

Newsletter

Herzlich Willkommen!



Sie halten die erste Ausgabe des ZfTM-Newsletters in den Händen. Mit diesem zukünftig etwa 3-mal pro Jahr erscheinenden Medium will das ZfTM seine Mitglieder über aktuelle Management-Themen der TIMES-Industrien und natürlich auch über Vereinsinterna informieren.

Angesichts der erst kurzen Geschichte des ZfTM befinden wir uns noch in einer Experimentierphase im Hinblick auf die Struktur und die auszuwählenden Inhalte des Newsletters. Deshalb sind wir auch offen für und angewiesen auf Ihre Anregungen und Kritik. Selbstverständlich sind Sie eingeladen, auch eigene Beiträge oder News-Items für zukünftige Ausgaben beizusteuern.

Die Startnummer des Newsletters haben wir in drei Blöcke gegliedert:

1. ZfTM-Aktivitäten: Hier informieren wir Sie über die in der ZfTM-Gründungsphase von 12/99 bis 03/00 gewonnenen Vereinsmitglieder und über realisierte/geplante ZfTM-Aktivitäten.

2. Marktbeobachtung: In dieser Sektion fassen wir aktuelle TIMES-Marktstatistiken und -Regulierungsthemen zusammen.

3. Literatur für TIMES-Manager: Hier besprechen wir ausgewählte aktuelle Bücher, die für TIMES-Manager relevante Erkenntnisse enthalten könnten. Weiter machen wir auf neue Studien/Zeitschriften mit TIMES-Bezug aufmerksam.

Ich hoffe, daß bereits die Erstausgabe unseres Newsletters für Sie Interessantes enthält. Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Ihr



(Univ.-Prof. Dr. Torsten J. Gerpott)

ZfTM-Aktivitäten

Mitgliederakquisition

In zwei Mailingaktionen wurden Anfang Dezember 1999 und Anfang Februar 2000 namhafte Unternehmen der Telekommunikations- und Medienwirtschaft vom ZfTM-Vorstand auf die Vereinsneugründung aufmerksam gemacht. Bis Ende März 2000 konnten 25 Unternehmen und 14 Einzelpersonlichkeiten für eine Mitgliedschaft im Förderkreis ZfTM motiviert werden. Abb. 1 informiert über die Namen und Abb. 2 detailliert die Struktur der bislang gewonnenen Vereinsmitglieder. Es ist zu erkennen, daß die Mitgliederstruktur bislang noch

Gerpott, im Hinblick auf die Angemessenheit bestimmter Entscheidungen der RegTP vertreten hat. Leider trennt die DTAG hier nicht zwischen der Institution des ZfTM, die als gemeinnütziger Verein einen Brückenschlag zwischen TIMES-Management-Praxis und -Wissenschaft anstrebt, und der Person des VV des Vereins. Das ZfTM wird aber weiter unverdrossen versuchen, durch gute Arbeit auch die DTAG zu einer Mitgliedschaft zu motivieren.

Unternehmen	Einzelpersonlichkeiten
<ul style="list-style-type: none"> • Andersen Consulting • Arthur D. Little International Inc. • Booz•Allen & Hamilton GmbH • Cable & Wireless Deutschland GmbH • CFP Beratungs-Aktiengesellschaft • DIALOG CONSULT GmbH • Diebold Deutschland GmbH • dtms GmbH • E-Plus Mobilfunk GmbH • Ericsson GmbH • Global Crossing Deutschland GmbH • Hewlett-Packard GmbH • Hutchison Telecom GmbH • Interoute Telecom Deutschland GmbH • Kienbaum Management Consultants GmbH • Level 3 Communications GmbH • MCI Worldcom Deutschland GmbH • Nokia Telecommunications GmbH • osnatel GmbH • PricewaterhouseCoopers Unternehmensberatung GmbH • QS Communications AG • TELES AG • VATM e.V. • VIAG Interkom GmbH & Co. • Viatel GmbH 	<ul style="list-style-type: none"> • Stephan Böhm • Prof. Dr. Torsten J. Gerpott • Markus Knüfermann • Klaus Kornmeier • Kai Kuklinski • Rolf Lange • Wolfgang Rams • Wolfgang Roblick • Prof. Dr. Michael Schefczyk • Elke Schneider • Andreas Walter • Hendrik Wanke • Dr. Peter Winzer • Sabine Zimmermann

Stand: 31. März 2000

Abb. 1: Liste der Mitglieder des Förderkreises

„TK-lastig“ ist. Hier sind gezielte Bemühungen zur Gewinnung von Medienunternehmen für den Förderkreis erforderlich. Festzustellen ist außerdem, daß der „Incumbent“ auf den deutschen TK-Märkten, die Deutsche Telekom (DTAG), sich (noch) nicht zu einer ZfTM-Mitgliedschaft entschließen konnte. Grund hierfür sind nicht mit Meinungen der DTAG übereinstimmende Positionen, die der VV des ZfTM, Prof.

Wenn Sie Chancen sehen, weitere Unternehmen oder Einzelpersonlichkeiten für eine Unterstützung des ZfTM zu begeistern, so lassen Sie das den Vereinsvorstand bitte wissen (0203/379-3109). Wir werden dann unverzüglich auf die identifizierten „Kandidaten“ zugehen.

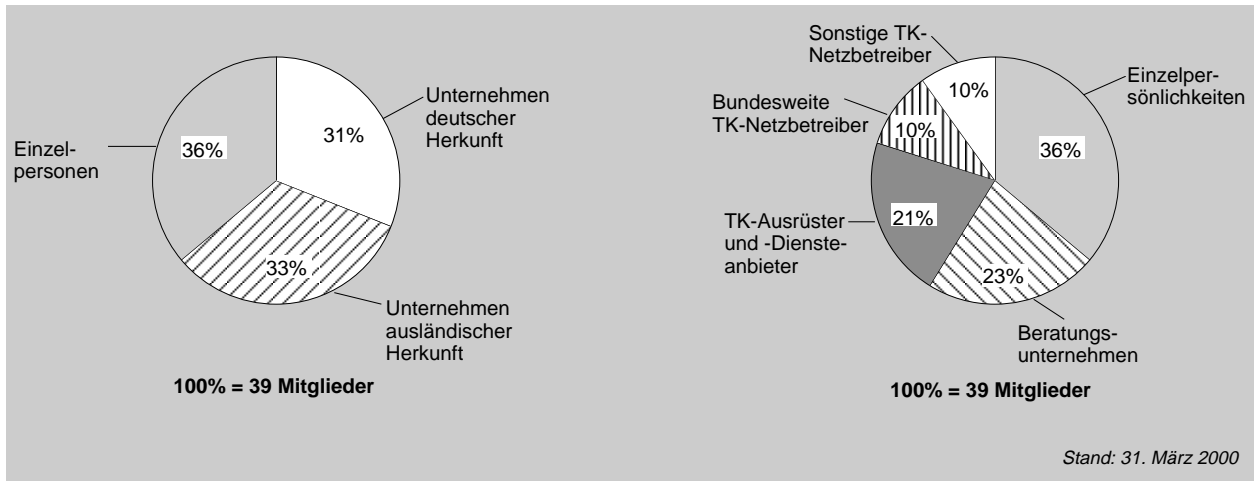


Abb.2: Mitgliederstruktur des Förderkreises ZfTM

Seminar „Internet-Ökonomie“

Am 29./30.01.2000 fand in Duisburg ein Seminar "Internet-Ökonomie" statt, das vom Lehrstuhl Planung & Organisation, Schwerpunkt Telekommunikationswirtschaft der Universität Duisburg in Kooperation mit dem ZfTM veranstaltet wurde. Das ZfTM-Mitglied VIAG Interkom beteiligte sich mit drei Unternehmensvertretern aktiv an dem Seminar, um potentielle kaufmännische Nachwuchsführungskräfte persönlich kennenzulernen, aber auch um den Studenten eine Rückmeldung aus der Praxis zum "Wert" ihrer schriftlichen Arbeiten und mündlichen Präsentationen zu geben. Auf dem Seminar trugen 15 Studenten u.a. zu folgenden Themen vor:

- E-Business – Definition, Anbieterstrukturen und Nachfragepotentiale
- Rechtliche Anerkennung digital signierter Dokumente

- Elektronische Zahlungssysteme im Internet: Konzepte, Implementierungsvoraussetzungen und betriebswirtschaftliche Bedeutung
- Intermediäre in der Internetwirtschaft – Abgrenzung, Funktionen und Erfolgspotentiale
- Online-Marktforschung: Instrumente, Anwendungsfelder und Besonderheiten der Marktforschung im Internet

Falls Sie Interesse an der Zusendung eines Referates oder an einer Beteiligung an zukünftigen Seminarveranstaltungen des Lehrstuhls von Prof. Gerpott haben, so lassen Sie uns das bitte wissen.

Aktuelle Forschungsthemen

Am mit dem ZfTM assoziierten Lehrstuhl Planung & Organisation, Schwerpunkt Telekommunikationswirtschaft der Gerhard-Mercator-Universität Duisburg wurden seit Sommer 1999 u.a. folgende Diplomarbeiten fertiggestellt, die für ZfTM-Mitglieder interessant sein könnten:

- Bercker, C.: Aufbaubarrieren elektronischer Märkte und deren Überwindungsmöglichkeiten – Dargestellt am Beispiel von Music on Demand
- Ruppel, M.: Ansätze zur Bestimmung von Interconnection-Preisen im Internet
- Klutzweit, D.: Personalmanagement im Call Center – Eine Fallstudie

- Terstrieep, J.: Strategische Implikationen der Internet-Telefonie für Anbieter von Sprachtelefoniediensten im deutschen Telekommunikationsmarkt

Bitte kommen Sie telefonisch oder per Fax auf uns zu, wenn wir Ihnen eine der Diplomarbeiten gegen Rechnung zum Selbstkostenpreis von DM 40,00 zuschicken sollen.

