

## **Zusammenfassung**

- 1 **Zielsetzung** der vorliegenden Untersuchung ist die **Analyse der Wettbewerbsstrategien im lokalen Telekommunikationsmarkt**. Es wurden schriftlich Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland befragt, die eine Lizenz der Klasse drei (Betreiben von Übertragungswegen für TK-Dienstleistungen) und vier (Erbringung von Sprachtelefondienst auf der Basis selbst betriebener TK-Netze) besitzen.
- 2 Dabei hat sich gezeigt, dass derzeit und zukünftig für den lokalen Wettbewerb im **Privatkundensegment** vor allem die **Sprachtelephonie** und das Angebot von **Internet-Services** als wichtigste Dienstleistungen angesehen werden. Im **Geschäftskundensegment** ist neben diesen beiden Diensten vor allem die **Bereitstellung von großen Bandbreiten** für die Datenübermittlung von großer Relevanz.
- 3 Hinsichtlich der **Kundenanforderungen** ergab die Untersuchung, dass die **Geschäftskunden** von den Telekommunikationsanbietern als **sehr serviceorientiert**, aber auch als **sehr preisorientiert** eingestuft werden. Das **Privatkundensegment** weist einen **geringeren Servicebedarf** auf; als **wettbewerbsentscheidend** gilt in diesem Segment der **Preis** für Telekommunikationsdienstleistungen.
- 4 Wettbewerber im lokalen Telekommunikationsmarkt nutzen derzeit und zukünftig im **Privatkundensegment** zu einem hohen Anteil die **Infrastruktur der Deutschen Telekom AG**. Im Bereich der **Geschäftskunden** überwiegen die von den neuen Anbietern selbst installierten Übertragungsmedien, wobei hier vor allem das **Glasfaserkabel** eine besondere Stellung einnimmt. Allerdings werden für dieses Segment auch **alternative Übertragungsmedien** genutzt.

- 5 Eine **geographische Ausdehnung** der Geschäftstätigkeit von Telekommunikationsunternehmen wird vor allem auf **regionaler Ebene** stattfinden bzw. auf nationaler Ebene in der Form des Aufbaus eines **Backbone-Netzes**. Das Ziel, ein nationaler Vollsortimenter mit ähnlicher Ausrichtung wie die Deutsche Telekom zu werden, verfolgt kaum ein Unternehmen.
- 6 Hinsichtlich der **angebotenen Dienstleistungen** konzentriert sich der Wettbewerb auf das **Internet**, das Management von **Netzwerken** und das Angebot hoher **Bandbreiten**; zudem ist das Angebot von **Multimedia-Dienstleistungen** wettbewerbsrelevant.

Für weitere Informationen steht Ihnen gerne  
Herr Christian Ringle (MBA) zur Verfügung:

Tel.-Nr.: +49/(0)40 - 42838 - 4682 bzw. - 4652  
Fax.-Nr.: +49/(0)40 - 42838 - 6496  
Email: [cringle@econ.uni-hamburg.de](mailto:cringle@econ.uni-hamburg.de)  
Internet: <http://www.uni-hamburg.de/fb03-ibl/>