



# Key-Event **Key-Event**

## **Telekommunikation in Österreich**

-

## **Endbericht**

17. - 19. Mai 2001

Semmering

Sonnwendhof

## **Kurzfassung**

Die Preise von Telekomdienstleistungen in Europa sind stark im Fallen begriffen. Besonders in den letzten Jahren waren für den Konsumenten spürbare Preisreduktionen bemerkbar. Doch welche rechtliche und wirtschaftliche Grundlagen dieses neue Preisgefüge hat, versuchte der TCC auf einem Symposium zum Thema „Telekommunikation in Österreich“ zu ergründen. Zu diesem Thema wurden Vortragende aus Politik und Wirtschaft eingeladen um die Problematik mit den Studierenden genauer unter die Lupe zu nehmen.

Dieser Bericht umfaßt die Positionen und Analysen aller Vortragenden sowie der Mitglieder des TCC'99.

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. EINLEITUNG</b>	<b>1</b>
<b>2. DAS TCC ´99 KEY-EVENT</b>	<b>2</b>
2.1. Gesamtprogramm des Key-Events	2
2.2. Ablauf des Key-Events	3
<b>3. FINANZIERUNG</b>	<b>5</b>
3.1. Forschungsförderung in Österreich	5
3.1.1. Allgemeines	5
3.1.2. Institutionen	5
3.1.3. Dotierung der Fonds 2001	5
3.2. Disziplinäre Aufschlüsselung der Vergabe der FWF Mittel	6
3.2.1. Programm der Regierung	6
3.2.2. Problem der gerechten Vergabe der Fördermittel	6
3.3. Eigenkapitalfinanzierung mit Risikokapital	7
3.3.1. Venture Capital versus Kreditfinanzierung	7
3.3.2. Welche Unternehmen eignen sich für Venture Capital Finanzierung?	7
3.3.3. Die Phasen von Venture Capital Finanzierung	8
3.3.4. Risiken und Renditechancen in den einzelnen Finanzierungsphasen	9
3.3.5. Venture Capital in Österreich	10
<b>4. POSITION UND PROBLEME DER TELEKOM AUSTRIA</b>	<b>12</b>
4.1. Einleitung	12
4.2. Börsegang	14
4.3. Bilanz und Kennzahlen	15
4.4. Reorganisation	18
4.5. Weitere Strategie	19
<b>5. DIE REGULIERUNGSBEHÖRDE UND IHRE KUNDEN</b>	<b>22</b>
5.1. Regulation im Überblick	22
5.1.1. Die Regulation von Telekomdienstleistungen in Österreich	22
5.1.2. Die Regulation von Medien	23
5.2. Der Regulator	24
5.3. Der regulierte Telekommunikationsmarkt	26
5.4. ATV und ORF	28
5.4.1. Österreich im internationalen Vergleich	28
5.4.2. Position und Pläne von ATV	29
5.4.3. ATV & ORF	31

<b>6. NEUE MEDIEN: TECHNOLOGIEN UND BENUTZER</b>	<b>34</b>
--------------------------------------------------	-----------

<b>SCHLUßWORT</b>	<b>36</b>
-------------------	-----------

## 1. Einleitung

Im Juni 1999 wurde gemeinsam von Alcatel Austria und O. Univ. Prof. Dr. Harmen van As der Telecommunication Cercle '99 (TCC '99), zur Förderung von überdurchschnittlichen Studenten des zweiten Abschnittes, ins Leben gerufen. Das Ziel dieser Einrichtung war, neben der Netzworbildung, die Interessen in allen Bereichen der Telekommunikation zu fördern und einen intensiveren Kontakt zu Telekommunikations-Unternehmen zu bekommen.

Nach knapp zwei erfolgreichen Jahren wurde vom TCC '99 beschlossen, die bisherigen Erfahrungen in ein dreitägiges Keyevent zum Thema „Telekommunikation in Österreich“ münden zu lassen. Zu diesem dreitägigen Seminar wurden fünf namhafte Persönlichkeiten eingeladen um gemeinsam mit uns über die Gegenwart und Zukunft der Telekommunikation in Österreich zu diskutieren. Ziel dieses Events war es, einen besseren Einblick in die aktuellen Probleme und Entwicklungsgebiete der Telekommunikation zu bekommen. Zusätzlich sollten auch Themen wie die Finanzierung von Forschungsprojekten und die Fördergeldbeschaffung aber auch gesellschaftliche relevante Gebiete wie die Vorteile und Gefahren der neuen Medien diskutiert werden.

