München, Köln, Frankfurt und Leipzig

## Netzabdeckung Deutschland bei LTE



Quelle: Websites der Unternehmen, Stand 10/2013

### 5.3.2 WiFi Hotspots

Die Telekom Deutschland ist mit 12,000 eigenen Hotspots (und durch Kooperationen mit der Deutschen Bahn, der Deutschen Lufthansa, Tank & Rast und McDonalds) Marktführer bei Hotspots – außerdem wurde eine Partnerschaft mit dem WiFi-Sharing-Anbieter Fon abgeschlossen. Das Produkt wurde auf der CeBIT 2013 vorgestellt, ist allerdings noch nicht am Markt eingeführt. Es folgt auf Platz 2 Vodafone D mit c. 4,000 Hotspots (davon 3,000 über den Partner The Cloud) und Telefónica D/O2 mit etwa 3,000 WiFi Hotspots (ebenfalls mit dem Partner The Cloud). Kabel Deutschland betreibt etwa 1,500 eigene Hotspots. ePlus hat im Jahr 2009 ebenfalls eine Partnerschaft mit dem Anbieter Fon abgeschlossen.

### 5.3.3 Multi-SIM

Alle vier Mobilfunkanbieter auf dem deutschen Markt bieten Multi-SIM-Karten an (eine Rufnummer/Vertrag auf mehreren SIM-Karten). Die Angebote unterscheiden sich im Wesentlichen durch die Anzahl unterstützter SIM-Karten je Vertrag (je 3 bei Telekom Deutschland, Vodafone D und Telefonica O2 sowie 2 bei ePlus) und den monatlichen Preis (4,95 EUR bei der Telekom, 3 EUR bei ePlus, kostenfrei bei Vodafone und O2 – dort jedoch mit einer Einmalzahlung zur Einrichtung). Ein Vergleich

der verschiedenen Tarife findet sich [hier](#).

### 5.3.4 Smartphones & Tablets

Alle drei Anbieter haben das iPhone 5S von Apple im Angebot. Sowohl Vodafone als auch O2 und die Telekom bieten darüber hinaus auch Tablets (O2 nur Android, die Telekom Deutschland und Vodafone sowohl Android- als auch iOS Tablets) sowie Surfsticks für den Laptop an.

### 5.3.5 Zweitmarke

Im Bereich der eigenen Zweitmarken für preissensitive Kunden oder spezielle Zielgruppen ist die Telekom mit der Congstar-Brand und Telefonica D mit Fonice aktiv. ePlus bietet neben seiner Hauptmarke „Base“ verschiedenste eigene Zweitmarken für spezifische Zielgruppen an (Simyo, ay yildiz, Ortel, yourfone, blau.de sowie die ehemalige Hauptmarke ePlus). Vodafone D betreibt die eigene Zweitmarke unter der „Otelo“-Brand.

## 6. Internet-Services

Die Telekommunikationsanbieter verfolgen eine Strategie der Differenzierung und Anschlussaufwertung durch Internet-Dienste, um aus Kundensicht nicht zu einer reinen „Dumb Bitpipe“ zu werden. Die folgenden Internet-Dienste der drei Unternehmensgruppen werden näher untersucht.

- Smartphone-Apps
- Online-Speicher
- Mobile Payment
- Musik
- eMail & Adressbuch
- Portal

Da viele weitere Internet-Dienste nicht mehr von den Telekommunikationsunternehmen selbst angeboten werden, im Folgenden ein Blick auf wesentlichen Partnerschaften der Telekommunikationsanbieter, v.a. mit Internet-Unternehmen und Start-ups. Reine Content-Lieferverträge (für die TV-Plattformen und Musikangebote) sowie Werbeverträge wurden hier nicht berücksichtigt.

## Ausgewählte Internet-Services Deutschland

			 	 
Smartphone-Apps		✓	✓	✓
Online-Speicher		✓	✓	✓
Mobile Payment		✓	✓	✓
Music Download	 <b>DL</b>	✓	✓	✓
Music Streaming	 <b>ST</b>	✓		✓

Quelle: DSP-Partners Analyse

### 6.1 Partnerschaften

Die Deutsche Telekom hat das Thema Partnerschaften als wesentliches Element der Strategie definiert.

