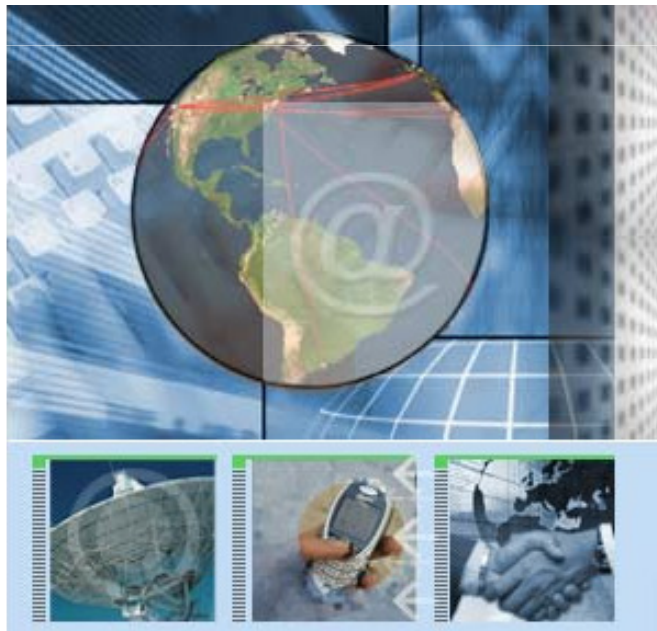


Tiefgreifende Veränderungen im Ecosystem der Telekommunikationsindustrie



Begrüßung und Einführung zur
MÜNCHNER KREIS Fachkonferenz
Infrastruktur und Services – Das Ende einer Verbindung?
- Die Zukunft der Telekommunikation -
München
27. Februar 2007
Arnold Picot

European Telecoms...

“Looking for positives in European telecoms is almost as hard as trying to watch television using a 3G handset. ”

“After three years in the doldrums, and with consolidation still distant, there is a growing sense that dying slowly, but profitably, is not the way forward.”

FINANCIAL TIMES
November 2006

Agenda

Aktuelle Marktentwicklungen

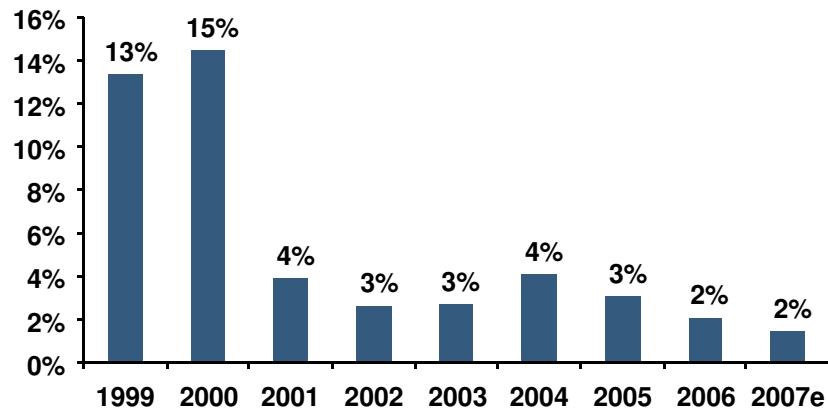
Ecosystem: Akteure und Treiber

Positionierung (-strategien)

Der Europäische Telekommunikationssektor ist gekennzeichnet durch rückläufige Wachstumsraten.

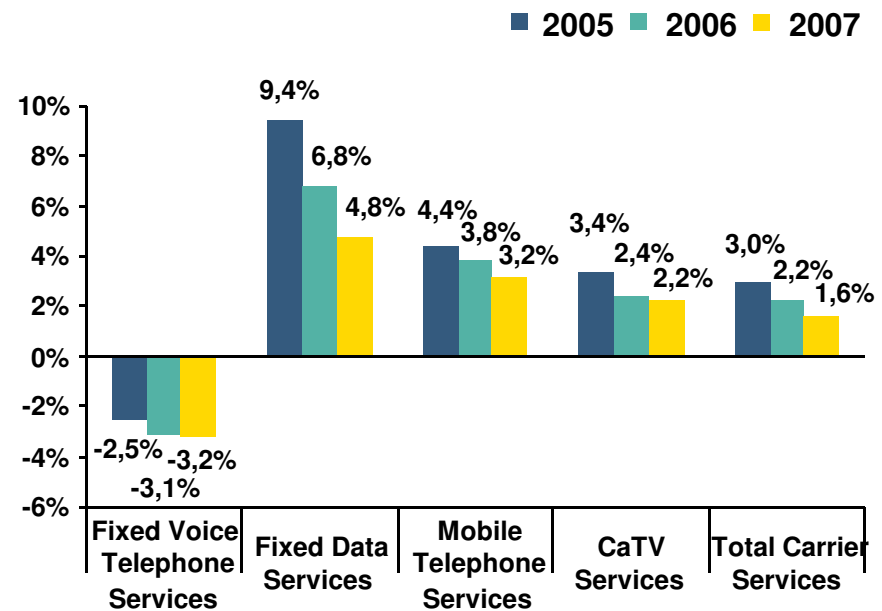
Wachstumsraten TK Märkte in Europa

Wachstum TK-Märkte (total)



