

ZfTM-Work in Progress Nr. 45:

Entwicklung der Internationalisierung von Mobilfunknetzbetreibern – Empirische Befunde –

Torsten J. Gerpott^{*}

Nejc M. Jakopin^{**}

© 2004

^{*} Univ.-Prof. Dr. Torsten J. Gerpott, Lehrstuhl Planung & Organisation, Schwerpunkt Telekommunikationswirtschaft, Universität Duisburg-Essen, Lotharstr. 65, 47057 Duisburg.

^{**} Dipl.-Kfm. MBA Nejc M. Jakopin, Lehrstuhl Planung & Organisation, Schwerpunkt Telekommunikationswirtschaft, Universität Duisburg-Essen, Lotharstr. 65, 47057 Duisburg.



Work in Progress

für die Telekommunikations- und Medienwirtschaft

ZfTM-Work in Progress ist eine Schriftenreihe des Förderkreises Zentrum für Telekommunikations- und Medienwirtschaft e.V. Alle Angaben erfolgen nach bestem Wissen, jedoch ohne Gewähr für Richtigkeit und Vollständigkeit. Für Fehler im Text und in Grafiken wird keinerlei Haftung übernommen. Aus der Veröffentlichung kann nicht geschlossen werden, daß die beschriebene Lösung oder die verwendete Bezeichnung freivongewerblichen Schutzrechten bz. Nachdruck oder sonstige Reproduktion (auch Auszüge) nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Vorstandes des Förderkreises. Herausgeber (presserechtliche Verantwortlich): Prof. Dr. Torsten J. Gerpott, Dipl.-Wirtschafts-Ing. Stephan Böhm, Dipl.-Kfz. Sandra Thomas

Kontakt:

Förderkreis Zentrum für Telekommunikations- und Medienwirtschaft e.V.
Eichendorffstr. 20a
40885 Ratingen-Lintorf
Tel 0203-3793109
Fax 0203-3792656
Internet www.zf-tm.de
Email kontakt@zf-tm.de

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung

1. Problemstellung	1
1.1 Untersuchungseinordnung und -ziel	1
1.2 Prinzipielle Internationalisierungsvarianten für Mobilfunknetzbetreiber	2
2. Auswahl der untersuchten Mobilfunknetzbetreiber	5
3. Empirische Befunde zur Geschäftsinternationalisierung von 10 Mobilfunk-Konzernen	8
3.1 Messung des Internationalisierungsgrades von MFN-Geschäftsaktivitäten	8
3.2 Entwicklung und Status Quo der Internationalisierung von MFN	9
..... 3.2.1 Entwicklung grenzüberschreitender Kapitalbeteiligungen seit 1995	9
..... 3.2.2 Internationalisierungsstatus im Jahr 2002	12
3.3 Zusammenhänge zwischen Internationalisierungs- und Erfolgsindikatoren	17
4. Fazit und Ausblick	21
Literaturhinweise	23

Zusammenfassung

In der vorliegenden Studie werden quantitative Daten zur Entwicklung der Internationalisierung von großen Mobilfunknetzbetreibern (MFN) bereitgestellt. Bei 10 stärker internationalisierten MFN nahm der mittlere Auslandsumsatz- bzw. -kundenanteil von 29,8% bzw. 41,7% im Jahr 1999 auf 49,6% bzw. 57,6% im Jahr 2002 zu. Auch im Jahr 2002 gab es unter den großen MFN eine Teilgruppe von 11 Anbietern, die noch mehr als 90% ihrer Umsätze im Heimatland erzielt. Zwischen verschiedenen Indikatoren des Internationalisierungsgrades und des betriebswirtschaftlichen Erfolges konnten kaum signifikante Beziehungen beobachtet werden. Demnach ist das Ausmaß der Internationalisierung von Unternehmen auch in der Mobilfunkbranche nicht *per se* erfolgsträglich. Vielmehr lassen die Daten Raum für die These, dass MFN nur bei einem systematischen strategischen und operativen Management ihrer internationalen Beteiligungen die Chance haben, durch eine Geschäftsausdehnung über die Grenzen des Stammlandes hinaus einen positiven betriebswirtschaftlichen Erfolgsbeitrag zu erzielen.

Stichwörter: Auslandsbeteiligungen, internationale Telekommunikation, Internationalisierungsgrad, Mobilfunknetzbetreiber.

1. Problemstellung

1.1 Untersuchungseinordnung und -ziel

Grenzüberschreitende und insofern internationale Telekommunikations(TK)-Dienste sind seit Jahrzehnten Bestandteil der Angebotspalette von Betreibern von Festnetzen für TK-Dienste (s. etwa *Johansson* 1994, 472; *Schwandt* 1996, 15-17; *Einhorn* 2002, 60-62). Erst seit Mitte der 1980er Jahre sind andere Internationalisierungsvarianten dahingehend zu beobachten, dass Festnetzbetreiber aus einem Land Beteiligungen an etablierten Festnetzbetreibern in einem anderen Land erwerben oder dort Neugründungen realisieren (*Johansson* 1994, 471). Voraussetzungen hierfür waren die Privatisierung staatlicher Netzbetreiber und die Öffnung von Festnetzmärkten für Wettbewerb (s. etwa *Gerpott* 1998, 58-62, 94-97).