Im Rahmen von noch laufenden Forschungs- und Promotionsprojekten werden am Lehrstuhl P&O derzeit u.a. folgende Themen bearbeitet:

- Marketing-Strategien für Online-Zeitungen

- Preismodelle für Internet-Dienste
- Produktivitäts-Benchmarking für große TK-Netzbetreiber mittels der Data Envelopment Analysis
- Internet Retail Banking
- Kundenbindungsmanagement im deutschen Mobilfunkmarkt

- Wettbewerbsstrategien von Resellern in TK-Märkten

Wenn Sie gerne in einem Projekt aktiv mitarbeiten wollen, dann bitten wir um eine entsprechende Rückmeldung. Wir werden dann einen Kontakt zu dem jeweiligen Projektleiter vermitteln.

Workshop UMTS/IMT-2000 – Perspektiven für die dritte Mobilfunkgeneration

Am 28.03.2000 fand im Gerhard-Mercator-Haus der Universität Duisburg der 1. Workshop des ZfTM zum Thema "UMTS/IMT-2000 – Perspektiven für die dritte Mobilfunkgeneration" statt. Während der halbtägigen Veranstaltung diskutierten ca. 30 Interessierte aus der Industrie sowie Vertreter aus Forschung und Lehre bzw. ausgewählte Studenten die Einführung von UMTS in Deutschland und die sich daraus ergebenden Veränderungen des Marktes.



In der Pause wurde angeregt weiterdiskutiert

Referenten waren Prof. Dr. Torsten J. Gerpott, wissenschaftlicher Leiter des ZfTM, mit dem Vortrag "Positionierungsoptionen für UMTS-Netzbetreiber", Dipl.-Ing. Ralf Wiesmann, CTO bei der Nokia Telecommunications GmbH in Düsseldorf, mit einem Vortrag zu "Migrationsstrategien von GSM zu UMTS" und abschließend Dr.-Ing. Peter Meissner, Hauptabteilungsleiter Systemtechnik bei der E-Plus Mobilfunk GmbH in Düsseldorf, mit seinem Vortrag "Innovative Mobilfunk-Dienste aus Sicht eines potentiellen UMTS-Netzbetreibers".

Aufgrund des erfolgreichen Verlaufs des "Kick-off"-Workshops wird vom ZfTM bereits an dem Konzept für die zweite Veranstaltung gearbeitet. Näheres wird demnächst bekannt gegeben.



Dipl.-Ing. Ralf Wiesmann



Dr.-Ing. Peter Meissner

1. Mitgliederversammlung ZfTM

Am 28. März 2000 fand in Duisburg die erste Mitgliederversammlung des Förderkreises ZfTM e.V. statt. Zu dieser Veranstaltung waren insgesamt 18 Mitglieder erschienen, um über die bisherigen Förderkreisaktivitäten informiert zu werden und gemeinsam Konzepte für zukünftige Projekte und Veranstaltungen zu entwickeln.

Im einzelnen wurden folgende Tagesordnungspunkte diskutiert:

- Gründungs- und Finanzbericht,
- Vorstellung realisierter/geplanter Förderkreisaktivitäten (Arbeitspapiere, Newsletter, Workshops, Absolventenkongreß),
- Diskussion zukünftiger Betätigungsfelder und Priorisierung von Förderkreisaktivitäten für das Jahr 2000.



Prof. Dr. Torsten J. Gerpott

Das vorgestellte Konzept zur Aktivitätenplanung wurde von den anwesenden Mitgliedern unterstützt und in einer gemeinsamen Diskussion um zusätzliche Inhalte erweitert. Als zu priorisierende Aktivitäten wurden von den Fördermitgliedern folgende Arbeitsschwerpunkte benannt:

- Wissenschaftliche Bearbeitung von innovativen Management-/Strategiethematen in TIMES-Märkten und Darstellung der Forschungsergebnisse in Publikationen und Veranstaltungen.

- Intensivierung des Erfahrungs- und Informationsaustauschs zwischen Mitgliedsunternehmen sowie Wissenschaftlern und Praxis.
- Förderung der Ausbildungsbedingungen für den Führungsnachwuchs und Kommunikation beruflicher Chancen und Herausforderungen in TIMES-Märkten an Studierende

Inhaltlich wurden von den anwesenden Mitglieder folgende Themenbereiche genannt, die im Rahmen zukünftiger ZfTM-Projekte bearbeitet werden könnten:

- Mobile E-Commerce/E-Tailing
- Wettbewerbsstrategien von Service Providern
- Bedeutung von Systemintegratoren in TIMES-Märkten
- Interconnection in IP-Netzen
- Regulierung (Element-based Costing, Notwendigkeit einer sektorspezifische Regulierung)

Um die Themenfelder für gemeinsame Kooperationsprojekte der Gesamtheit der Mitglieder des Förderkreises ZfTM e.V. vorstellen zu können und dabei die Bereitschaft zur Bearbeitung einzelner Themen zu erkunden, wird der ZfTM-Vorstand ein entsprechendes Formular zur Erleichterung der Kontaktaufnahme auf den Internet-Seiten platzieren.

Selbstverständlich können Sie sich auch direkt mit den Mitarbeitern des ZfTM in Verbindung setzen, um mögliche Kooperationsvorhaben in einem persönlichen Gespräch zu erörtern.

Alle Mitglieder des ZfTM erhalten ein Ergebnisprotokoll der Mitgliederversammlung zugesandt. Falls Sie darüber hinaus Fragen zu Förderkreisaktivitäten haben sollten, steht Ihnen das ZfTM-Team gerne zur Verfügung.

TIMES-Karrierestart 2000

Das starke Wachstum der Telekommunikations- und Medienwirtschaft hat in Deutschland zu einem hohen Bedarf an qualifiziertem und hochmotiviertem Führungsnachwuchs geführt. Trotz der hohen Bedeutung einer erfolgreichen Bewerberauswahl und des großen Interesses, das von Hochschulabsolventen einem Berufseinstieg in Unternehmen auf den Märkten der Telekommunikation, Informationstechnik, Medien, Entertainment und Elektronischen Sicherheit (= TIMES) entgegengebracht wird, existieren bisher aber kaum Veranstaltungen, in denen Unternehmen und Absolventen die Gelegenheit geboten wird, sich gegenseitig kennenzulernen.

Um hier Abhilfe zu schaffen, wird der Förderkreis ZfTM e.V. am 19. Oktober 2000 an der Gerhard-Mercator-Universität Duisburg den Absolventenkongreß "TIMES-Karrierestart 2000" anbieten. Zielgruppe dieser Veranstaltung sind Studierende der Wirtschaftswissenschaften, der Wirtschaftsinformatik und des Wirtschaftsingenieurwesens, die kurz vor dem Abschluß ihres Studiums stehen oder dieses vor kurzem abgeschlossen haben und sich für einen Berufseinstieg in Managementpositionen bei TIMES-Unternehmen interessieren.

Als überregionale Veranstaltung soll der TIMES-Karrierestart 2000 bundesweit an Universitäten und Fachhochschulen beworben werden. Unternehmen erhalten in dieser Veranstaltung die Möglichkeit, sich im Rahmen von Unternehmensständen, Präsentationen und Workshops sowie in einem Unternehmenskatalog den Absolventen vorzustellen. Es ist außerdem vorgesehen, daß die Absolventen eine Kurzbewerbung beim Veranstalter einreichen und darauf aufbauend Unternehmen die Möglichkeit geboten wird, Absolventen für Einzelgespräche gezielt auf der Veranstaltung anzusprechen.

Für einen Erfolg des ersten Absolventenkongresses TIMES-Karrierestart 2000 sind wir in hohem Maße auf die Unterstützung der Veranstaltung durch Unternehmen der TIMES-Branchen angewiesen. Um das Interesse für eine solche Veranstaltung abschätzen zu können, wurden deshalb vorab einige Unternehmen zu ihrem Interesse an einer Teilnahme befragt. Bereits mehr als ein Dutzend dieser Unternehmen haben daraufhin eine Teilnahme in Aussicht gestellt, so daß nun mit der weiteren Planung und Umsetzung dieses Vorhabens begonnen wurde.

Nach der Fertigstellung des Grobkonzeptes werden wir in den nächsten Wochen ein Teilnahmeformular mit den wesentlichen Veranstaltungseckpunkten und Teilnahmebedingungen an Unternehmen versenden. Zielsetzung ist es, etwa 20 Unternehmen und mindestens 150 Studierende für eine Teilnahme an der TIMES-Karrierestart 2000 zu gewinnen.

Weitere aktuelle Informationen zur Veranstaltung werden wir Ihnen in kürze auch auf den Internet-Seiten des Förderkreises und unter der Internet-Adresse www.times-karrierestart.de zur Verfügung stellen.

Bitte wenden Sie sich an Herrn Stephan Böhm (0203-3791254, boehm@zftm.de) oder Herrn Klaus Kornmeier (0203-3792894, kornmeier@zftm.de), falls Sie Fragen zur Veranstaltung haben oder sich für eine Teilnahme an der Veranstaltung interessieren.