Market Value (2006): 337 Mrd. Euro

Wachstum Carrier Services



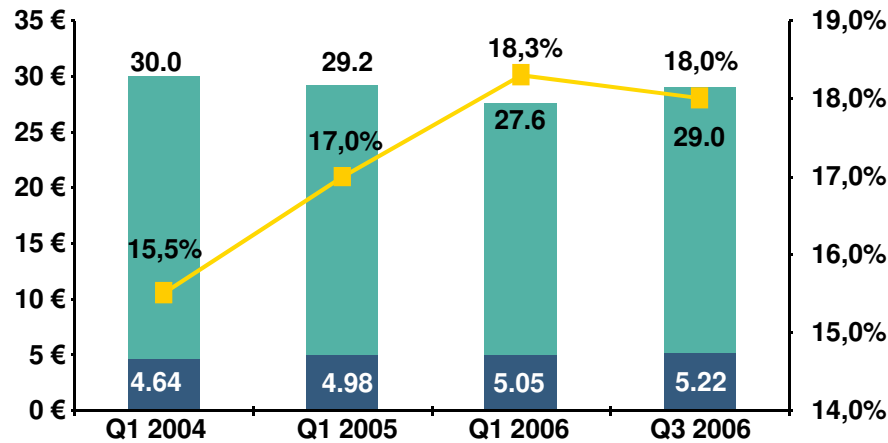
Sinkende Wachstumsraten im traditionellen Telekommunikationsgeschäft stellen etablierte Geschäftsmodelle infrage

Source: EITO (2006)

Auch steigendes Datentransfervolumen in Mobilfunknetzen sichert keine signifikanten Zuwächse.

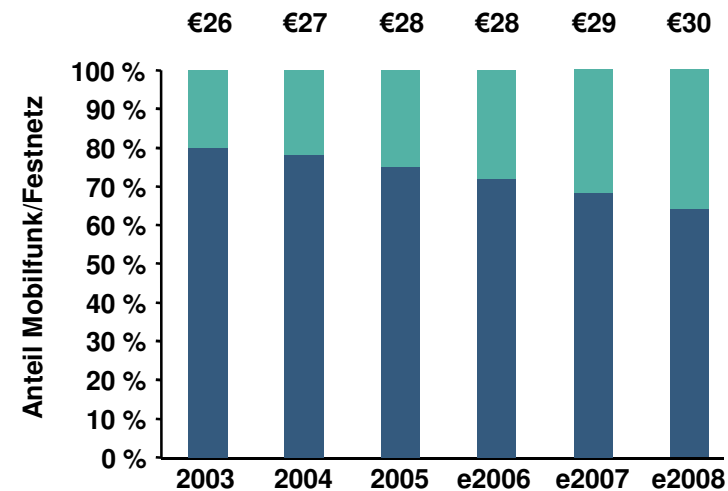
ARPU Europäischer Mobilfunknetzbetreiber in Euro

Erlöse Datenübertragung



■ Absolute data ARPU ■ Western European ARPU
 ■ Weighted average data as % revenues

ARPU und FMS in Deutschland



■ Festnetz ■ Mobilfunk

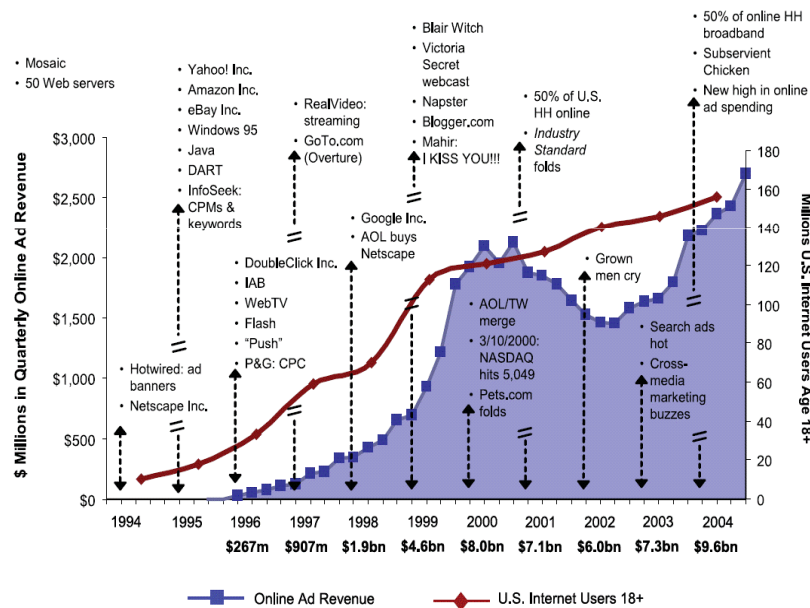
- Mobilfunk substituiert in zunehmenden Maße Festnetz-Sprachverkehr
- ARPU als auch Daten-Umsätze verharren auf (niedrigem) Niveau

Source: Pressemeldungen von T-Mobile, Vodafone, E-plus, O2; Credit Suisse Research

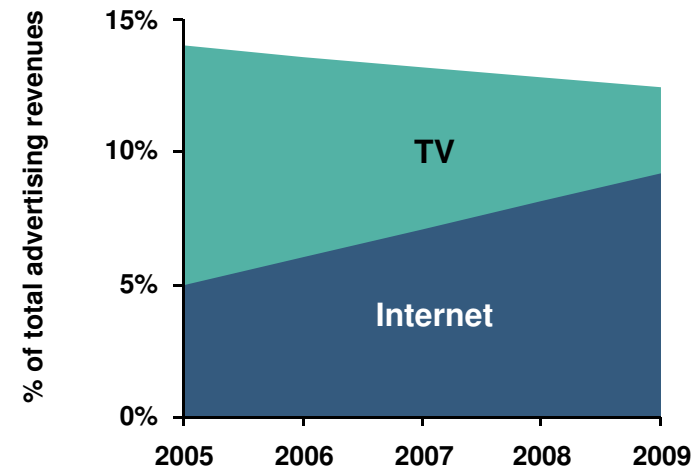
Internetwerbung kannibalisiert den traditionellen TV-Werbemarkt.

