

Wien, 10. Februar 2010

Konvergenz: Hoffnungsträger für die Telekombranche?

Eine aktuelle Studie zum europäischen Telekommunikationsmarkt der Top-Managementberatung A.T. Kearney zeigt Handlungsbedarf für die Anbieter. Durch veränderte Rahmenbedingungen brechen bestehende Strukturen auf und zwingen die Telekommunikationsanbieter zu Veränderungen ihrer Geschäftsmodelle. „Die rosigen Zeiten für die Telekombranche sind jetzt vorbei – es wird härter. Unternehmen müssen reagieren, wollen sie nicht ab 2012 in der Verlustzone sein“, urteilt Studienautor Hagen Götz Hastenteufel, von A.T. Kearney.

Der europäische Telekommunikationsmarkt befindet sich im Umbruch: aggressiver Verdrängungswettbewerb führt zu fallenden Preisen und rückläufigen Umsätzen. Die verstärkte Regulierung auf europäischer Ebene hat die Situation für viele Anbieter weiter verschärft: So wurde durch die Senkung der Roaminggebühren im Mobilfunk eine margenträchtige Einnahmequelle trockengelegt. Nun sucht die Branche nach Auswegen – sowohl umsatz- als auch kostenseitig. Hastenteufel: „Wir sehen bei den Anbietern in Europa vielfältige Reaktionen auf die veränderten Rahmenbedingungen. Einerseits sind die Unternehmen ständig auf der Suche nach Innovation und neuen Umsatzquellen, andererseits steht nach wie vor „klassische“ Kostensenkung auf der Tagesordnung. In einigen europäischen Märkten wie z.B. Großbritannien und der Schweiz geht der aktuelle Trend in Richtung Konsolidierung.“

Potenzial auf Nachfrage- und Kostenseite gering

Für Co-Studienautor Robert Kremlicka, Geschäftsführer A.T. Kearney Österreich, steht fest, dass der Verdrängungswettbewerb anhalten wird: „Mehr telefonieren können die Leute kaum noch. Auch wenn das Datentransfervolumen steigt, bleibt es durch den Preiskampf bei einem Null-Summen-Spiel. Die Umsätze pro Gesprächsminute sinken derart schnell, dass sie etwa im Mobilfunk bis 2013 nur mehr die Kosten decken könnten. Die Wirtschaftskrise verschärft diese Situation zusätzlich.“ Weitere Kostensenkungen sind für die europäischen Telekom-Anbieter – durch die erfolgreichen Einsparungsprogramme der letzten Jahre – deutlich schwieriger. „Deshalb sind nun strukturelle Veränderungen der Geschäftsmodelle notwendig“, so Kremlicka.

Der Kampf um die Wachstumsmärkte

Unter den Branchenentwicklungen leiden jene Anbieter am stärksten, die nur im klassischen Telekomgeschäft angesiedelt sind, also Betreiber von reinen Festnetz- oder Mobilfunknetzen. Die Studie zeigt eine deutliche Umsatzverschiebung in Richtung breitbandiger Anwendungen und Online Dienste. „Wir erwarten in diesem Segment durch die hohen Wachstumszahlen eine Steigerung von derzeit 5% auf 22% Umsatzanteil bis 2013“, so Hastenteufel. Gerade in diesem Bereich wächst jedoch die Konkurrenz: Prominente Beispiele sind die „Quereinsteiger“ Google und Apple.