Marktbeobachtung

Marktsituation

Zwei Jahre nach der vollständigen Liberalisierung der Telekommunikationsmärkte in Deutschland wurden von vielen Marktteilnehmern statistische Daten zu Marktvolumina sowie -anteilen verschiedener Anbieter vorgelegt. Aus der großen Zahl von mehr oder minder fundierten Analysen haben wir sieben herausgegriffen, von denen wir meinen, daß sie von allgemeinem Interesse für unsere Mitglieder sind. Eine Vielzahl weiterer Informationen zum

deutschen TK-Markt enthält auch der Tätigkeitsbericht 1998/99 der RegTP, der im Internet (www.regtp.de) zu finden ist. Einen sachlich und räumlich weiter gefaßten statistischen Überblick bezüglich der europäischen TIMES-Märkte findet man in der aktuellen Ausgabe des European Information Technology Observatory 2000 (Internet: www.eito.com; Tel.: 069/6603-1518; Fax: 069/6603-1510).

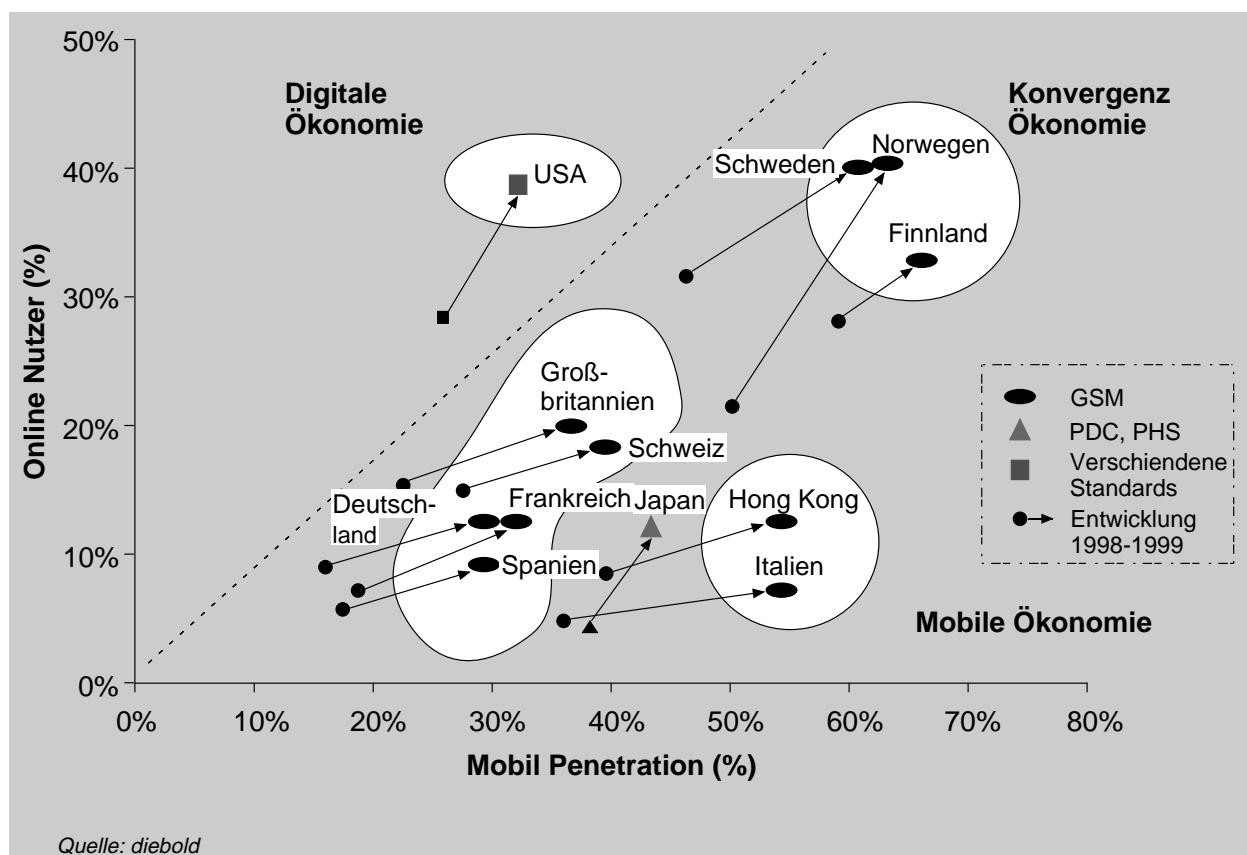


Abb. 3: Mobilfunk- und Online-Penetration in 12 Ländern

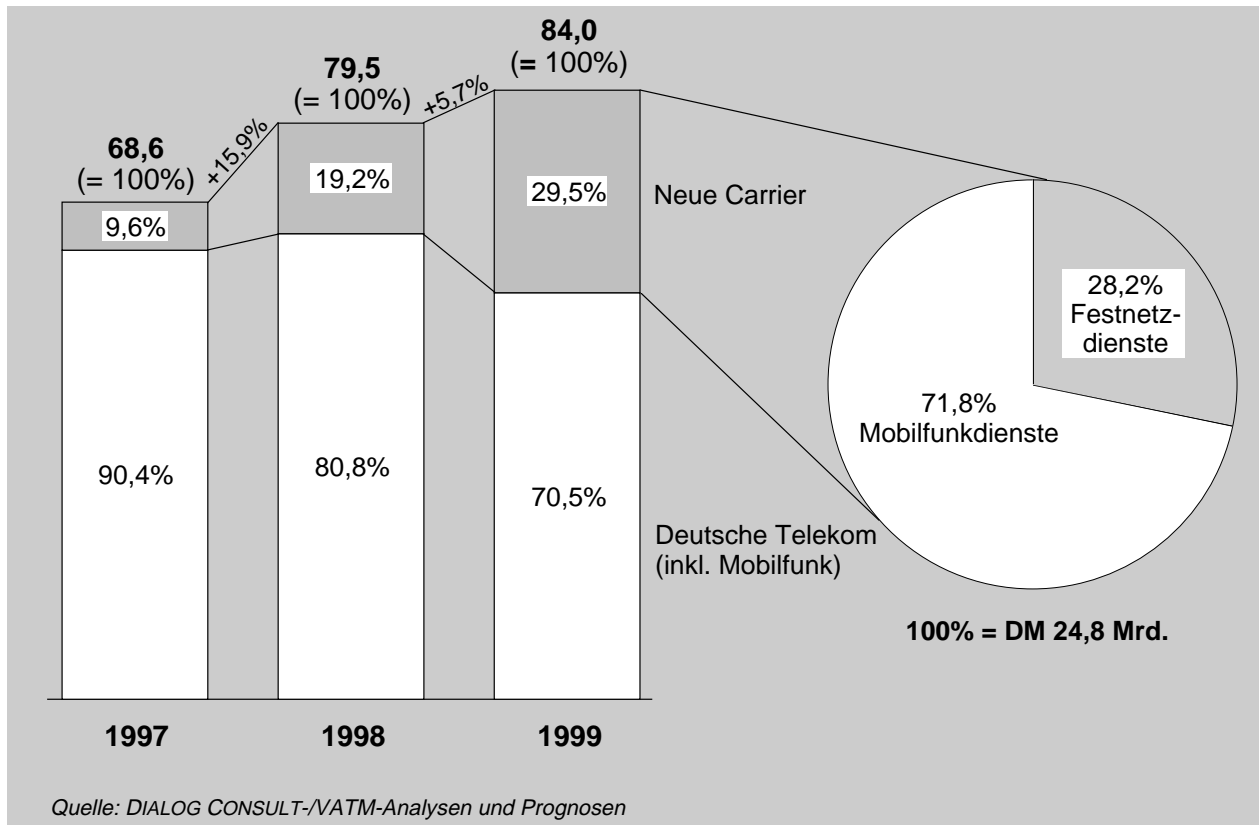


Abb. 4: Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland (Umsätze in DM Mrd. ohne Endgeräte)