Erlöse im Werbemarkt Online und Offline

Online Advertising Market



Online and Offline Advertising



- Breitbandpenetration als wichtiger Treiber der Werbemärkte
- Konvergenz ermöglicht und generiert neue Werbe- und Erlösformen

Source: Gartner (2005); DoubleClick (2005)

Agenda

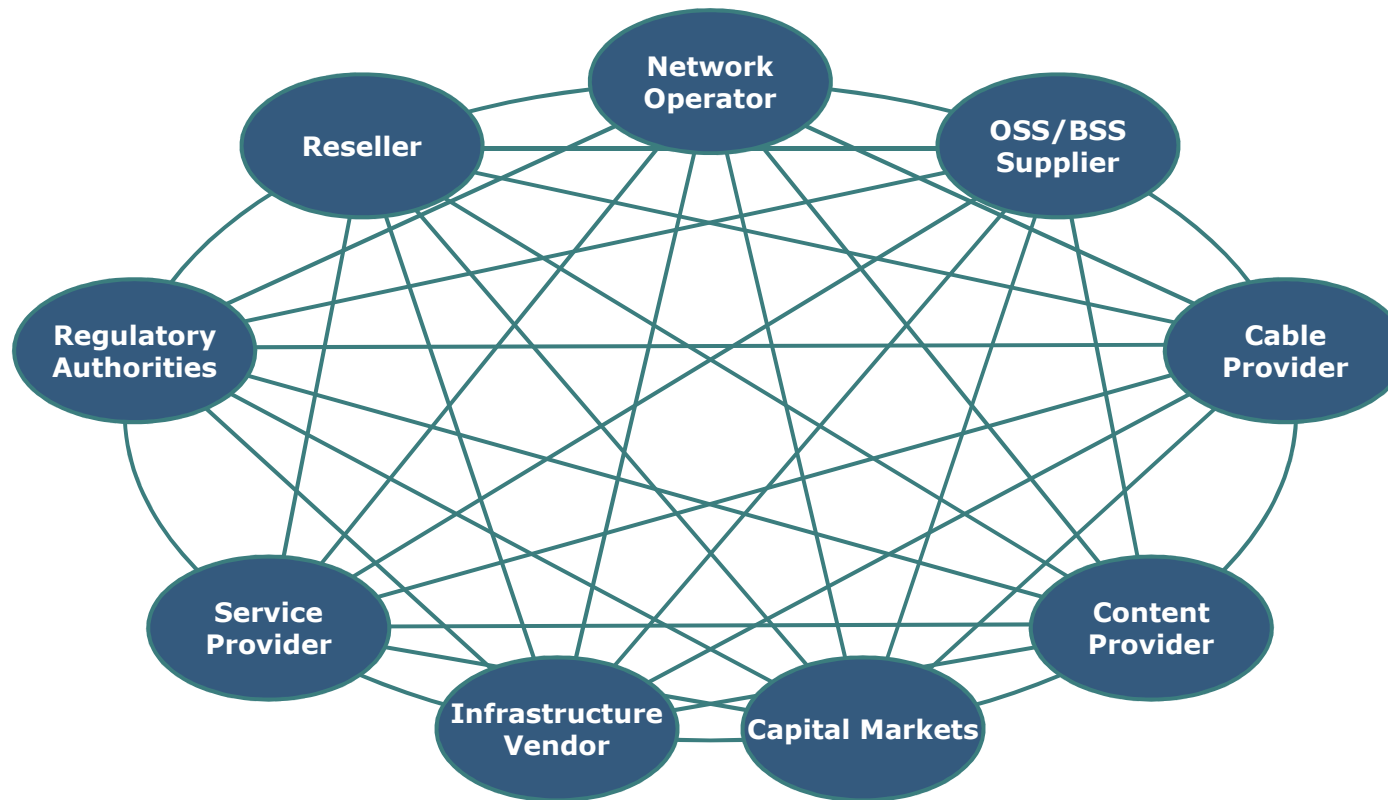
Aktuelle Marktentwicklungen

Ecosystem: Akteure und Treiber

Positionierung (-strategien)

Das Ecosystem Telekommunikation ist geprägt durch eine steigende Anzahl interdependenter Akteure.

Ecosystem Telekommunikation



Das Ecosystem Telekommunikation

gewährleistet die nachrichtentechnisch gestützte Übertragung von Daten jeglicher Art in analoger oder digitalisierter Form über verschiedenste Netze

Telekommunikation entwickelt sich zunehmend als Bindeglied vormals getrennter Aktionsbereiche und deren Anforderungen.