In Deutschland bestehen im Endkundenmarkt Partnerschaften mit google (Suche auf dem T-Online Portal), Evernote (1 Jahr kostenloses Evernote Premium für Telekom-Kunden), Spotify (keine Anrechnung des Datenverkehrs für T-Mobile Kunden), Path (1 Jahr kostenlose Mitgliedschaft sowie Vernetzung des Telekom Onlinespeichers mit Path), Wunderlist (6 Monate kostenlos), Bild (Bild digital Abo), Symantec und Lookout (Virenschutz für PC bzw. Smartphones) und zukünftig geplant auch amazon (Vorinstallation von amazon Apps auf T-Mobile Smartphones).

Im Bereich Payment kooperiert die Telekom mit iZettle (Aufsteck-Hardware für Smartphones), v.a. im Business-Bereich. Zudem besteht eine Kooperation mit Mastercard, diese ist jedoch noch nicht als Endkundenprodukt umgesetzt.

Im WiFi-Segment hat die Telekom für Deutschland eine Partnerschaft mit dem spanischen WiFi-Sharing Anbieter Fon abgeschlossen.

## Partnerschaften Deutschland



Quelle: DSP-Partners Analyse; wichtigste Partnerschaften, ohne Content-Lieferverträge und Werbedeals

Vodafone D hat Partnerschaften mit Visa (Bezahlen), Bild (Paket aus Bild App, Tarif und Tablet), arcado & Vouchercloud (mobile Couponing) und Emmas Enkel (digitale Shopping Wall). Kabel Deutschland bringt zusätzlich die Partnerschaft mit F-Secure im Bereich Security/Virenschutz ein.

Telefónica D arbeitet im Bereich Payment mit Visa zusammen. Bei Virenschutz besteht eine Partnerschaft mit McAfee und im Bereich Musik mit Simfy (Streaming flatrate). Zusätzlich ist geplant, im Bereich Online-Speicher (Skydrive) und bei anderen Themen mit Microsoft zusammenzuarbeiten. ePlus steuert ebenfalls im Bereich Musik eine Zusammenarbeit mit MTV/Rhapsody und eine Partnerschaft mit Kaspersky im Bereich Security bei.

### 6.2 Smartphone-Apps

DSP-Partners hat im [Dezember 2012](#) und erneut im August 2013 über 2,000 Apps von großen Unternehmen wie Daimler, Deutsche Telekom, Google etc. aus 9 Branchen – darunter auch Telekommunikation – untersucht, die in den deutschen AppStores verfügbar sind.

## Anzahl Apps je Unternehmen Deutschland 8/2013



Quelle: DSP-Partners App-Datenbank

Eine Auswertung der Apps von Deutscher Telekom, Vodafone, Kabel Deutschland, ePlus und Telefónica ergibt folgendes Bild:

- mit 128 Apps (inkl. Apps von Tochtergesellschaften wie Scout24, Strato etc.) führt die Deutsche Telekom Gruppe das Feld an
- es folgt Vodafone D/KDG mit 65 Apps
- Telefónica D/ePlus bietet 32 Apps an

Es zeigt sich auch, dass ePlus von allen Anbietern am stärksten auf Android setzt (60% aller Apps), während die Deutsche Telekom mit 44% den geringsten Android-Anteil in ihrem App-Portfolio aufweist.

Weitere Ergebnisse der App-Studie werden DSP-Partners in Kürze veröffentlichen.

## Anteil Android-Apps im Produktportfolio in Deutschland



Quelle: DSP-Partners App-Datenbank, 8/2013

### 6.3 Online-Speicher

Die Telekom Deutschland, Vodafone D, Telefónica D und ePlus bieten ihren Kunden einen eigenen Online-Speicher (Cloud-Storage) an.

Bei Vodafone („Vodafone Cloud“), Telefónica („O2 Online Speicher“) und ePlus („ePlus Cloud“/„Base Cloud“) ist dieser Dienst nur für Kunden verfügbar, bei der Telekom („Mediencenter“) für alle Internet-Nutzer zugänglich.

In der Grundversion bietet ePlus mindestens 3GB Online-Speicher, Vodafone und Telefónica 5GB und die Telekom 25GB.

Kabel Deutschland bietet eine Online-Backup Lösung auf Basis des Anbieters F-Secure.

Alle Anbieter mit Ausnahme von Telefónica D und Kabel Deutschland bieten den Kunden passende Smartphone-Apps für iOS und Android für den Zugriff auf die Online-Speicher an.