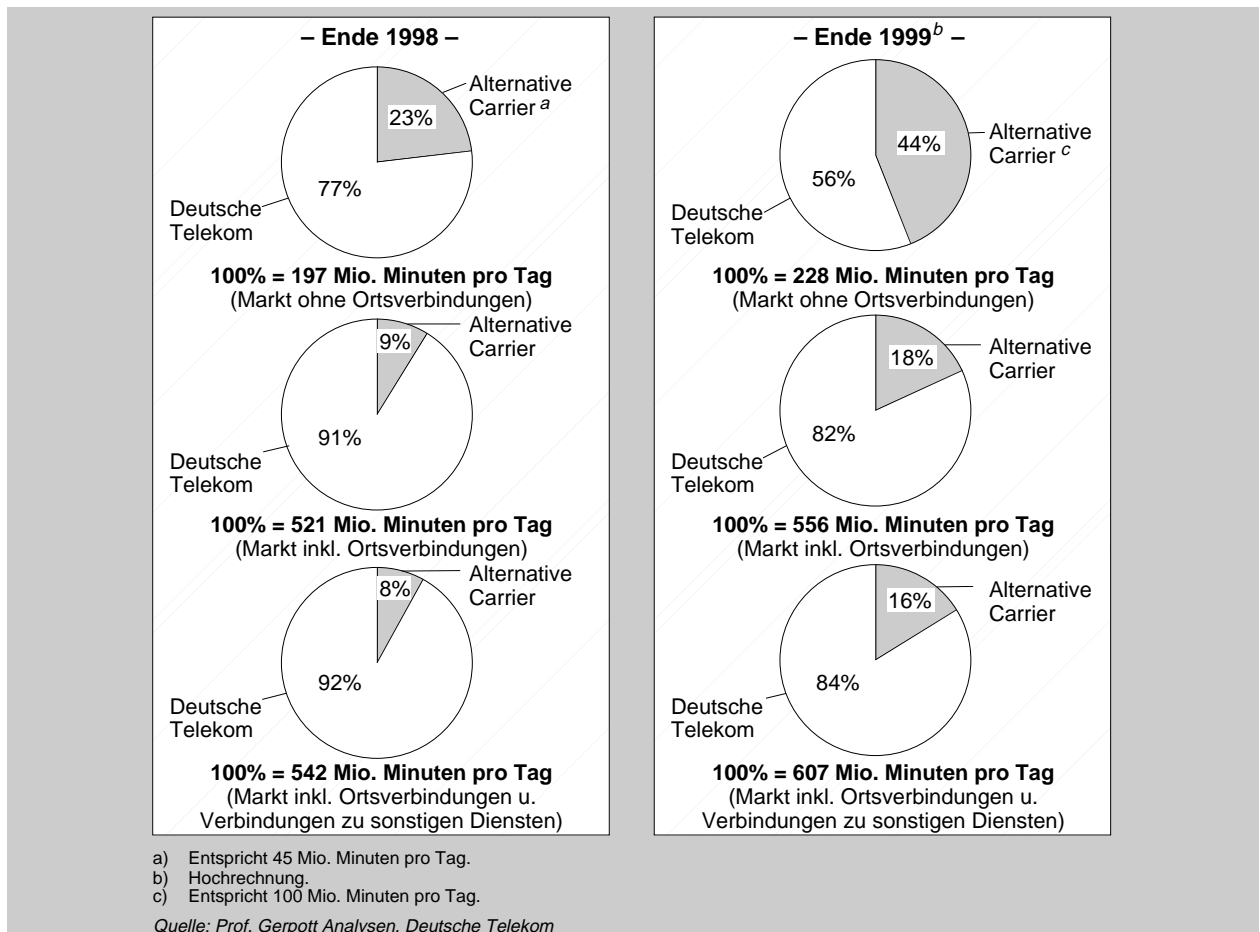


Abb. 5: Minutenbezogene Telefonverbindungsmarktanteile (Festnetz) in Deutschland

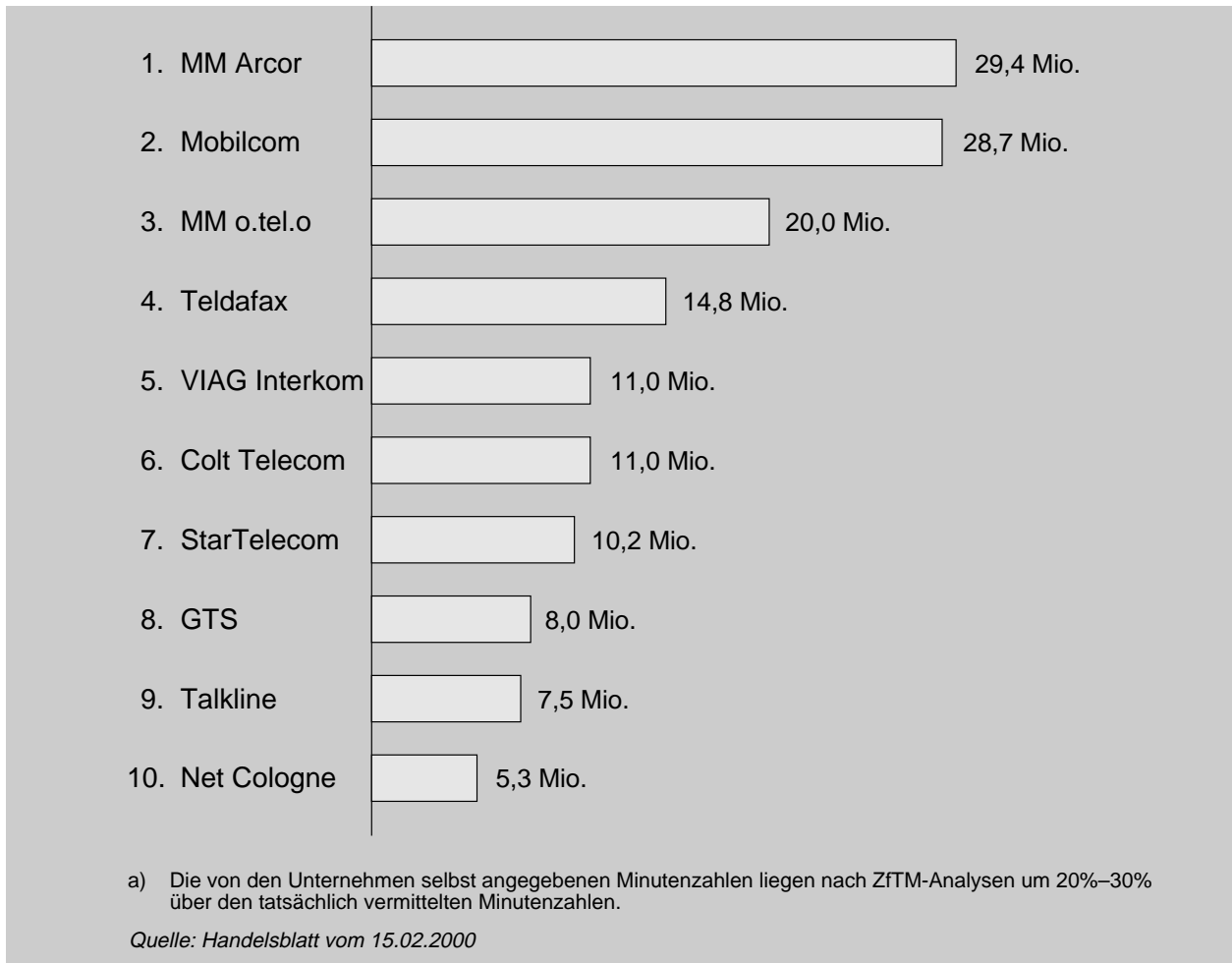


Abb. 6: Durchschnittliche tägliche Verbindungsminuten alternativer Carrier im deutschen Festnetz Ende Januar 2000 ^{a)}