Treiber der Ausbreitung des Ecosystems Telekommunikation

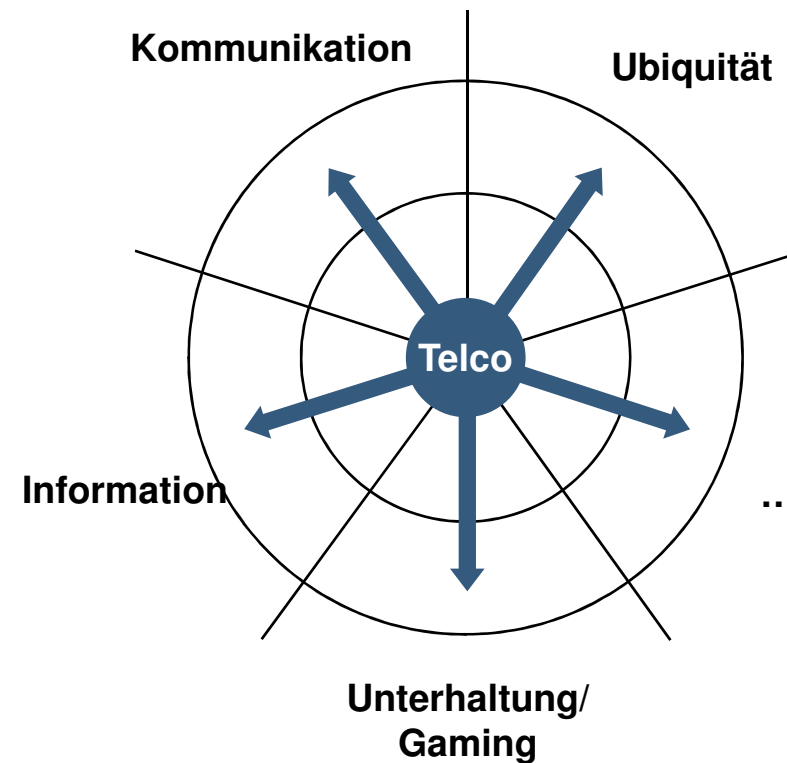
Wichtige Treiber

Technologischer Fortschritt
(z.B. Bandbreite, Rechenleistung,...)

Innovationen
(z.B. Technologien/Verfahren/
Geschäftsmodelle,...)

Nutzerverhalten
(z.B. Akzeptanz virtueller Welten,...)

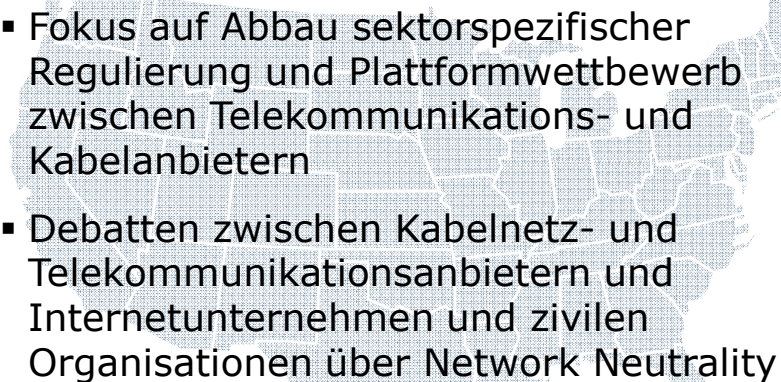
Rahmenbedingungen
(z.B. Zugang, Network Neutrality,...)



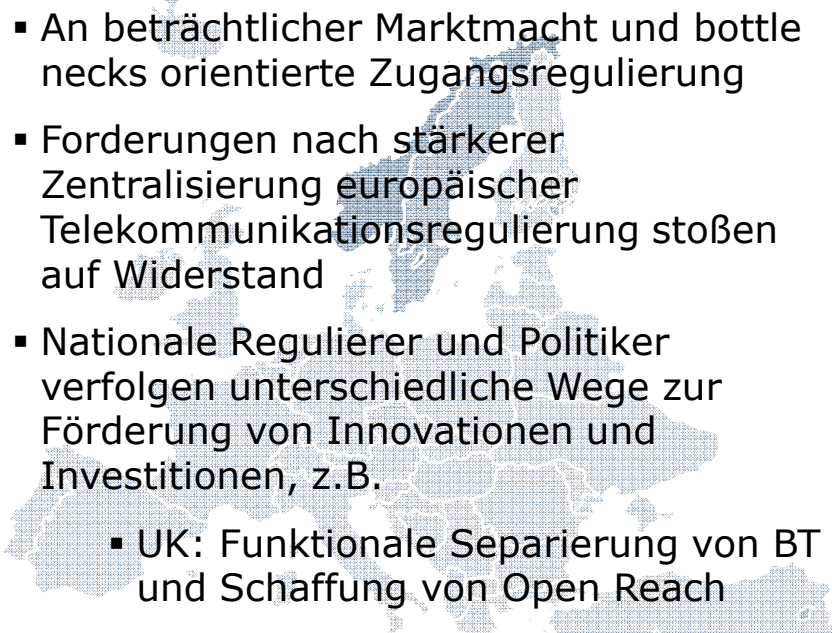
Source: Picot, Wernick, Grove (2007)

Regulatorischen Rahmenbedingungen sind gekennzeichnet durch starke nationale Unterschiede.

