



# Pressemitteilung

Bonn, 15. Dezember 2005  
Seite 1 von 3

HAUSANSCHRIFT  
Tulpenfeld 4  
53113 Bonn

TEL +49 (0) 228 14-9921  
FAX +49 (0) 228 14-8975

pressestelle@bnetza.de  
www.bundesnetzagentur.de

## Tätigkeitsbericht 2004/2005 der Bundesnetzagentur

**Kurth: Telekommunikationsmarkt verbindet günstige Preise mit wachsenden Umsätzen**

**Mobilfunk und Breitbandzugänge wachsen mit rasanter Dynamik**

**Post-Universaldienst auch nach 2007 gewährleistet**

Die Bundesnetzagentur hat heute ihren Tätigkeitsbericht 2004/2005 für die Telekommunikations- und Postmärkte der Öffentlichkeit vorgestellt. Matthias Kurth, Präsident der Bundesnetzagentur, zog dabei eine positive Bilanz. „Die Dynamik des Wettbewerbs hat weiter an Fahrt gewonnen. Erfreulich ist insbesondere, dass die Märkte insgesamt weiter wachsen und ein entscheidender Motor für die gesamte Wirtschaft sind. In einem wettbewerblichen Umfeld wurde ein starker Innovations- und Investitionsschub ausgelöst, der sich auch positiv auf das Wachstum ausgewirkt hat“, betonte Kurth.

So wuchsen die Umsatzerlöse im Telekommunikationsmarkt seit Beginn der Liberalisierung im Jahr 1998 von 44,2 Mrd. € auf 66,8 Mrd. € im Jahr 2004 und damit um 50 Prozent. „Davon konnten alle Marktteilnehmer, auch diejenigen, die Marktanteile verloren haben, profitieren. Auch der Anstieg der Umsatzerlöse um 4 Prozent von 64,2 Mrd. € im Jahr 2003 auf 66,8 Mrd. € im Jahr 2004 und von voraussichtlich 2,3 Prozent in diesem Jahr auf 68,3 Mrd. € ist im Vergleich zum allgemeinen Wachstum der deutschen Wirtschaft in diesen Jahren beachtlich. Die Steigerung ist umso erstaunlicher, als die Preise für TK-Dienstleistungen im gleichen Zeitraum drastisch gefallen sind: Für Auslandsgespräche zu den zehn wichtigsten Zielländern z. B. muss der Nutzer heute im Vergleich zur Zeit unmittelbar vor der Liberalisierung am 1. Januar 1998 bis zu 97 Prozent weniger zahlen“, so Kurth.

Als entscheidende Faktoren für das erfreulich positive Wachstum nannte Kurth die Verbreitung und Nutzung des Mobilfunks, sowie die Nutzung des Internets und die Verbreitung breitbandiger Zugänge.

„Während sich die Festnetzkanäle mit 55,2 Mio. in den vergangenen Jahren kaum verändert haben, wachsen die Mobilfunkkanäle weiterhin stetig auf voraussichtlich 76 Mio. in diesem Jahr“, erläuterte Kurth. Damit beträgt die Marktpenetration im Mobilfunk Ende 2005 voraussichtlich 92,1 Prozent.



Bonn, 15. Dezember 2005

Seite 2 von 3

Die Bundesnetzagentur geht bei den breitbandigen Festnetzdiensten mit einem Zuwachs von 3,6 Mio. Anschlüssen für das Jahr 2005 von insgesamt 10,4 Mio. geschalteten DSL-Anschlüssen Ende dieses Jahres aus. Dies entspricht 27 Prozent der Haushalte gegenüber erst 17 Prozent im Jahr 2004.

„Nachdem im Jahr 2003 die Wettbewerber nur 9 Prozent der DSL-Anschlüsse bereitstellten, wird sich ihr Marktanteil Ende 2005 voraussichtlich mehr als vervierfacht haben und ca. 38 Prozent betragen. Erfreulich ist insbesondere, dass sich der Marktanteil der Wettbewerber an den DSL-Direktanschlüssen auf 28 Prozent erhöht hat. Diese werden in der Regel über die Anmietung der Teilnehmeranschlussleitung realisiert“, erklärte Kurth und zeigte sich auch erfreut über die positive Entwicklung beim Resale von DSL-Anschlüssen.

Beim Investitionsverhalten der Branche empfahl Kurth eine mittelfristige Betrachtung, die oft aufschlussreicher sei als manche kurzfristige Ankündigung. So haben die Wettbewerber im Jahr 2004 mit 3,1 Mrd. € mehr in den deutschen Markt und die Infrastruktur investiert als die Deutsche Telekom AG, die in den vergangenen Jahren ihre Investitionen von 6,3 Mrd. € im Jahr 2001 auf 2,6 Mrd. € im Jahr 2004 reduziert hat. „Vor allem die Investitionen der Branche in das Festnetz sind von 8,4 Mrd. € im Jahr 2001 auf nur noch 3,1 Mrd. € im Jahr 2004 zurückgegangen. Wenn jetzt wieder mehr ins Festnetz investiert werden soll, ist dies richtig, um wieder auf ein langjähriges Mittel aufzuschließen und die nötige Transformation zu IP-basierten Netzen voranzutreiben“, so Kurth.