Seit Anfang der 1990er Jahre erhielt die Internationalisierung von TK-Netzbetreibern dadurch einen weiteren Schub, dass weltweit in den meisten Staaten mehrere Lizenzen für digitale Mobilfunknetze der zweiten Generation ausgeschrieben wurden, die zumeist nach dem GSM [Global System for Mobile Communication]-Standard einzurichten waren und auch an nicht im Staatseigentum befindliche zusätzliche Unternehmen vergeben wurden (*Sarkar et al.* 1999, 370). Die neuen Wettbewerbs- und Marktkonstellationen wurden auch von Mobilfunknetzbetreibern (MFN) – wie zuvor in vielen Zweigen des produzierenden Gewerbes – zur Internationalisierung des Geschäfts genutzt, ohne dass für externe Analysten immer eine abgestimmte Gesamtstrategie bei der räumlichen Geschäftsausweitung zu erkennen war (*Ehrmann/Steiger* 1998, 248-250; *Gerpott* 2002, 16).

Trotz der durch spektakuläre Einzelfallbeispiele (z.B. *Mannesmann Mobilfunk-Übernahme durch Vodafone*) gelegentlich in das Rampenlicht der Öffentlichkeit gerückten Internationalisierung von MFN gibt es bis heute kaum wissenschaftlich seriöse Studien, die quantitative Indikatoren zur Abbildung real- und finanzwirtschaftlicher Aspekte der Entwicklung des Engagements der weltweit wirtschaftlich bedeutendsten MFN außerhalb ihres jeweiligen Heimatlandes zusammengestellt haben. Vielmehr überwiegen qualitativ-kasuistische Beschreibungen der Internationalisierung einzelner TK-Netzbetreiber, wie sie bei *Paterna* 1996, *Ehrmann/Steiger* 1998, *Giger* 1999 und *Roth* 1999 zu finden sind, denen keine größere empirische Basis zugrunde liegt. In dieser Situation ist es primäres Ziel der vorliegenden Untersuchung, für die Grup-

pe der weltweit wirtschaftlich bedeutendsten MFN deren Internationalisierungsmuster unter Rückgriff auf quantitative Indikatoren zur Abbildung real- und finanzwirtschaftlicher Aspekte des Engagements von MFN außerhalb ihres Stammlandes nachzuzeichnen. Nachrangiges Anliegen der Arbeit ist es zudem erste explorative Indizien zu Erfolgssimplikationen der Internationalisierung für MFN bereitzustellen. Im einzelnen adressieren wir folgende fünf Forschungsfragen:

- Wie hat sich das Ausmaß der Internationalisierung von ausgewählten Mobilfunkkonzernen seit Mitte der 1990er Jahre verändert? (Kapitel 3.2.1)
- Inwieweit wurde in multidivisionalen TK-Netzbetreiber-Konzernen das Mobilfunkgeschäft seit Mitte der 1990er Jahre stärker internationalisiert als das restliche Geschäft? (Kapitel 3.2.1)
- Wie stellt sich die internationale Geschäftsstruktur von MFN im Jahr 2002 dar? (Kapitel 2 und 3.2.2)
- Wie hoch ist der Internationalisierungsgrad von Mobilfunk-Konzernen im Vergleich zu Großkonzernen anderer Branchen? (Kapitel 3.2.2)
- Welche Zusammenhänge bestehen zwischen betriebswirtschaftlichen Erfolgsindikatoren und Internationalisierungsvariablen im Jahr 2002? (Kapitel 3.3)

1.2 Prinzipielle Internationalisierungsvarianten für Mobilfunknetzbetreiber

Eine retrospektive empirische Analyse von Internationalisierungsmustern bei MFN setzt voraus, dass man zunächst die wichtigsten Varianten der Geschäftsinternationalisierung systematisiert. In einem ersten Schritt lassen sich solche Varianten speziell bei MFN danach gliedern, ob primär eine zusätzliche Versorgung von Bestandskunden oder eine Gewinnung von Neukunden/Wechslern für die eigenen Leistungen mittels der Internationalisierung erreicht werden soll (vgl. *Abb. 1*).

Für *Bestandskunden* eines MFN besteht eine erste Variante der Angebotsinternationalisierung darin, dass ihr MFN aus dessen Stammland zumeist durch Zusammenschaltungsverträge mit ausländischen Netzbetreibern *grenzüberschreitende (= internationale) Verbindungen* in andere Länder bereitstellt. Eine zweite Variante ist dadurch gekennzeichnet, dass ein MFN seinen Bestandskunden die Möglichkeit verschafft, ihre Endgeräte mit seiner SIM-Karte¹ außerhalb des eigenen Stammlandes