USA

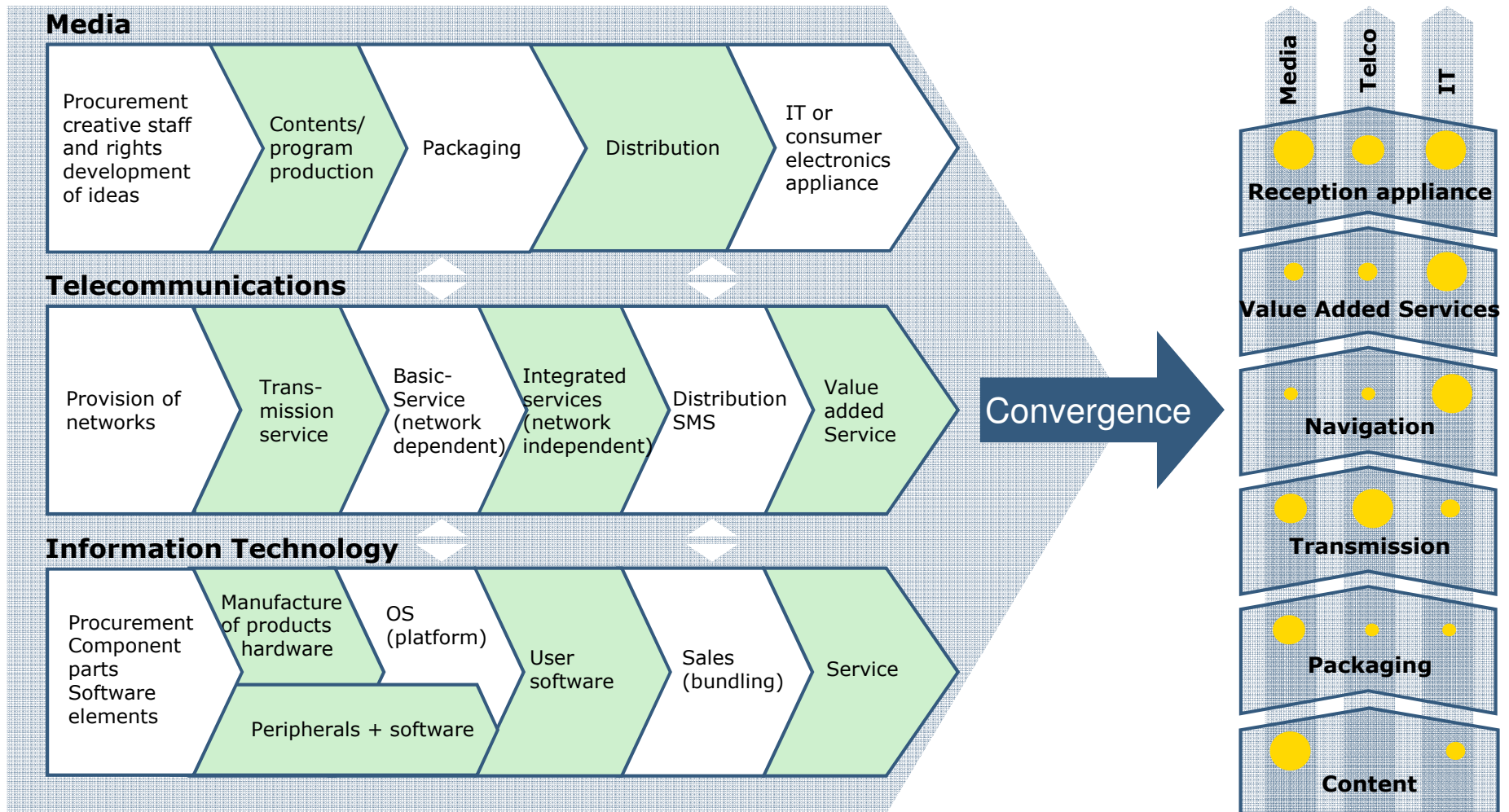
- 
- Fokus auf Abbau sektorspezifischer Regulierung und Plattformwettbewerb zwischen Telekommunikations- und Kabelanbietern
 - Debatten zwischen Kabelnetz- und Telekommunikationsanbietern und Internetunternehmen und zivilen Organisationen über Network Neutrality

European Union

- 
- An beträchtlicher Marktmacht und bottle necks orientierte Zugangsregulierung
 - Forderungen nach stärkerer Zentralisierung europäischer Telekommunikationsregulierung stoßen auf Widerstand
 - Nationale Regulierer und Politiker verfolgen unterschiedliche Wege zur Förderung von Innovationen und Investitionen, z.B.
 - UK: Funktionale Separierung von BT und Schaffung von Open Reach
 - Deutschland: Regulierungsferien für Neue Märkte durch den §9a im novellierten TKG

Konvergenz eröffnet die Zusammenstellung vormals getrennter Komponenten und Dienstleistungen.

Rekonfiguration traditionell getrennter Wertschöpfungsketten



Source: Zerdick/Picot/Schrape et al. (2001)

Anbieter sind mit aktuellen Geschäftsmodellen auf Vorleistungs- und/oder Endkundenmärkten vertreten.

Diensteanbieter in Deutschland auf Wholesale und Retail Ebene (Beispiele)

	Wholesale	Retail
Sprachdienste	DTAG, Colt, Vodafone, ...	DTAG, Arcor, Vodafone, ...
Datendienste	DTAG, Telefonica, QSC, ...	DTAG, Arcor, QSC, United Internet, Vodafone, O2, ...
Mehrwertdienste	DTAG, Colt, Telefonica, ...	DTAG, Arcor, NetCologne, ...
Broadcastdienste	DTAG, KDG, MFD, ...	KDG, Debitel, ...
Bündelprodukte	DTAG, MFD, ...	DTAG, KDG, Alice, Vodafone, O2, E-Plus, ...
Content	DTAG, arena, ...	DTAG, KDG, Premiere, arena, Vodafone, Mobilkom, ...
Point of Sale		DTAG, Vodafone, O2, E-Plus, ...