### 6.4 Mobile Payment

Die Produktangebote der Telekommunikationsanbieter im Bereich Payment sind sehr unterschiedlich – nicht betrachtet wird hier die Möglichkeit, bestimmte Telekom-Dienste wie Klingeltöne o.ä. über die Mobilfunk- oder Festnetzrechnung zu bezahlen.

- Die Telekom Deutschland bietet über die Bezahlungsfunktion der Tochtergesellschaft Click&Buy Online-Payment an und unterstützt außerdem das mPass-Konsortium (Bezahlen über NFC-Sticker, Mobilfunknummer oder virtueller Kreditkarte)

- Vodafone Deutschland ist ebenfalls Mitglied im mPass Konsortium
- Telefónica D bietet als Mitglied bei mPass ebenfalls dessen Bezahlungsfunktionen. Zusätzlich hat Telefónica D eine eigene Kreditkarte im Produktportfolio.
- ePlus ist nicht Mitglied im mPass Konsortium und bietet darüber hinaus auch keine anderen mobilen Bezahlverfahren an.

## 6.5 Musikangebote

Sowohl die Telekom als auch Vodafone und Telefónica bieten ihren Kunden in Deutschland Musikprodukte an. Hierbei sind zwei Varianten zu unterscheiden, einerseits Musik-Downloads analog iTunes und andererseits Musik-Streamingangebote analog Spotify.

Bei der Telekom Deutschland sind zwei Musikprodukte erhältlich. Einerseits können die Kunden über [www.music.telekom.de](http://www.music.telekom.de) Einzeltitel und Alben zum Download erwerben und diese direkt in der Telekom Cloud („Mediencenter“) speichern. Andererseits bietet die Telekom in einer Partnerschaft mit Spotify ein Streaming Produkt an, bei dem das übertragene Datenvolumen beim Musikhören nicht auf das Datenvolumen des Telekom Mobilfunktarifs angerechnet wird.

Vodafone D bietet Musik nur zum Download an unter [www.music.vodafone.de](http://www.music.vodafone.de). Hierbei können sowohl einzelne Titel gekauft werden als auch Pakete von 4 oder 10 Titeln pro Monat. Zu diesem Service bietet Vodafone eine eigene Android-App an.

Telefónica Deutschland hat zwei Musikprodukte im Programm. Zum einen bietet es einen Musik-Downloadservice analog iTunes an. Zum anderen können O2-Kunden eine Streaming-Flatrate von Simfy erwerben. Bei ePlus können die Kunden eine streaming-basierte Rhapsody/MTV Music Flat für den PC und für Android- und iOS-Smartphones buchen.

## 6.6 eMail & Adressbuch

Alle drei Anbieter haben ein eMail & Adressbuchprodukt im Angebot. Bei Vodafone und Telefónica ist das eMail-Produkt auf dem deutschen Markt nur für Vertrags-Kunden der jeweiligen Anbieter nutzbar, bei der Telekom Deutschland kann das Produkt „T-Online freemail“ von jedem Internetnutzer verwendet werden.

Die [Rangliste](#) der eMail-Angebote der Telekommunikationsanbieter führt T-Online eMail mit einem Marktanteil von 9,1% an, gefolgt von Vodafone eMail mit 4,6%. Telefónica und ePlus sind in dieser Untersuchung nicht explizit ausgewiesen.

## 6.7 Portal

Alle Anbieter betreiben Portale für die Online-Buchung von Produkten und Services. Zusätzlich bieten Vodafone mit [Arcor.de](http://Arcor.de) und die Telekom mit [T-Online.de](http://T-Online.de) eigene Webportale (General Interest Portal) analog [Web.de](http://Web.de), [AOL](http://AOL) oder [Yahoo](http://Yahoo) an.

Das Alexa-Ranking der Websites in Deutschland führt die Telekom mit [T-Online.de](http://T-Online.de) und [telekom.de](http://telekom.de) an, hiernach folgt Vodafone D mit seinen beiden Sites [vodafone.de](http://vodafone.de) und [arcor.de](http://arcor.de). Es folgen [o2-online.de](http://o2-online.de), [KabelDeutschland.de](http://KabelDeutschland.de) und [base.de](http://base.de).

## Alexa-Ranking der Websites in Deutschland 10/2013



Quelle: [www.alexa.com](http://www.alexa.com); T-Online.de und Arcor.de sind General Interest Portale

## 7. Fazit und Ausblick

In diesem Abschnitt erfolgen eine Zusammenfassung der Ergebnisse der Markt- und Produktanalysen und ein Ausblick auf zukünftige Entwicklungen im deutschen Telekommunikationsmarkt.