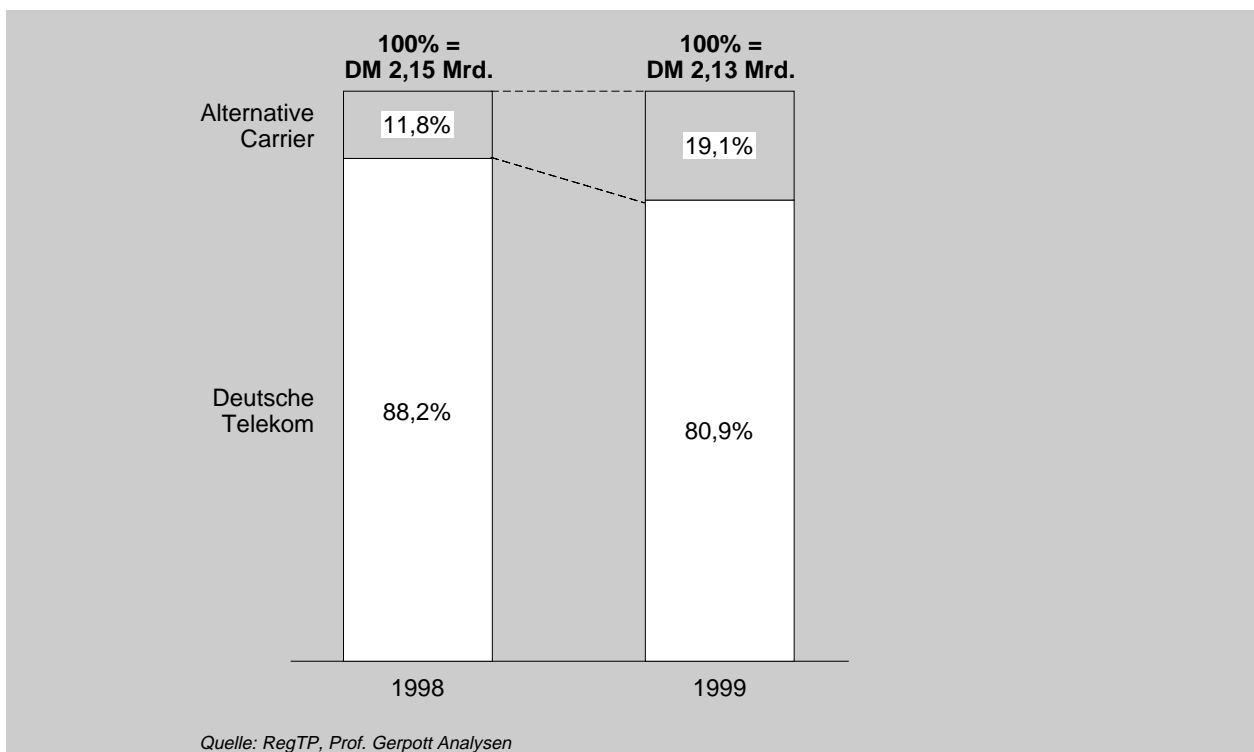


Abb. 7: Marktanteile bei Festverbindungen in Deutschland

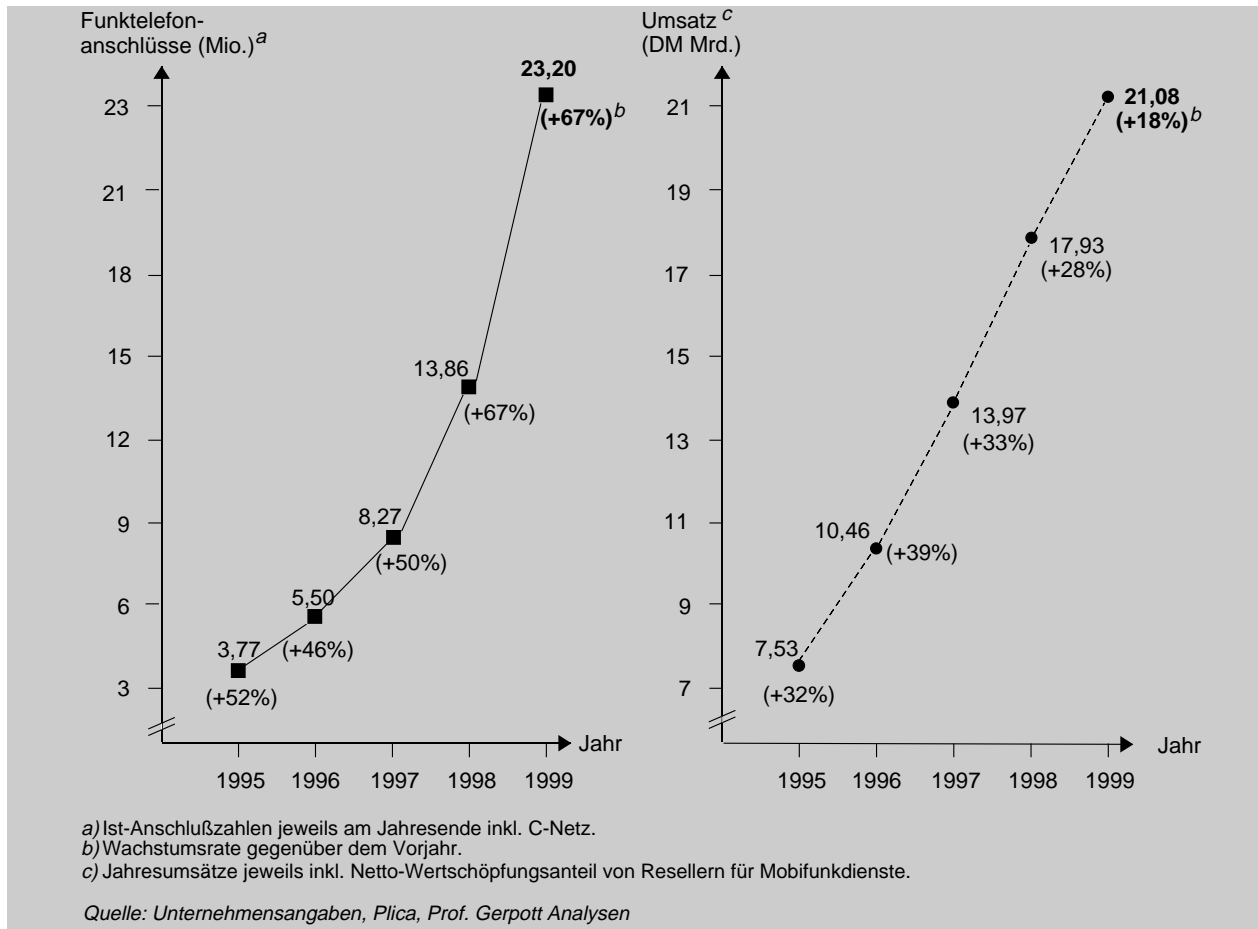


Abb. 8: Zahl der Funktelefonanschlüsse und Umsatzentwicklung für Funktelefonanschlüsse und -dienste in Deutschland

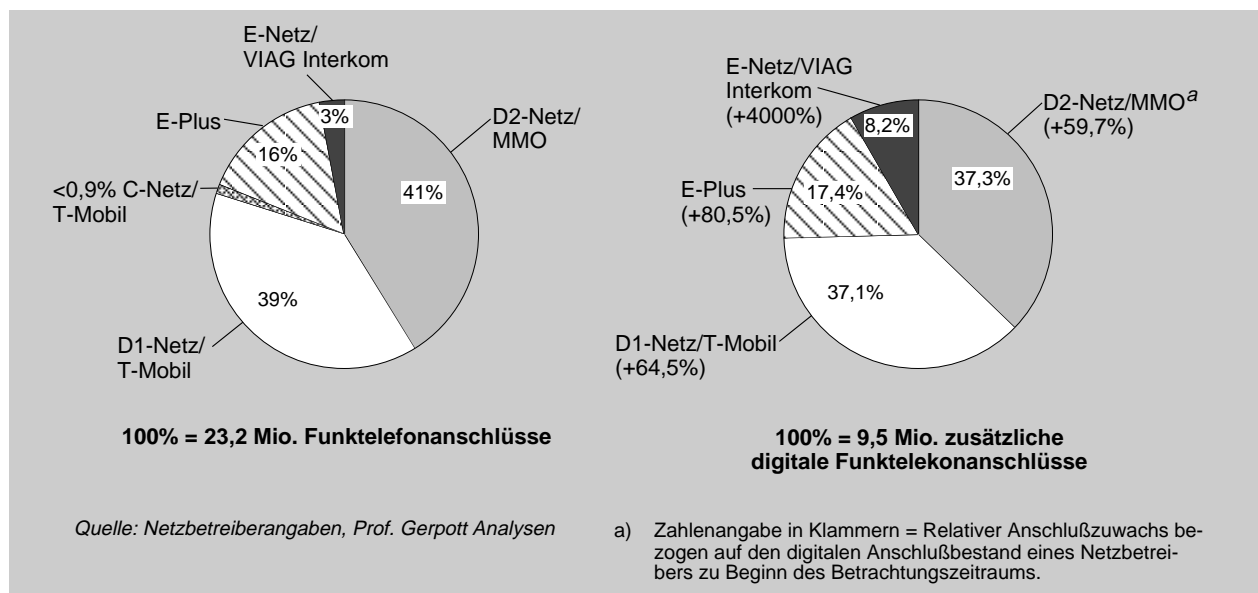


Abb. 9: Verteilung der Mobilfunkanschlüsse Ende 1999 und des Anschlußzuwachses 1999/98 auf Netzbetreiber

Aktuelle Regulierungsthemen

Aus der Vielzahl aktueller Regulierungsfragen für die TK-Märkte in Deutschland, mit denen sich insbesondere die RegTP befaßt, haben u.E. unter anderem folgende Themen besondere Relevanz:

- **Sondergutachten der Monopolkommission vom 03.12.1999 zum Wettbewerb auf Telekommunikationsmärkten:** In ihrem Gutachten kommt die Monopolkommission zu dem Schluß, daß Ende 1999 in Deutschland auf den Festnetzmärkten für Teilnehmeranschlüsse, Telefonorts-, -fern- und -auslandsverbindungen noch kein funktionsfähiger Wettbewerb herrscht. Nach Auffassung der Kommission ist der bislang erreichte Wettbewerb nicht so abgesichert, daß er auch ohne Regulierungsmaßnahmen gegenüber der DTAG fortbestehen oder gar zunehmen würde. Die Kommission empfiehlt daher, die DTAG derzeit weder auf Vorleistungs- noch auf Endkundenmärkten aus der (Preis-)Regulierung zu entlassen. Das Gutachten wurde von der RegTP begrüßt, von der DTAG hingegen heftig kritisiert.
- **Neue Interconnection-Preise bis 31.01.2001:** Kurz vor Weihnachten 1999 "bescherte" die RegTP den Marktteilnehmern neue Preise für die Durchleitung von Telefonverbindungen durch das Netz der DTAG. Abb. 10 informiert im Detail über die neuen Interconnection-Entgelte, die für die Zeit vom 01.01.2000 bis 31.01.2001 gelten. Anschließend soll ein neues Interconnection-Regime eingeführt werden, bei dem zur Bepreisung von Durchleitungsleistungen genauer auf die in Anspruch genommenen Netzelemente und deren Kosten (sogenannter "element-based costing" Ansatz) abgestellt werden soll.

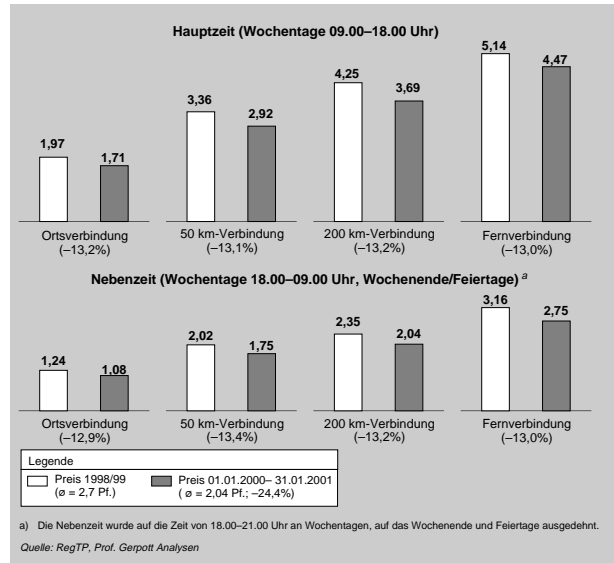


Abb. 10: Veränderungen der Nettodurchleitungspreise ab Januar 2000

- **Bekanntgabe der UMTS/IMT-2000 Lizenzinhalte und Auktionsbedingungen:** Am 18.02.2000 entschied die Präsidentenkammer der RegTP über Lizenzinhalte und Auktionsbedingungen für Mobilfunknetze der 3. Generation in Deutschland. Abb. 12 auf der nächsten Seite faßt wesentliche Eckpunkte der Entscheidung zusammen. Demnach wird es vier bis sechs UMTS/IMT-2000-Netzbetreiber in Deutschland geben. Mit der Lizenzauktion ist im Juli 2000 zu rechnen. Auch in anderen europäischen Ländern startet man mit der Vergabe von UMTS-Lizenzen per Auktions- oder Ausschreibungsverfahren. Abb. 11 informiert genauer über die Vergabepäne.