Unterschiedliche Dienstesegmente erfordern differenzierte Kernkompetenzen und Positionierungen

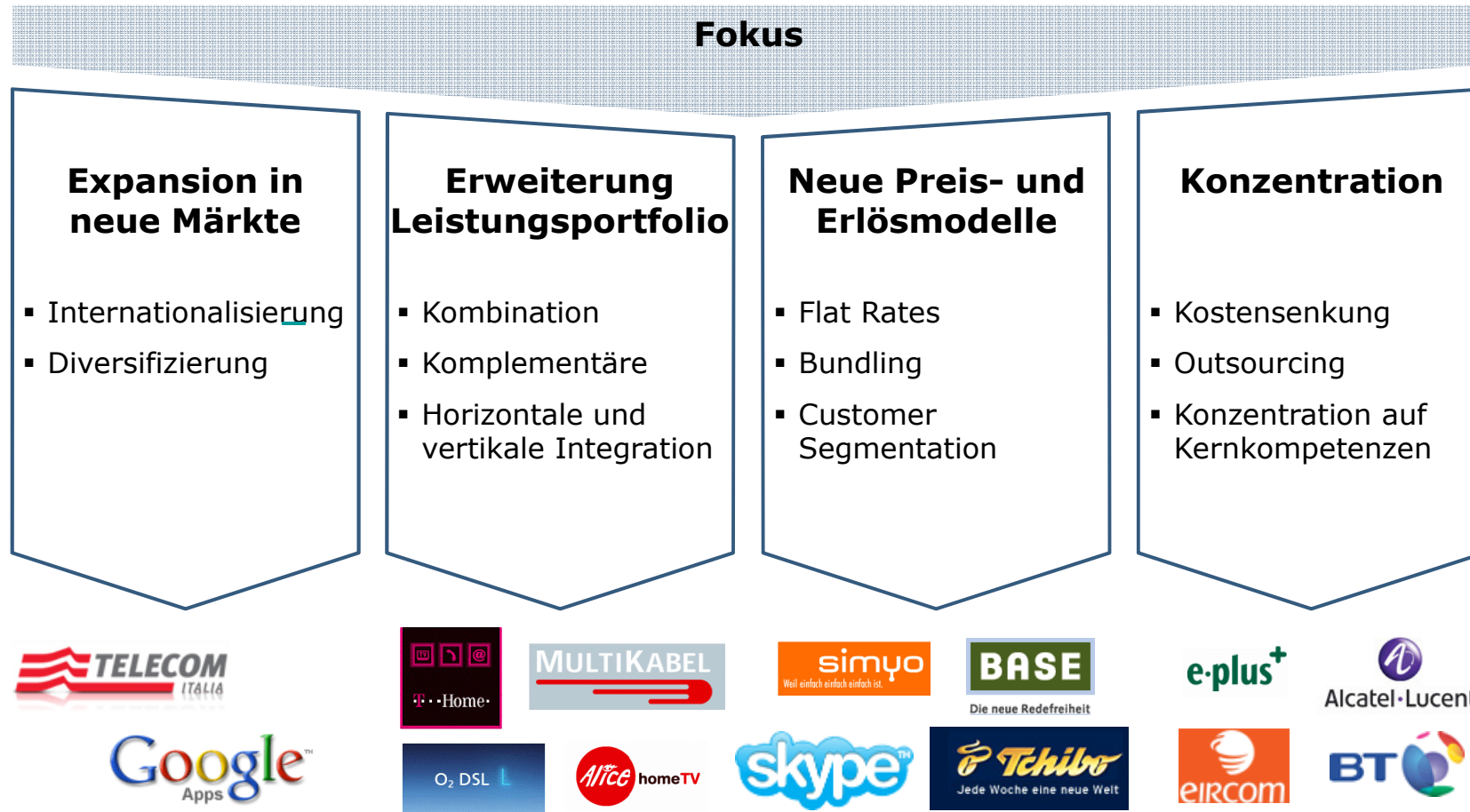
Agenda

Aktuelle Marktentwicklungen
Ecosystem: Akteure und Treiber

Positionierung (-strategien)

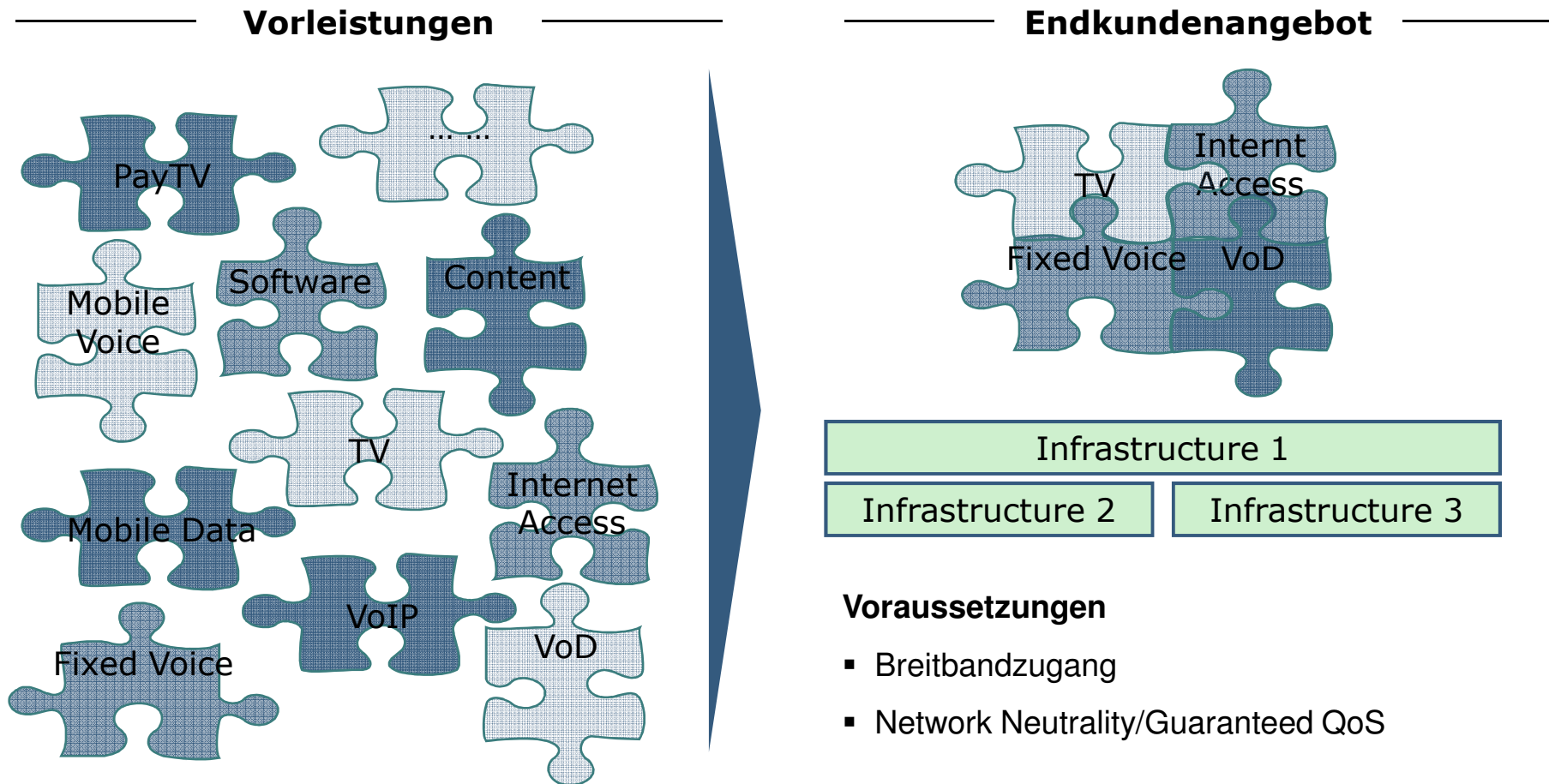
Anbieter im Ecosystem Telekommunikation richten strategische Positionierung teilweise fundamental neu aus.