Einen strategischen Rückstand erkennt Kurth beim intermodalen Wettbewerb auf Seiten der Kabelnetzbetreiber, die bisher nur 240.000 Kunden gewinnen konnten. „Daher spielt die Zugangsregulierung im Anschlussbereich in Deutschland nach wie vor die entscheidende Rolle im Bereich des Breitbandwettbewerbs“, so der Präsident. Funkgestützte Breitbandzugänge wie Broadband Wireless Access, WLAN und UMTS sieht Kurth als Alternative in Regionen, die keine Versorgung mit DSL-Technologie bieten.

Kurth weiter: „Der Wettbewerb erhält in jüngster Zeit noch zusätzliche Impulse durch neue und günstige Angebote im Mobilfunk, die die Tendenz zu einem Plattformwettbewerb zwischen Festnetz und Mobilfunk verstärken. Auch die Angebote von VoIP-Diensten zeigen in Verbindung mit der Ausbreitung der Breitbandzugänge neue Perspektiven für Innovation und Angebotsvielfalt auf. Die Arbeit der Bundesnetzagentur wird mit der gebotenen Flexibilität auf die neuen Tendenzen reagieren. Dabei zeigen der EU-Rechtsrahmen und das Telekommunikationsgesetz durchaus Wege auf - wie im Bereich der Auslandsgespräche vorgesehen -, sich dann aus der Regulierung zurückzuziehen, wenn die Entwicklung des Wettbewerbs dies zulässt. Viele Sektoren bedürfen allerdings nach wie vor der regulatorischen Steuerung, da die Dominanz des marktbeherrschenden Unternehmens in diesen eindeutig ist.“



Bonn, 15. Dezember 2005

Seite 3 von 3

Die Fortschreibung und Überprüfung des Regulierungsrahmens sollten daher mit der gebotenen Objektivität und Sachlichkeit im Rahmen der Überprüfungen der EU im Jahr 2006 diskutiert werden. Die Schaffung eines einheitlichen europäischen Wettbewerbsrahmens ist schon deshalb geboten, weil viele TK-Unternehmen europaweit aktiv sind und mit Recht nationale Alleingänge als Markthindernis einstufen würden.“

Mit Blick auf den deutschen Postmarkt führte Matthias Kurth aus: „Die Lage im Postmarkt hat sich seit 2003 nur unwesentlich geändert. Der Postmarkt umfasst nach wie vor Umsätze von ca. 23 Mrd. € Im Paket-, Express- und Kuriermarkt besteht grundsätzlich funktionsfähiger und chancengleicher Wettbewerb. Im Briefmarkt wird das Entstehen eines solchen Wettbewerbs weiterhin entscheidend durch die Exklusivlizenz der Deutschen Post AG (DP AG) gebremst.

Der Briefmarkt wird dementsprechend weiterhin von der DP AG dominiert (Marktanteil 2005 ca. 93 Prozent). Die Umsätze der Wettbewerber sind zwar weiter kräftig gestiegen - von rund 390 Mio. € im Jahr 2003 auf voraussichtlich 700 Mio. € im Jahr 2005; sie bewegen sich aber nach wie vor auf niedrigem Niveau. Die DP AG hat sich trotz der bisherigen Liberalisierungsschritte hervorragend am Markt behaupten können. Die Bundesnetzagentur kann insoweit auch keinen Grund erkennen, die Exklusivlizenz nicht am 31. Dezember 2007 auslaufen zu lassen.

Das Preisniveau für Briefe in Deutschland ist seit Ende 2003 - auch im internationalen Vergleich - leicht gesunken. Die Preise der Wettbewerber liegen einschließlich Umsatzsteuer fast durchweg unter den Preisen der DP AG. Die günstigeren Preise der Wettbewerber nutzen derzeit allerdings insbesondere den Geschäftskunden und weniger den Privatkunden.

Die Grundversorgung mit Postdienstleistungen (Universaldienst) ist derzeit und bis Ende 2007 sichergestellt. Nach 2007 wird der Universaldienst - wie bereits seit Jahren im Telekommunikationssektor - ausschließlich in einem wettbewerbsorientierten Umfeld erbracht werden. Die Grundversorgung mit Postdienstleistungen wird dabei weiterhin gewährleistet sein; die Bundesnetzagentur geht von einer Entwicklung wie im Telekommunikationssektor aus.“