Land	Auktion	Ausschreibung	Termin	Bisherige GSM-Netzbetreiber
Spanien		✓	13.03.2000	Telefonica Moviles, Airtel, Amena
Großbritannien	✓		22.06.2000	BT Cellnet, One2One, Vodafone, Orange
Italien		✓	08/2000	TIM, Omnitel, Blu, Wind
Niederlande	✓		III. Q./2000	KPN, Libertel, Dutchtone, Telfort, Ben
Schweiz	✓		01.11.2000	Swisscom Mobile, Orange, DiAx
Frankreich	✓		03/2001	Itineris, SFR, Bouygues
Österreich	✓		I. Q./2001	A1, MaxMobil, One

Quelle: UMTS Forum; ZfTM-Analysen

Abb. 11: Vergabepäne für UMTS-Lizenzen in sieben europäischen Ländern

- Es werden 2 x 60 MHz gepaartes und 1 x 25 MHz ungepaartes Spektrum versteigert, wobei von einer Mindestausstattung von 2 x 10 MHz und einer Höchstausstattung von 2 x 15 MHz gepaartem Spektrum ausgegangen wird
- Das Spektrum wird in 12 abstrakten Blöcken zu je 2 x 5 MHz gepaart und 5 abstrakten Blöcken zu je 1 x 5 MHz ungepaart in zwei Auktionsabschnitten vergeben
 - Abschnitt 1: Bieter können eine Lizenz mit zwei bis drei Blöcken des gepaarten Spektrums erwerben, wobei das Mindestgebot pro 2 x 5 MHz Block zunächst DM 100 Mio. beträgt
 - Abschnitt 2: Bieter, die in Abschnitt 1 erfolgreich waren, können Frequenzblöcke zu je 1 x 5 MHz ungepaart erwerben, wobei das Mindestgebot pro 1 x 5 MHz Block DM 50 Mio. beträgt
- Es gibt keine Frequenz-/Lizenzreservierung für Bieter, die noch nicht über ein GSM-Netz in Deutschland verfügen
- Es gibt nur bundesweite Lizenzen für Netze der dritten Mobilfunkgeneration
- In UMTS/IMT-2000-Netzen sind die Netzbetreiberportabilität von Rufnummern sowie Auswahl von Verbindungsnetzbetreibern nach § 43 Abs. 5 und 6 TKG zu gewährleisten
- Eine Verpflichtung zum Abschluß von National Roaming-Vereinbarungen zwischen UMTS-Netzbetreibern besteht nicht
- UMTS-Netzbetreiber, die nicht über eine GSM-Lizenz verfügen, haben gegenüber GSM-Netzbetreibern den Anspruch, als Diensteanbieter zugelassen zu werden und dürfen von kombinierten GSM-UMTS-Angeboten von GSM-Netzbetreibern, die zugleich ein UMTS-Netz betreiben, nicht ausgeschlossen werden
- Lizenznehmer haben bis zum 31.12.2003 (31.12.2005) einen Versorgungsgrad von 25% (50%) der Bevölkerung herzustellen, wenn technische Standards rechtzeitig stabil zur Verfügung stehen und entsprechende Technik am Markt beschaffbar ist
- Die Lizenzlaufzeit beträgt 20 Jahre (beginnend mit der Lizenzerteilung)

Quelle: RegTP Amtsblatt vom 23.02.2000, S. 516-578; Prof. Gerpott Analysen

Abb. 12: Entschluß der RegTP-Präsidentenkammer vom 18.02.2000 zur UMTS/IMT-2000-Lizenzierung

Literatur für TIMES-Manager

Management-Fragen von TIMES-Unternehmen haben in der Vergangenheit in der universitären (betriebswirtschaftlichen) Ausbildung kaum Beachtung gefunden. Folgender Aufsatz gibt Anregungen zu Inhalten, die zukünftig in der wissenschaftlichen Ausbildung von TIMES-Nachwuchsmanagern berücksichtigt werden sollten:

- Szyperski, N./Löbbecke, C.: Telekommunikationsmanagement als betriebswirtschaftliche Spezialdisziplin. In: Die Betriebswirtschaft, 1999, 59. Jg., S. 481-495 (im Internet: www.dbwnet.de).

Das Thema "Internet Flat Rate", also eine nutzungszeitunabhängige Bepreisung des Zugangs von (Privat-)Kunden wird in Deutschland seit einiger Zeit intensiv diskutiert. Die ersten alternativen Carrier (wie z.B. MM Arcor) haben bereits Ende 1999 Pauschalpreispläne am Markt eingeführt und auch die DTAG bereitet entsprechende Preismodelle vor. In dieser Situation versucht folgende, im Auftrag von AOL durchgeführte Studie nachzuweisen, daß durch den Übergang zu einer Flat-Rate-Bepreisung im deutschen Internet-Markt ein Wachstumseffekt in

Höhe von 0,5% des Bruttoinlandsproduktes (= ca. DM 19 Mrd.) und ein mittelfristiger Beschäftigungseffekt von 0,1-0,4 Mio. zusätzlichen Arbeitsplätzen in Deutschland erzielt werden könnte:

- Welfens, P.J./Jungmittag, A.: Auswirkungen einer Internet-Flat-Rate auf Wachstum und Beschäftigung in Deutschland. Universität Potsdam, 06.12.1999 (im Internet: www.digital-law-net/welfens/).

Die Zahl der wirtschaftswissenschaftlichen Monographien zu TIMES-Management-Fragen steigt rasch. Aus der Vielzahl der von Januar 1999 bis März 2000 erschienenen Bücher haben wir folgende fünf Schriften für Sie genauer "studiert":

Fink, D./Wilfert, A. (Hrsg.): Handbuch Telekommunikation und Wirtschaft, München: Verlag Vahlen, 1999 (ISBN: 3-8006-2408-7; DM 118,00).

Heil, B.: Online Dienste, Portal Sites und elektronische Einkaufszentren, Wiesbaden: DUV Verlag, 1999 (ISBN: 3-8244-6895-6; DM 108,00).

Köster, D.: Wettbewerb in Netzproduktmärkten, Wiesbaden: Gabler, 1999 (ISBN: 3-8244-9014-5; DM 98,00).

Oberender, P. (Hrsg.): Die Dynamik der Telekommunikationsmärkte als Herausforderung an die Wettbewerbspolitik, Berlin: Duncker & Humblot, 1999 (ISBN: 3-428-09749-1; DM 94,00).

Winzer, P.: Kostenorientierte Bestimmung von Preisen für den Zugang zu Telekommunikationsnetzen marktbeherrschender Unternehmen, Frankfurt/M.: Verlag Peter Lang, 2000 (ISBN: 3-631-36216-1; DM 118,00).

Investor, Net-Business) vor. Sie enthalten nicht nur nützliche Informationen für Anleger, sondern berichten regelmäßig auch über aktuelle Branchen- und Unternehmensneuigkeiten, die allgemein für Führungskräfte der Telekommunikations- und Medienwirtschaft von Interesse sind.

Abschließend ist zu vermelden, daß die ZfTM-Work in Progress-Reihe um folgende vier Papiere erweitert wurde:

Gerpott, T.J./Rams, W.: Kundenbindung, -loyalität und -zufriedenheit im deutschen Mobilfunkmarkt, Dezember 1999 (ZfTM Work in Progress Paper Nr. 7).

Gerpott, T.J.: Internationalisierungsstrukturen europäischer Telekommunikationsnetzbetreiber, Dezember 1999 (ZfTM Work in Progress Paper Nr. 8).

Gerpott, T.J.: Marketing in der Telekommunikationsbranche, Januar 2000 (ZfTM Work in Progress Paper Nr. 9).

Gerpott, T.J.: Konsequente Fortsetzung der markt-macht-symmetrischen Regulierung von Telekommunikationsnetzbetreibern in Deutschland, März 2000 (ZfTM Work in Progress Paper Nr. 10).

Autor/Herausgeber	Praxisrelevanz	Wissenschaftlicher Erkenntnisbeitrag	Literaturerschließung	Lesbarkeit	Kommentar
Fink/Wilfert (1999)	●	●	●	●	• Gesamtüberblick für TK-Branchenneuigkeiten
Heil (1999)	●	●	●	●	• Fundgrube für E-Commerce- und Online-Dienste-Profis
Köster (1999)	●	●	●	●	• Lektüre für mikroökonomische „Modell-Freaks“
Oberender (1999)	●	●	○	●	• Zeitgenössisches Lobbying-Dokument
Winzer (2000)	●	●	●	●	• Pflichtlektüre für TK-Netzkosten-Controller und TK-Juristen

Legende ○ Niedrige Ausprägung ● Hohe Ausprägung

Abb. 13: Zusammenfassende Bewertung aktueller Bücher für TIMES-Manager

Unsere Bewertung dieser Bücher finden Sie in Abb. 13. Für Köster (1999) und Oberender (1999) liegen zudem ausführliche Besprechungen durch Prof. Gerpott vor, die Sie in diesem Newsletter auf den Seiten 13-15 finden.