Positionierungsstrategien (Beispiele)



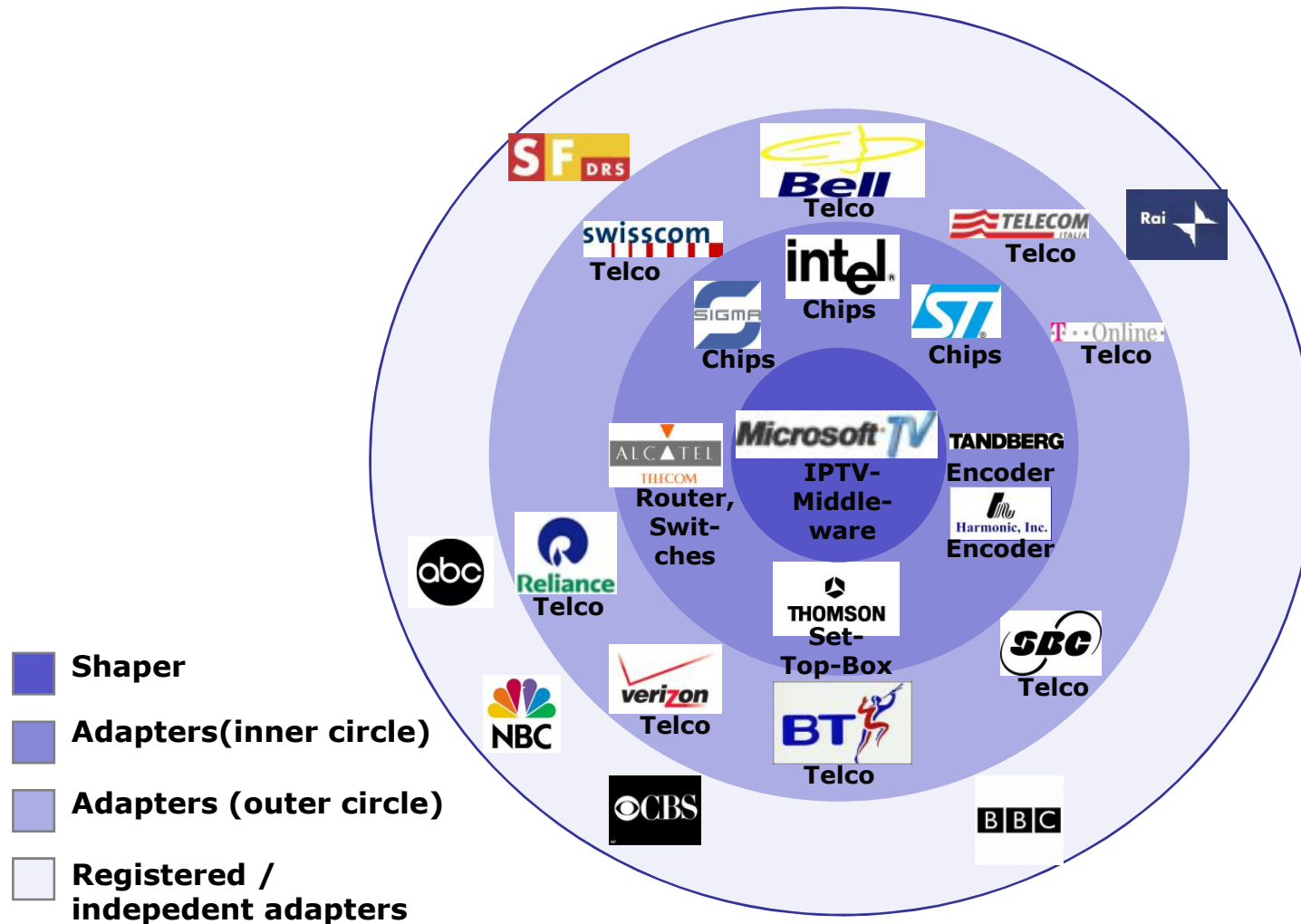
Am Markt erhältliche Services ermöglichen die Zusammenstellung von neuen Endkundenangeboten.