Ein Überblick über die Marktpositionen und Produktangebote der Deutschen Telekom, von Vodafone/KDG und Telefónica/ePlus in den einzelnen Kategorien zeigt, dass es in der deutschen Telekommunikationslandschaft zukünftig spannend bleibt und sich bei Umsetzung der drei Fusionsvorhaben drei Unternehmen gegenüber stehen, die jeweils in Teilbereichen die Marktführerschaft innehaben.

### 7.1 Umsatz und Anzahl Mitarbeiter

In diesen Kategorien wird die Deutsche Telekom auch weiterhin führend sein, mit deutlichem Abstand zu Vodafone/KDG mit etwa der Hälfte des Telekom-Umsatzes und Telefónica/ePlus mit 37% des Umsatzes der Telekom.

### 7.2 Festnetz

Auch im Festnetz kann die Deutsche Telekom ihre führende Position mit über 12 Millionen Breitbandanschlüssen behaupten. Vodafone gemeinsam mit Kabel Deutschland wird allerdings mit knapp 5 Millionen Breitbandkunden deutlich näher rücken und 1&1 als bisherige Nummer 2 ablösen. Telefónica wird auch gemeinsam mit ePlus bei 2,3 Millionen DSL-Kunden verbleiben. Durch die Fusion von Tele Columbus mit Primacom entstünde ein weiterer starker Breitband-Anbieter mit etwa 1 Mio. Internet-Kunden.

## 7.3 Fernsehen

Im TV-Markt wird – getrieben von den 8,4 Millionen Kabelkunden von Kabel Deutschland – Vodafone Deutschland die Marktführerschaft übernehmen. Auf Platz 2 folgte UnityMedia/KabelBW, auf Platz drei Tele Columbus/Primacom. Auf Platz vier würde sich die Telekom Deutschland befinden, mit einem knappen Viertel der Kundenanzahl von Vodafone. Telefónica ist im Geschäft mit Neukunden nicht (mehr) vertreten sondern bedient nur noch seine Bestandskunden.

## 7.4 Mobilfunk

Im Mobilfunk kann die mögliche Fusion von Telefónica mit ePlus und einer Kundenzahl von knapp 44 Millionen die Telekom Deutschland (mit 37,5 Millionen Kunden) als Marktführer ablösen. Vodafone stünde mit gut 32 Millionen Mobilfunkkunden auf Platz drei.

## 7.5 Internet-Services

Im Bereich der Internetdienste würden die bestehenden Verhältnisse durch die möglichen Fusionen nicht wesentlich verändert. Allerdings hätte Telefónica D/ePlus in Verhandlungen mit Internetplayern wie google, Facebook oder Apple nun als Marktführer im Mobilfunk und bei auch im Wachstumsfeld Mobile Payment eine deutlich bessere Verhandlungsmacht und Vodafone könnte durch die Übernahme von Kabel Deutschland im Bereich TV nun ein stärkeres Gewicht bei Verhandlungen mit Filmstudios über Inhalte in die Waagschale werfen.

## Marktführerschaft nach Segmenten Deutschland



Quelle: Bundesnetzagentur, Geschäftsberichte 12/2012, DSP-Partners Analyse; Kundenzahlen Q2/2013

## 7.6 Ausblick

Insgesamt könnte in Zukunft bei Umsetzung der geplanten Fusionen jedes der drei Unternehmen für sich die Marktführerschaft in Bezug auf die Kundenzahlen in bestimmten Marktsegmenten beanspruchen:

- Die Telekom Deutschland bliebe Marktführer im Festnetz bei Telefonie und Internet
- Vodafone Deutschland erreichte die Marktführerschaft im Produktbereich Fernsehen
- Telefónica Deutschland/O2 würde Marktführer im Mobilfunk

### Marktposition Deutschland nach Anzahl Kunden Q2/2013



Quelle: Bundesnetzagentur, Geschäftsberichte, DSP-Partners Analyse

Schwerpunkte der Weiterentwicklung in Bezug auf die Marktposition lägen nach erfolgter Konsolidierung bei den drei Unternehmen auf den folgenden Punkten