Bedingt durch das Monopol eines staatlichen Unternehmens und der umfassenden Regulierung der Marktaktivitäten blieb der deutsche Telekommunikationsmarkt lange Zeit von Anlegern weitgehend unbeachtet. Dies änderte sich erst mit dem erfolgreichen Börsengang der Deutschen Telekom AG und der Anfang 1998 abgeschlossenen Liberalisierung des deutschen Marktes. Inzwischen beobachten Investoren die Aktivitäten von Unternehmen der Telekommunikations- und Medienwirtschaft weltweit mit großem Interesse.

Auf eine Deckung des damit verbundenen Informationsbedarfs zielen einige Spezialzeitschriften, die zum Teil erst in diesem Jahr neu erschienen sind. In Abb. 14 stellen wir Ihnen kurz drei in Deutschland herausgegebene Zeitschriften (NET Investor, Telecom

Investor, Net-Business) vor. Sie enthalten nicht nur nützliche Informationen für Anleger, sondern berichten regelmäßig auch über aktuelle Branchen- und Unternehmensneuigkeiten, die allgemein für Führungskräfte der Telekommunikations- und Medienwirtschaft von Interesse sind.

	NET Investor	Telecom Investor	Net-Business
Erscheinungsweise	monatlich	monatlich	vierzehntägig
Auflage	52.000	50.000	50.000
Erscheint seit	April 1997	Februar 2000	Januar 2000
Umfang	98 Seiten (Heft 03/00)	62 Seiten (Heft 03/00)	66 Seiten (Heft 06/00)
Inhalte/Schwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmens- und Branchennachrichten • Anlegerinformationen/ Marktanalysen • Markttrends/neue Produkte • Allgemeine Informationen für TK-Manager 	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmens- und Branchennachrichten • Markttrends/neue Produkte • Anlegerinformationen/ Marktanalysen 	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmens- und Branchennachrichten • Anlegerinformationen/ Marktanalysen • Markttrends/neue Produkte/Lifestyle • Stellenmarkt
Heftpreis	DM 7,00	nur Abonnement	DM 4,80
Jahresbezugspreis (inkl. MwSt. und Versand in Deutschland)	DM 72,00	DM 72,00 Möglichkeit zur Qualifikation (Fragebogen) für ein kostenloses Jahresabonnement	DM 109,20
Adresse Leserservice	Net-Investor Leserservice Postfach 14 02 20 80452 München Tel.: 089/20959195 Fax: 089/20028111	Telecom-Investor Leserservice Konrad-Celtis-Str. 77 81369 München Fax: 089/84101532	Net-Business Leserservice Postfach 302 77649 Offenburg Tel.: 0781/6396997 Fax: 0781/6396191
Internet-Adresse	www.net-investor.com	www.telecom-investor.de	www.net-business.de

Abb. 14: Zeitschriften für TIMES-Manager

Buchbesprechungen

Peter Oberender (Hrsg.): Die Dynamik der Telekommunikationsmärkte als Herausforderung an die Wettbewerbspolitik

Duncker & Humblot, Berlin 1999, 120 S.

Die zu rezensierende Schrift enthält sechs Vorträge, die Vertreter aus Wirtschaft und Politik bei einer Tagung der Arbeitsgruppe Wettbewerb des wirtschaftspolitischen Ausschusses im Verein für Socialpolitik zum Rahmenthema "Die Dynamik der Telekommunikationsmärkte als Herausforderung an die Wettbewerbspolitik" im März 1998 gehalten haben. Diese Praktikerreferate werden durch einen Einleitungs- und einen Schlußbeitrag aus der Feder von zwei Hochschullehrern ergänzt.

Der einleitende 6-seitige Aufsatz des Volkswirtes G. *Knieps* befaßt sich mit der Notwendigkeit staatlicher Eingriffe auf der Anbieterseite von Märkten für Telekommunikationsdienste zur Sicherung (1) technischer Wettbewerbsgrundlagen (z.B. Netzbetreiberportabilität von Rufnummern), (2) einer Grundversorgung aller Bürger mit Telekommunikationsdiensten sowie (3) der Entstehung von Wettbewerb in einem ehemals monopolistischen Markt, in dem einzelne Unternehmen ihre Marktmacht zur unfairen Verdrängung von Konkurrenten nutzen könnten. *Knieps* plädiert abstrakt für eine enge Begrenzung einer sektorspezifischen Regulierung von Telekommunikationsmärkten auf monopolistische Engpaßbereiche, ohne daß er konkreter den Nachweis führt, inwieweit bestimmte Teile des Festnetzes des marktbeherrschenden Anbieters in Deutschland (z.B. Teilnehmeranschlußleitung) als ein zu regulierender "Bottleneck" einzustufen sind.

Der CDU-Bundestagsabgeordnete E. *Müller* spricht auf 13 Seiten politische Rahmenbedingungen an, die zur Förderung eines schnelle(re)n Übergangs von Unternehmen und privaten Haushalten in Deutschland zur "Informationsgesellschaft" geeignet sind. Seine Ausführungen wiederholen Bekanntes und sind so allgemein gehalten, daß ihnen nahezu jeder Bürger in Deutschland unabhängig vom persönlichen politischen Standort zustimmen kann; sie enthalten aber fast keine informativen Aussagen dazu, wie sich die deutsche Politik oder zumindest die Partei des Referenten eine Bewältigung zentraler Problemfelder der "Internet-Ökonomie" vorstellt.

W. *Hübner*, Präsident des Verbandes der Postbenutzer, zählt auf 18 Seiten primär Entscheidungen und Verhaltensweisen des Gesetzgebers, der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post und der Deutschen Telekom (DT) auf, die er für "falsch" hält, ohne daß dabei ein analytisch hergeleiteter Kriteriensatz verwendet wird, der die Beurteilungen *Hübners* nachvollziehbar macht. An etlichen Stellen

weist das Referat sachliche Fehler auf (z.B. S. 37: Internationalisierungsgrad der DT), verliert es sich in wettbewerbspolitisch irrelevanten Geschmacksfragen (z.B. S. 41, Bezeichnungen für DT-Festnetz-tarife) oder bleibt undifferenziert (z.B. S. 37, fehlende DT-Strategie). Die mangelhafte *analytische* Durchdringung von Wettbewerbsmechanismen im deutschen Telekommunikationsmarkt durch *Hübner* ist u.a. auch daran zu erkennen, daß sich seine Aussagen zu den Erfolgspotentialen alternativer Carrier ohne eigenes Netz bei Basisfestnetzdiensten (S. 43) bereits zwei Jahre nach dem Referat als unhaltbar erwiesen haben.

H.-W. *Hefekäuser*, Geschäftsbereichsleiter der DT, stellt auf 10 Seiten Meilensteine auf dem Weg zur Entmonopolisierung der Märkte für Telekommunikationsnetze und -dienste in Deutschland von 1989-98 dar und vertritt die betriebswirtschaftlichen Interessen der DT, in dem er eine Verringerung der Regulierung seines Unternehmens durch den Staat fordert. *Hefekäuser* verzichtet in seinem Referat ebenso auf belastbare wissenschaftliche Belege zur ökonomischen Untermauerung seiner Kritik der Regulierungspraxis in Deutschland (S. 53-56) wie auch auf Analysen zur Begründung bestimmter DT-Positionen in der wettbewerbspolitischen Diskussion (z.B. Berücksichtigung von Anschlußdefiziten bei Netzzusammenschaltungsentgelten ungeachtet einer möglichen Relevanz der §§ 17-21 Telekommunikationsgesetz).

R. *Dehner*, Geschäftsführer eines alternativen Netzbetreibers, beschreibt auf 14 Seiten aus Sicht eines neuen DT-Wettbewerbers positive und verbesserungswürdige Regulierungsaspekte des deutschen Telekommunikationsmarktes und bildet für diesen Markt strategische Anbietergruppen, die jeweils eine ähnliche Positionierung aufweisen. Auch in dieser Stellungnahme zur Regulierungspraxis bis Anfang 1998 mangelt es an Fakten zur Unterstützung von Behauptungen, so daß sie mehr als von anderen Unternehmensinteressen geleiteter Kontrapunkt zum Beitrag *Hefekäusers* einzustufen ist.

K.-H. *Neumann*, ein ausgewiesener Telekommunikationsökonom, der im Zuge der Marktöffnung die Position des Leiters des Wissenschaftlichen Instituts für Kommunikationsdienste aufgab, um in die Praxis zu einem neuen Netzbetreiber zu wechseln, analysiert auf 15 Seiten Barrieren (z.B. Anbieterwechselkosten), die eine Entstehung eines sich selbst tragenden Wettbewerbs auf den deutschen Märkten für Telekommunikationsnetze und -dienste (insbesondere im Ortsnetz) bislang noch verhindern. Dieser z.gr.T. auch in der Zeitschrift *Telekom Praxis* (1999, 76. Jg., Nr. 4, S. 21-27) veröffentlichte Beitrag hebt sich positiv von den vorangehenden vier Referaten

ab, da *Neumann* versucht, die Haltbarkeit seiner Einschätzung der "Bestreitbarkeit" verschiedener Telekommunikationsmarktsegmente empirisch oder theoretisch-analytisch zu belegen.

