



# Work in Progress

---

Die ZfTM-Schriftenreihe zu aktuellen Themen  
der Telekommunikations- und Medienwirtschaft

ZfTM-Work in Progress Nr. 24:

## **Konvergenzstrategien von Mobilfunk- und Festnetzdiensteanbietern**

Torsten J. Gerpott\*

© 2002

\* Univ.-Prof. Dr. Torsten J. Gerpott, Lehrstuhl Planung & Organisation, Schwerpunkt Telekommunikationswirtschaft, Gerhard-Mercator-Universität Duisburg, Lotharstr. 65, 47057 Duisburg.



## Work in Progress

Stück Telekommunikations- und Medienrecht

ZTM Work in Progress: die Schritte über die Förderpreis-Zentrum für Telekommunikations- und Medienrecht. Alle Aufgaben erfolgen nach bestem Pflichten, jedoch ohne die Gewähr für Richtigkeit und Vollständigkeit. Für Rechtsberatung und/oder andere rechtliche Hilfe ist Übernahme von Ausdrucksverantwortung keine Möglichkeit vorgesehen, falls es besondere Lösung oder die verwendete Bezeichnung ist von zentralen Schutzrechten ist. Nachdruck oder sonstige Reproduktion (auch auszugsweise) ohne schriftliche Genehmigung des Verbands der Bundesländer. Herausgeber (gesetzlich Verantwortliche): Prof. Dr. Tobias J. Ganzel, Dipl.-Jurist und Prof. Dr. Dr. Dr. Ralf Kollmann.

**Kontakt:**  
Förderpreis-Zentrum für Telekommunikations- und Medienrecht e.V.  
Elektronische Post  
14007 Rudow, Berlin  
Tel: (030) 375310#  
Fax: (030) 375303#  
Internet: [www.ztm.de](http://www.ztm.de)  
E-Mail: [kontakt@ztm.de](mailto:kontakt@ztm.de)

## Zusammenfassung

Es existiert zwar ein umfangreiches Schrifttum, das sich mit Implikationen von möglicherweise zwischen Telekommunikations-, Informationstechnik- und Medienindustrien verschwindenden Sektorgrenzen für die Geschäftsstrategien von Unternehmen aus diesen Industrien befaßt. Hingegen mangelt es an betriebswirtschaftlichen Veröffentlichungen, die Konvergenztrends jeweils innerhalb der drei Industrien differenzierter beschreiben und hinsichtlich ihrer Ursachen beleuchten. Der vorliegende Artikel konzentriert sich deshalb auf brancheninterne Konvergenzentwicklungen bei Telekommunikationsdiensteanbietern, nämlich der Mobilfunk- und Festnetzkonvergenz (MFK). Zunächst werden Dienste-, Netz-, Kundenschnittstellen- und Endgerätekonvergenz als vier zu unterscheidende Konvergenzbereiche charakterisiert. Anschließend wird unter Rückgriff auf markt- und ressourcenorientierte Strategieperspektiven ein Bezugsrahmen von Faktoren entwickelt, die zu erklären vermögen, (1) warum Mobilfunk- und Festnetzbetreiber sowie -reseller in Deutschland in den Jahren 1997–2000 kaum MFK-Strategien verfolgten, und (2) in welchem Ausmaß bei einzelnen Anbietern extensivere MFK-Strategien im Zeitraum 2001–2005 zu erwarten sind. Die Analysen deuten darauf hin, daß die beiden größten Mobilfunknetzbetreiber in Deutschland (*T-Mobil*, *D2 Vodafone*) die Mobil-Fest-(Daten-)Dienstekonvergenz in UMTS-Netzen am stärksten forcieren werden.



## Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Untersuchungseinordnung und -ziel</b> .....	1
<b>2.</b>	<b>Bereiche der Mobilfunk- und Festnetzkonvergenz</b> .....	5
2.1.	Dienstkonvergenz .....	5
2.2.	Netzkonvergenz .....	9
2.3.	Kundenschnittstellenkonvergenz.....	11
2.4.	Endgerätekonvergenz .....	13
<b>3.</b>	<b>Bestimmungsgrößen der Mobilfunk-Festnetz-Konvergenzstrategie von Telekommunikationsdiensteanbietern</b> .....	15
3.1.	Bestimmungsfaktoren von Mobilfunk-Festnetz-Konvergenzstrategien aus marktorientierter Perspektive .....	17
3.1.1.	<i>Ex-post-Analyse für den Zeitraum 1997–2000</i> .....	17
3.1.2.	<i>Ex-ante-Analyse für den Zeitraum 2001–2005</i> .....	22
3.2.	Bestimmungsfaktoren von Mobilfunk-Festnetz-Konvergenzstrategien aus ressourcenorientierter Perspektive.....	27
3.2.1.	<i>Ex-post-Analyse für den Zeitraum 1997–2000</i> .....	27
3.2.2.	<i>Ex-ante-Analyse für den Zeitraum 2001–2005</i> .....	30
3.3.	Quantifizierende Gesamtanalyse der Ausprägungen von Bestimmungsfaktoren für Telekommunikationsdiensteanbieter in Deutschland .....	32
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	37



