



Work in Progress

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

ZfTM-Work in Progress Nr. 48:

Industriegütermarketing in der Telekommunikationswirtschaft

Torsten J. Gerpott*

© 2004

* Univ.-Prof. Dr. Torsten J. Gerpott, 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.-Wirtsch.-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

1. Investitionsgütermarketingsensitive Profilierung der Telekommunikationswirtschaft.....	1
1.1. Anbieterstrukturen der Telekommunikationswirtschaft in Deutschland	1
1.2. Angebotsstrukturen auf Telekommunikationsdienstemärkten in Deutschland	7
1.3. Nachfragestrukturen auf Telekommunikationsdienstemärkten in Deutschland	14
2. Kundensegmentspezifisches Industriegütermarketing von TK-Netzbetreibern und –Diensteanbietern.....	17
2.1. Grundsätzliche Überlegungen zur Unterscheidung von Geschäftskundensegmenten.....	17
2.2. Klein- und Mittelstandsunternehmen	20
2.3. Großunternehmen und Schlüsselkunden	26
2.4. Andere TK-Netzbetreiber und -Diensteanbieter	33
Literatur	35

1. Investitionsgütermarketingsensitive Profilierung der Telekommunikationswirtschaft

1.1. Anbieterstrukturen der Telekommunikationswirtschaft in Deutschland

Zur *Telekommunikationswirtschaft* (TKW) zählt man alle Unternehmen, die zum Zweck der Umsatzerzielung solche Produkte oder Leistungen herstellen und/oder vermarkten, welche einen Transport von Zeichen (Sprache/Audio, alphanumerische Texte, Stand- oder Bewegtbilder) zwischen mindestens einem Sender und einem Empfänger (jeweils ein Mensch oder eine technische Einrichtung) unter Rückgriff auf nachrichtentechnische Signalübertragungs- und -vermittlungsverfahren weitgehend unabhängig von der räumlichen Entfernung der Interaktionspartner erlauben, also *Telekommunikation* (TK) möglich machen. Um Kunden TK-Dienste (z.B. Übertragung von Vertriebsdaten zwischen zwei Standorten eines Unternehmens) anbieten zu können, sind zahlreiche vorgelagerte Produktionsschritte zur Erstellung von Teilleistungen erforderlich, die in ihrer Gesamtheit die Wertaktivitätenfolge (= das Wertsystem) der *TK-Wirtschaft i.w.S.* darstellen. *Abb. 1* konkretisiert in einer vereinfachenden makroskopischen Grafik die Wertsystemstufen der TKW und nennt beispielhaft Anbieter, die zur Zeit der Erstellung dieses Aufsatzes auf mindestens einer Aktivitätstufe der TKW in Deutschland am Markt präsent waren. Zur *TK-Wirtschaft i.e.S.* werden typischerweise nur gerechnet:

- *TK-Ausrüster*, die Elemente für TK-Netze und/oder -Endgeräte herstellen.
- *TK-Netz- oder -Systembetreiber*, die Infrastrukturen aus vermittlungs- und übertragungstechnischen Systembausteinen konzipieren und nach deren Aufbau steuern, um selbst TK-Dienste für prinzipiell beliebige Personen oder Unternehmen als Endkunden zu vermarkten und/oder um ihre Infrastrukturen anderen Unternehmen der TKW als Produktionsplattformen für deren TK-Leistungen gewerblich anzubieten.
- *TK-Diensteanbieter*, die als (Groß-)Händler oder Wiederverkäufer (Reseller/Rebillen), ohne selbst die Funktionsherrschaft über TK-Vermittlungs- und Übertragungseinrichtungen zu haben, TK-Dienste von TK-Netzbetreibern einkaufen, um sie dann auf eigene Rechnung und in eigenem Namen an Endkunden weiterzuvermarkten.

Hersteller von Komponenten	Hersteller von Subsystemen	Hersteller von Netzsystemen	Hersteller von Endgeräten	Betreiber von TK-Netzen	Anbieter von TK-Diensten	Anbieter von Anwendungen
<ul style="list-style-type: none"> • Halbleiter • Lichtwellenleiter • Kupferkabel • Gehäuse und Schranksysteme • Elektronische Bauelemente • Elektronische Anzeigen • Batterien • ⋮ 	<ul style="list-style-type: none"> • Elektrische Verstärker • Optische Verstärker • Stromversorgung • Multiplexer • Router • Software-Module • Klimatechnik • Computer • ⋮ 	<ul style="list-style-type: none"> • Vermittlungssysteme (Switches) • Abrechnungssysteme (Billing) • Übertragungssysteme • Netzmanagement-systeme • Mobilfunk-netz-systeme • ⋮ 	<ul style="list-style-type: none"> • Telefone • Faxgeräte • Modems • Anrufbeantworter • xDSL-Splitter • Least-Cost-Router • PC-Karten • Mobiltelefone • Fernseh-/Rundfunk-empfänger • ⋮ 	<ul style="list-style-type: none"> • Vermittelnde leitungsgebundene Sprachtelefon-netze • Vermittelnde Mobilfunk-netze • IP-Netze • Andere Daten-netze • Kabel-Verteil-netze (Fernsehen/ Radio) • ⋮ 	<ul style="list-style-type: none"> • Netznahe Basis-dienste (z.B. Telefonverbindung) • Netznahe Mehrwert-dienste (z.B. Voice Box, Anrufweiterleitung) • Anwendungsnahe Mehrwert-dienste (z.B. Video-on-Demand, Web Hosting, branchenspezifischer Datenaustausch) • ⋮ 	<ul style="list-style-type: none"> • Suchmaschinen • Auskunftssysteme (z.B. Fahrpläne) • Finanzanwendungen (z.B. Wertpapierhandel) • Administrationsanwendungen (z.B. Bewerbermanagement) • Buchungssysteme • Online-Shops/-Märkte • ⋮
<ul style="list-style-type: none"> • Corning • Data Modul • Infineon • Toshiba 	<ul style="list-style-type: none"> • Ciena • Cisco • Juniper • Siemens 	<ul style="list-style-type: none"> • Alcatel • Ericsson • Nortel • Siemens 	<ul style="list-style-type: none"> • Motorola • Nokia • Philips • Samsung 	<ul style="list-style-type: none"> • BT Ignite • Deutsche Telekom • Level3 • Vodafone/Arcor 	<ul style="list-style-type: none"> • Debitel • Deutsche Telekom • Mox • Telecom • Schlund 	<ul style="list-style-type: none"> • Amazon • ebay • Lufthansa • Yahoo!

Telekommunikationswirtschaft im engeren Sinn (i.e.S.)

Telekommunikationswirtschaft im weiteren Sinn (i.w.S.)

☐ Analyseobjekt des vorliegenden Beitrags.

Quelle: In enger Anlehnung an Gerpott (2003a), S. 1090

Abbildung 1:Unternehmensübergreifende Wertaktivitätsfolge von Anbietern der Telekommunikationswirtschaft

Der vorliegende Aufsatz konzentriert sich in erster Näherung auf das Industriegütermarketing bei TK-Netzbetreibern und -Diesteanbietern (s. Abb. 1). Die Einengung lässt sich, neben Platzbeschränkungen in diesem Handbuch, inhaltlich für die Unternehmen, die auf den drei Stufen der Komponenten-, Subsystem- oder Anwendungshersteller der TKW i.w.S. aktiv sind (s. Abb. 1), damit begründen, dass deren Produkte nicht nur im Zusammenhang mit TK-Angeboten, sondern auch in anderen Industrien vermarktet werden und insofern deren Analyse zur Herausarbeitung von