J. Dreyer, Geschäftsführer eines großen Telekommunikationsdienstehändlers in Deutschland, faßt auf 17,5 Seiten ökonomische und regulative Entstehungsursachen, Funktionen und Erfolgsfaktoren sogenannter "Reseller" im deutschen Funktelefonmarkt zusammen. Sein Plädoyer für eine Ordnungspolitik, die auch im Festnetz das Auftreten von Resellern gegenüber neuen Anbietern mit eigenen Netzen unterstützt, entspringt aber mehr den Interessen des von ihm vertretenen Unternehmens als einer ökonomischen Analyse: Da im Festnetzbereich die Wertschöpfungsstufe "Netz" in Deutschland aufgrund von Investitionen zahlreicher DT-Wettbewerber und der Regulierung des besonderen Netzzugangs keinen Engpaß mit wenigen Anbietern darstellt, ist zur Wettbewerbsintensivierung eine durch staatliche Vorgaben zwangsweise auferlegte Desintegration der Wertschöpfungsstufen Netzbetrieb und Dienstevermarktung *nicht* erforderlich.

Der 13,5 seitige gelungene Schlußbeitrag des Volkswirtes *J. Kruse* argumentiert mit Hilfe eines Marktentwicklungsvergleichs verschiedener Netzinindustrien, daß viele der in Deutschland seit 1997 zu beobachtenden Auseinandersetzungen um Entscheidungen der staatlichen Regulierungsinstitution für den Telekommunikationssektor darauf zurückzuführen seien, daß die Ordnungspolitik auf eine vertikale Separierung der DT-Ortsnetze vom Rest des etablierten Anbieters verzichtet habe. Empirische Indizien zur Stützung seiner wichtigsten Argumentationsprämisse (DT-Ortsnetze = monopolistische Engpaßbereiche) legt *Kruse* allerdings nicht vor.

Alles in allem ist der Sammelband als Dokumentation regulierungspolitischer Interessen einzelner "Spieler" auf den deutschen Telekommunikationsmärkten Anfang 1998 zu charakterisieren, bei der die sechs Autoren aus der Praxis weniger eine objektive ökonomische Regulierungsanalyse als ein einseitiges Lobbying zur Verbesserung der wettbewerbspolitischen Bedingungen ihres Hauses leisten. Der Preis von DM 0,87 pro Textseite ist m.E. ein Indiz dafür, daß Verlag und Herausgeber wohl davon ausgegangen sind, daß als Buchkäufer nur öffentliche wissenschaftliche Bibliotheken in Betracht kommen, die den Sammelband aufgrund seiner wirtschaftsgeschichtlich wichtigen "Erinnerungsfunktion" auch ohne Zögern erwerben sollten.

Prof. Dr. Törsten J. Gerpott

Köster, Dieter: Wettbewerb in Netzproduktmärkten.

Gabler Verlag, Wiesbaden 1999, XXI + 224 S.

Das vorliegende 174 Textseiten, ein Verzeichnis von 307 Literaturquellen und einen 26-seitigen Anhang umfassende Buch, bei dem es sich um eine von dem renommierten Ökonomen *Horst Albach* betreute Doktorarbeit handelt, analysiert das Wettbewerbsverhalten von Unternehmen, die Zahl der Anbieter und die Marktergebnisse (u.a. Preise, Mengen) für Produkte mit mehr oder minder starken Netzeffekten. Dabei versteht *Köster* unter Netzprodukten solche "Güter und Leistungen, deren Nachfrage vom historischen Absatz (installierte Basis) und vom erwarteten Absatz (Erwartungsbasis) anderer komplementärer Gebrauchsgüter überwiegend abhängt" (S. 22). Beispiele für Netzprodukte sind die Sprachtelefonie (Verbindungsdienst und Endgeräte) oder die Software für elektronische Post in Telekommunikationsnetzen. Zur Analyse von Wettbewerbsverhaltensmustern, Marktstrukturen und -ergebnissen wird ein komplexeres mikroökonomisches Modell formuliert, dessen Outputs durch Simulationsläufe mit numerischen Inputs die Grundlage für die Erkenntnisgewinnung in der vorliegenden Arbeit bilden. In einem ersten Schritt untersucht *Köster*, wie sich das Preissetzungsverhalten von Monopolisten oder Oligopolisten in Abhängigkeit von der Stärke der Netzeffekte auf einem Markt verändert. In drei weiteren Schritten wird dann durch zusätzliche Modellvariationen versucht zu klären, wie sich Kompatibilitätsstandards, Innovationsaktivitäten und Kapazitätsunterschiede von Anbietern in Märkten ohne, mit teilweisen und vollständigen Netzeffekten auf die o.g. Kriterien auswirken. Dabei muß jeder Leser in Abhängigkeit von seiner Interessenlage entscheiden, inwieweit bei der Modellformulierung einzelne Annahmen zu simpel oder realitätsfern getroffen wurden (z.B. S. 46: Gleiche Stückkosten und Lernraten in *allen* Unternehmen; S. 164: Ex ante Kapazitätsfestlegung eines Unternehmens für den *gesamten* Marktzyklus), um den Simulationsergebnissen Relevanz für die Bewältigung theoretischer oder praktischer Unternehmensführungsfragen beizumessen.

Inhaltlich zeigen die Modellsimulationen, daß mit zunehmender Netzeffektstärke es für Unternehmen sinnvoller wird,

- eine dynamische Preispolitik dergestalt zu wählen, daß in der Anfangsphase eines Marktes eigene Leistungen zu negativen Preisen (= subventioniert) abgegeben werden, um dann im Zeitablauf die Preise anzuheben;
- technische Kompatibilitätsstandards freiwillig bereits im Vorfeld der Marktentstehung zu vereinbaren;

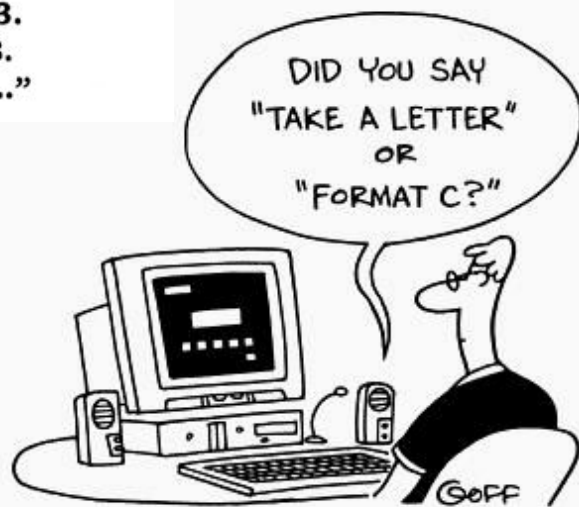
- eine Politik der Differenzierung durch zahlreiche, kleine oder durch seltenere große Innovations-sprünge zwischen den Angebotsgenerationen zu verfolgen;
- ihre Kapazitäten eher großzügig zu dimensionieren, um den Fall der Unterversorgung von isoliert betrachtet weniger attraktiven Kundengruppen zu vermeiden.

Alles in allem hat *Köster* eine konsequent monoperspektivische, industrieökonomische Modellanalyse für Markttypen mit unterschiedlich starken Netzeffekten vorgelegt, bei der einschlägige Arbeiten von Wirtschaftswissenschaftlern, die eine andere methodische und inhaltliche Zugänge zu den betrachteten Problemstellungen gewählt haben (z.B. S. Albers, W. Burr, R. Weiber), unberücksichtigt bleiben. Ökonomen, die sich *wissenschaftlich* mit Unternehmensstrategien und Regulierungspolitik auf Netzproduktmärkten befassen, werden die Dissertation von *Köster* wegen ihrer formalen Eleganz und Geschlossenheit mit Vergnügen lesen. Für in der *Praxis* tätige Manager ist sie hingegen wegen des hohen Abstraktionsniveaus der Argumentation und der Realitätsferne modelltheoretischer Strategieanalysen (z.B. im Hinblick auf die Anzahl und die Planbarkeit unternehmerischer Aktionsparameter) eher weniger geeignet.

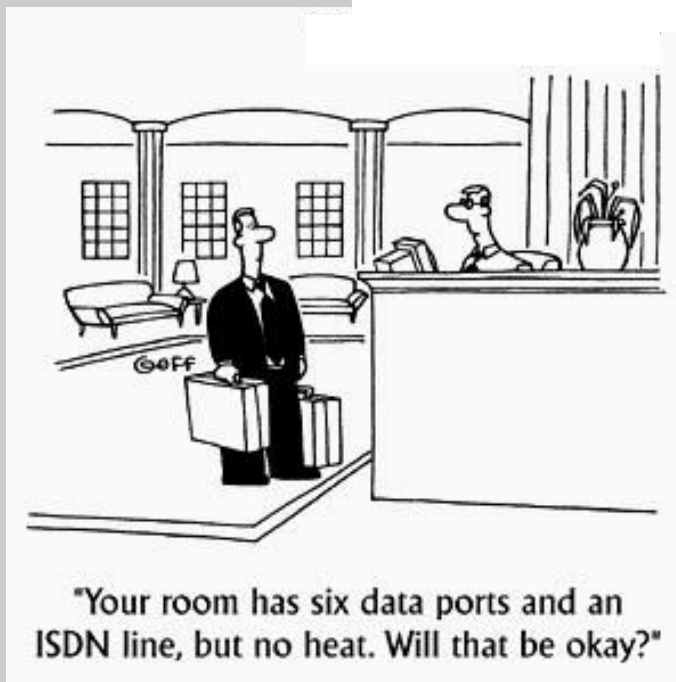
Prof. Dr. Torsten J. Gerpott



**"If you'd like to press 1, press 3.
If you'd like to press 3, press 8.
If you'd like to press 8, press 5..."**



DID YOU SAY
"TAKE A LETTER"
OR
"FORMAT C?"



**"Your room has six data ports and an
ISDN line, but no heat. Will that be okay?"**