## 1. Untersuchungseinordnung und -ziel

Der Begriff Konvergenz, der ursprünglich primär in der Politikwissenschaft zur Kennzeichnung der Annäherung zuvor unterschiedlicher Gesellschaftsordnungen verwendet wurde,<sup>1</sup> findet sich seit einigen Jahren häufiger auch in betriebswirtschaftlichen Veröffentlichungen. In diesen Arbeiten werden überwiegend auf hohem Abstraktionsniveau betriebswirtschaftliche Konsequenzen eines möglichen Zusammenwachsens der Angebote und Anbieter der Telekommunikations- (TK-), Computer-, Unterhaltungselektronik- und Medienbranchen – getrieben durch die weltweit rasch zunehmende Vernetzung von Unternehmen und privaten Haushalten über das Internet – diskutiert.<sup>2</sup> Die auf Basis struktureller Verflechtungen zuvor wirtschaftlich unabhängig agierender Unternehmen über Akquisitionen, Fusionen oder Gemeinschaftsunternehmen mögliche „Verbindung bzw. Zusammenführung einzelner Wertschöpfungsbereiche aus der Telekommunikations-, der Medien- und der Informationstechnologiebranche“<sup>3</sup> wird dann als *Branchenkonvergenz* bzw. als neu entstehender Meta-Markt für Telekommunikation, Informationsverarbeitung/-technik, Medien und Elektronik oder Entertainment (= TIME-Markt)<sup>4</sup> apostrophiert.

Eine derartige Interpretation von Konvergenz bzw. die darauf basierende Betrachtung von *Inter*-Branchen-Verflechtungen vor allem zwischen TK- und Medienunternehmen ist m.E. in ihrer Leistungsfähigkeit eng begrenzt, weil

1. sie konzeptionell nicht präzise genug ist, um zu vermeiden, daß lange bekannte Themen wie etwa die Gestaltung von branchenübergreifenden Diversifikationsstrategien (z.B. Mehrheitsbeteiligung eines TK-Unternehmens an einem Produ-

---

<sup>1</sup> S. Mahrtdt (1998): 42.

<sup>2</sup> S. exemplarisch für andere Booz•Allen & Hamilton (1997): 50-53; Collis et al. (1997): 159-181; Rockenhäuser (1999): 13-19 u. 63-92; Thielmann (2000): 18-42; Arnold et al. (2001): 122f.; Eberspächer (2001): 1-5; Wirtz (2001): 39-42 u. 499-525; Zerdick et al. (2001): 140-145.

<sup>3</sup> Wirtz (2000): 291. Ähnlich z.B. auch Rockenhäuser (1999): 15; Shaw (2000): 54 u. 63; Zerdick et al. (2001): 140.

<sup>4</sup> S. zur Idee eines TIME-Marktes z.B. Knetsch (1999): 20f.; Thielmann (2000): 18; Willimowski (2000): 11.

zenten von Filmen) versehen mit dem Modebegriff der Konvergenz einer erneuten Analyse unterzogen werden („Alter Wein in neuen Schläuchen“).<sup>5</sup>

2. sie empirisch sich auf ein Phänomen bezieht, dem in der Unternehmenspraxis im Vergleich zu brancheninternen Prozessen des Zusammenwachsens ehemals getrennter Leistungs-Markt-Felder eher nachrangige Bedeutung zukommt.<sup>6</sup>

Notwendig sind deshalb m.E. zusätzliche betriebswirtschaftliche Intra-Branchenanalysen von Konvergenzstrategien von Unternehmen aus jeweils einer TIME-Industrie, in denen eine differenziertere Präzisierung von Konvergenz, von Konvergenztreibern und -barrieren auf der Unternehmens- und nicht nur auf der übergeordneten Branchenebene als Basis für Überlegungen zu Konvergenzstrategien von Anbietern in einer Branche geleistet wird. Mit der vorliegenden Arbeit wird der Versuch unternommen, eine solche Analyse für die Konvergenz von Mobilfunk- und Festnetzen vorzunehmen.

Unter *Festnetzen* sind hier aus Übertragungs- und Vermittlungselementen gebildete TK-Infrastrukturen zu verstehen, die Kunden an einem unveränderlichen Standort die Nutzung von Individual- oder Verteil-TK-Diensten ermöglichen. Dabei kann die Signalübertragung mittels unterschiedlicher (Zugangs-)Techniken bzw. Plattformen (kupferdoppeladerbasierte Telefon- und Datennetze, koaxialkabelbasierte Breitbandnetze, Punkt-zu-Mehrpunkt-Richtfunknetze, stromnetzbasierende TK-Zugänge) erfolgen. Von überragender praktischer Bedeutung sind auf Kupferdoppeladerzugangstechnik basierende Festnetze für Sprachtelefon- und Datendienste (insbesondere Internet-Zugang) für stationäre Nutzer, so daß im folgenden vereinfachend unter Festnetz nur diese Netzart subsumiert wird. *Mobilfunknetze* sind ebenfalls aus Übertragungs- und Vermittlungselementen aufgebaute TK-Infrastrukturen, die sich gegenüber Festnetzen dadurch auszeichnen, daß sie in Bewegung befindlichen Kunden an jedem Standort in einem größeren Gebiet die Nutzung von TK-Diensten unter Einsatz von Funktechnik ermöglichen. Speziell in Deutschland und Europa handelt

---

<sup>5</sup> Dieses Problem wird z.B. von Mahrtdt (1998): 43 übersehen, wo Konvergenz mit „branchenübergreifenden Aktivitäten“ von Unternehmen gleichgesetzt wird.

<sup>6</sup> S. Collis et al. (1997): 197, die in einer Analyse von 508 Allianzen von TIME-Unternehmen zeigen, daß über zwei Drittel der Unternehmensverbindungen *nicht* branchenübergreifend, sondern branchenintern sind.