Erstellung eines Endkunden Dienstepaktes aus Vorleistungen



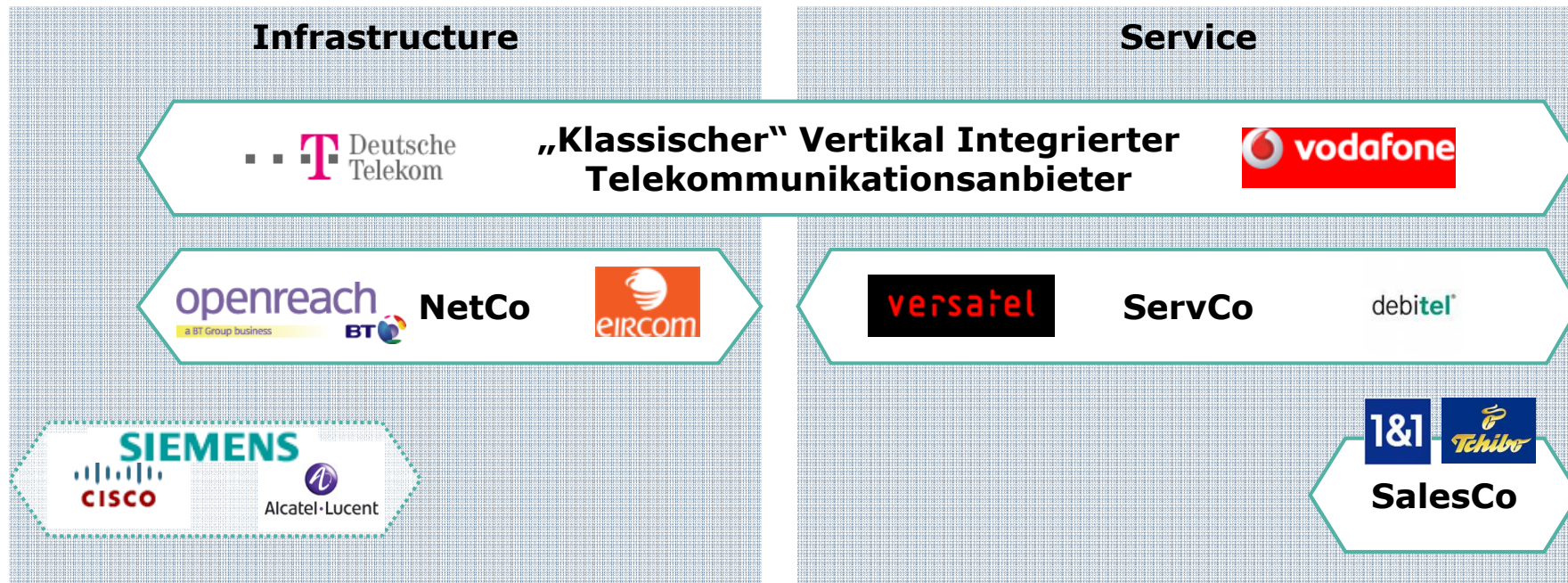
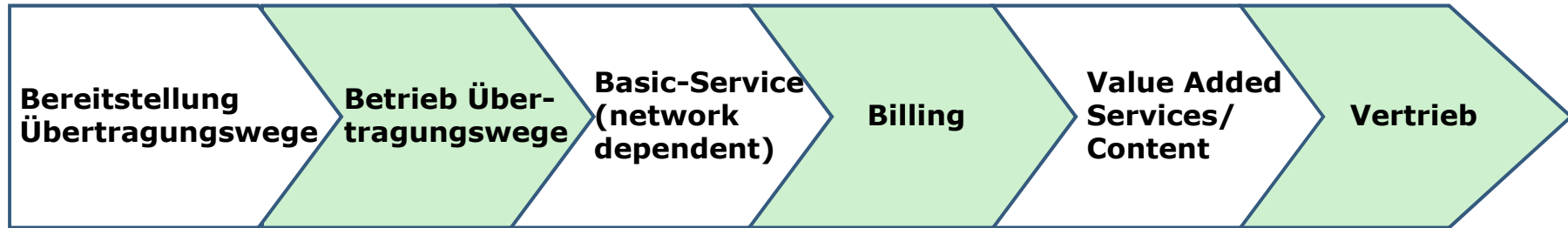
Veränderungen in den Wertschöpfungsstrukturen erfordern neue Kooperationsformen

Beispiel: Microsoft TV Business Web



Je nach gewählter Positionierung sehen sich Telekommunikationsanbieter unterschiedlichen Herausforderungen ausgesetzt.

Strategische Marktpositionierung



Je nach Positionierung ergeben sich für Telekommunikationsanbieter verschiedene Strategieoptionen.

Strategien

Sales & Marketing Specialist

Schwerpunkte auf Kundenorientierung und Branding Kompetenz (z.B. MVNO)

Transportation Services based on Infrastructure

Infrastruktursharing-Modelle („bit pipe“; „big broadband“ through FTTH)

Platform Provider

Plattformgestaltung und -betrieb (z.B. Kabelnetzbetreiber)

Comprehensive Service Provider

Hoher Grad an vertikaler und horizontaler Integration (z.B. manche Incumbents)

Gefahren/ Herausforderungen

- Langfristiges Überleben
- Profitabilität
- Erlösmodelle
- Regulierung
- Wettbewerbsvorteile
- Erlösmodelle
- Zugangsregulierung
- Koordination
- Effizienz