- Deutsche Telekom
  - Weiterer Roll-out von VDSL und Einführung der VDSL Vectoring-Technologie, um 100 Mbit Download-Geschwindigkeiten bei Festnetz-Internet zu erreichen
  - Verteidigung und weiterer Ausbau der Kundenbasis bei Festnetz-Internet
  - Verringerung des Abstands im Mobilfunk zum dann Marktführer Telefónica/ePlus

- Vodafone/Kabel Deutschland

Integration der Infrastruktur von Kabel Deutschland in das Vodafone Fest- und Mobilfunknetz

Neustrukturierung des Produkt- und Markenportfolios nach Übernahme von Kabel Deutschland

Verringerung des Abstands im Mobilfunk zum dann Marktführer Telefónica/ePlus und zur Deutschen Telekom

- Telefónica/ePlus

Integration der Mobilfunk-Netze von O2 und ePlus und weiterer Ausbau von LTE

Verteidigung der Marktführerschaft im Mobilfunk

Verbesserung der Marktposition bei Breitband/Festnetz

## Über den Autor | Impressum

### Stefan Behrendt

Stefan Behrendt ist Gründer und Managing Partner beim Beratungsunternehmen DSP-Partners und Mentor beim Accelerator StartupBootcamp.

Er begann seine Karriere nach dem Diplom-Studium der Elektrotechnik und Betriebswirtschaft (Technische Universität Darmstadt, Nagoya University Japan, Technische Universität Dresden) als Dozent für Innovationsmanagement an der betriebswirtschaftlichen Fakultät der Universität Bern in der Schweiz.

Anschließend war er als Unternehmensberater bei Roland Berger Strategy Consultants mit den Schwerpunkten Strategie, Organisation, M&A/Corporate Finance und Restrukturierung in der High-Tech Branche für europäische Konzerne und Mittelständler tätig.

Beim Softwareunternehmen abaXX Technology verantwortete er als Vertriebsleiter die Umsätze mit Key-Accounts wie der Deutschen Bahn, Loyalty Partners und Bertelsmann Springer sowie europaweit die Beziehungen zu Software- und Vertriebspartnern wie IBM oder CSC-Ploenzke.

Bei T-Online und der Deutschen Telekom war Stefan Behrendt in verschiedenen Management-Positionen als Bereichsleiter für Strategie, M&A/Venture Capital, Beteiligungsmanagement und Produktmanagement für Breitband-Telekommunikationsprodukte und Internetdienste wie eMail, Online-Storage, iPhone-/Android-/ Windows-Apps tätig.

Zudem führte er als Beteiligungsmanager, Mitglied und Vorsitzender des Aufsichtsrats sowie als Geschäftsführer Beteiligungen der Deutschen Telekom und Internet Start-ups im Bereich Reise, Classifieds, Softwareentwicklung und Medien.

### DSP-Partners

DSP-Partners ist ein Beratungs- und Software-Entwicklungsunternehmen, das sich auf die TIMES-Branche (Telekommunikation, IT, Media, Entertainment, Security) und Internetthemen in verwandten Industrien spezialisiert.

### mobile zeitgeist

Im Mai 2006 gegründet, ist mobile zeitgeist heute das führende Online-Magazin zum Mobile Business im deutschsprachigen Raum. Im Mittelpunkt stehen Berichte, Meinungen und News aus allen wichtigen Bereichen wie zum Beispiel Mobile Commerce, Mobile Payment, Mobile Marketing und Advertising und vielen mehr. Zu den täglichen Lesern gehören sowohl Entscheider der Medien und werbetreibenden Industrie als auch der Mobile Branche in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

## Kontakt | Impressum

DSP-Partners

Stefan Behrendt

Founder | Managing Partner

[stefan.behrendt@dsp-partners.com](mailto:stefan.behrendt@dsp-partners.com)

[www.dsp-partners.com](http://www.dsp-partners.com)

<https://twitter.com/stbe>

mobile zeitgeist

Heike Scholz

Founder

T +49-40-8197 1545

[heikescholz@mobile-zeitgeist.com](mailto:heikescholz@mobile-zeitgeist.com)

[www.mobile-zeitgeist.com](http://www.mobile-zeitgeist.com)

[twitter.com/MobileZeitgeist](https://twitter.com/MobileZeitgeist)

[www.facebook.com/mobilezeitgeist](https://www.facebook.com/mobilezeitgeist)

USt.-ID-Nr. DE229568023

V.i.S.d.P.: Heike Scholz



Dieses Werk bzw. Inhalt ist lizenziert unter einer [Creative Commons, Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Unported Lizenz](#).