Positive Hebelwirkung durch Konvergenz

Einen starken Hebel orten die Studienautoren im Bereich Konvergenz. Im Kern geht es dabei um die Zusammenführung von Mobilfunk- und Festnetzgeschäft, angefangen bei Vertrieb und Kundenservice über Marketing bis hin zu Netzbetrieb. Hastenteufel: „Daher stellen sich in Europa nahezu alle vormals staatlichen Anbieter konvergent auf und versuchen so Wettbewerbsvorteile zu generieren.“ Realisiert wird dies in konkreten Produkten. Erfolgreiche Konvergenzprodukte bündeln bestehende Telekom-Services mit neuen Diensten wie beispielsweise TV. Der resultierende positive Umsatzeffekt ist auch in den bestehenden Dienstleistungen sichtbar, etwa durch Anstieg der DSL Anschlüsse und Verringerung der Kundenabwanderung aus dem Festnetz. So kaufen etwa knapp 70% der Kunden von Virgin Media mittlerweile derartige Konvergenzprodukte, über 50% der Kunden nutzen bereits monatlich das Video-on Demand-Angebot. Werden solche Produktbündel noch mit entsprechender Hardware kombiniert, wie es im Mobilfunk- und DSL-Bereich seit Jahren praktiziert wird, sind sie besonders erfolgreich. France Telecom konnte hier mit ihrem Konvergenzangebot inklusive der Livebox, den Festnetz-Umsatz und den Umsatz pro Kunde deutlich erhöhen.

Konvergenz entspricht Kundenwünschen

Durch die Zusammenlegung von Mobilfunk und Festnetz bieten sich außerdem Möglichkeiten zur wirkungsvolleren Kundenbindung und erfolgreicherer Neukundengewinnung. „Beispiele belegen, dass konvergente Produkte die Wechselbereitschaft von Kunden um mehr als die Hälfte reduzieren können“, so Hastenteufel. Das Potenzial für Up- und Cross-Selling steigt, was zu einem Wettbewerbsvorteil gegenüber reinen Mobilfunk- und Festnetzanbietern führt. Darüber hinaus orten die Studienautoren spürbaren Mehrwert. „Konvergenz erfüllt die Kundenwünsche nach technisch hochwertiger und einfach nutzbarer Telekommunikation. Die Integration der beiden Technologien bietet weiten Spielraum für Produktinnovation“, so Hastenteufel.

Konsequente Umsetzung ist Schlüssel zum Erfolg

Jedoch ist Konvergenz kein Allheilmittel – so sind sich die Berater von A.T. Kearney einig – und wird nur dann erfolgreich sein, wenn die Umsetzung umfassend und konsequent durchgeführt wird. Halbherzigkeit wird vom Markt bestraft und würde in einem Kostenanstieg münden. „Von faulen Kompromissen raten wir ab. Nur wer es schafft, das Beste aus beiden Welten mitzunehmen, um daraus etwas Neues zu schaffen, wird letztlich erfolgreich sein“, so Kremlicka abschließend.

Über A.T. Kearney

A.T. Kearney ist eines der größten internationalen Top-Management-Beratungsunternehmen. A.T. Kearney bietet seinen Klienten das gesamte Spektrum strategischer und operativer Beratung. Zu unseren Klienten gehören globale Großkonzerne wie nationale Unternehmen aller Wirtschaftszweige, Industrien und Dienstleister des öffentlichen und privaten Sektors. A.T. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet und beschäftigt heute rund 2.500 Mitarbeiter in mehr als 30 Ländern der Welt. Weitere Informationen finden Sie unter www.atkearney.com.

Über A.T. Kearney Österreich

A.T. Kearney ist seit 1998 mit einer eigenen Tochtergesellschaft in Österreich mit rund 40 Mitarbeitern vertreten. Zu den Kunden zählen nationale und internationale Top-Unternehmen aus den Bereichen Maschinen- und Fahrzeugindustrie, Anlagenbau, Telekommunikation, Energiewirtschaft, Financial Services, Transport, Chemie, Papier, Verpackung, Konsumgüter, Handel, Tourismus und öffentliche Verwaltung. Die Partner am Standort Wien sind Dr. Florian Haslauer, Dr. Robert Kremlicka, Dr. Christian Schuh. Weitere Informationen finden Sie unter www.atkearney.at.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Hagen Götz Hastenteufel
A.T. Kearney GmbH
Charlottenstraße 57
D-10117 Berlin
Tel. +49 30 2066-0
hagen.goetz.hastenteufel@atkearney.com

Robert Kremlicka
A.T. Kearney Ges.m.b.H.
Trattnerhof 1
A-1010 Wien
Tel: +43-1-53667-0
robert.kremlicka@atkearney.com