## 2. Das TCC '99 Key-Event

Das Key-Event des Telecommunication Cercle '99 zum Thema „Telekommunikation in Österreich“ wurde an drei Tagen im Seminarhotel „Sonnwendhof“ am Semmering veranstaltet. Eingeladen wurden fünf Persönlichkeiten mit Bezug zur Telekommunikationsbranche in Österreich, um mit uns über verschiedene Teilaspekte der Telekommunikation zu diskutieren. Die zentralen Themen dieses Seminars waren:

- Forschungs- und Technologieförderung
- Alternative Finanzierungsformen
- Telekom Austria - Ex-Monopolist in Österreich
- Telekom- und Rundfunkregulierung
- Neue Medien

Diese Teilaspekte dienten als Grundlage für die Diskussion mit den eingeladenen Vortragenden. Die Diskussionen fanden jeweils an einem Vormittag oder Nachmittag exklusiv mit einem Gast statt. Diskussionen mit mehreren Vortragenden waren nicht geplant, Ziel war vielmehr in einer angenehmen Umgebung über das jeweilige Thema zu diskutieren und dabei auch einen Einblick in die Sichtweise des Vortragsgastes zu bekommen.

### 2.1. Gesamtprogramm des Key-Events

#### Donnerstag 17. 5. 2001

---

- |               |                                                                                                                          |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9:00          | <b>Eröffnung</b>                                                                                                         |
| 9:30 – 12:30  | <b>Session 1</b><br><b>Technologepolitik in Österreich</b><br>Mag. Werner Kogler, Die Grünen<br>Moderator: Roman Morawek |
| 13:00 – 14:00 | <b>Mittagessen</b>                                                                                                       |
| 14:00 – 14:30 | Nachbearbeitung der Session 1                                                                                            |
| 15:00 – 18:00 | <b>Session 2</b><br><b>Regulierung in Österreich</b><br>Dr. H. Otruba, Telekom-Control<br>Moderator: Martin Daublebsky   |
| 18:30 – 19:00 | Nachbearbeitung der Session 2                                                                                            |
| 19:00         | Abendessen                                                                                                               |

#### Freitag 18. 5. 2001

---

- |              |                  |
|--------------|------------------|
| 8:30         | <b>Frühstück</b> |
| 9:30 – 12:30 | <b>Session 3</b> |

### **Bilanz und Strategie der TA**

Mag. H. Cottogni, Telekom Austria

Moderator: Robert Fuchs

13:00 – 14:00 **Mittagessen**

14:00 – 14:30 Nachbearbeitung der Session 3

15:00 – 18:00 **Session 4**

### **Neue Medien und Privat-TV in Österreich**

Tillmann Fuchs, ATV

Moderator: Florian Wegscheider

18:30 – 19:00 Nachbearbeitung der Session 4

19:00 Abendessen

## **Samstag 19. 5. 2001**

---

9:00 **Frühstück**

10:00 – 13:00 **Session 5**

### **Venture Capital und Unternehmensgründung**

Dr. Josef Taus, MTH

Moderator: Georg Karner

13:00 – 14:00 **Mittagessen**

14:00 – 14:30 Nachbearbeitung der Session 5

14:30 – 16:30 Zusammenfassung des Abschlußberichts

17:00 **Abendessen** – Ausklang

18:30 Abfahrt nach Wien

## **2.2. Ablauf des Key-Events**

Obwohl uns alle eingeladenen Vortragenden zugesagt hatten zu kommen, mußten wir leider kurzfristige Absagen von Dr. Otruba und von Dr. Taus entgegennehmen. Wir konnten jedoch sowohl von der Telekom-Control als auch von MTH einen Ersatzvortragenden einladen. Dr. Otruba wurde von Roland Belfin und Stefan Bernhardt, beide Mitarbeiter der Telekom-Control und Dr. Taus von Hrn. Krejci von der IPO, einer Tochtergesellschaft der MTH vertreten.

Der vorgegebene Zeitplan konnte im wesentlichen eingehalten werden, es hat sich jedoch gezeigt, daß die Diskussionszeiten relativ knapp bemessen waren. Deshalb wurden die Nachbereitungsphasen nach jeder Diskussion auf Samstag Nachmittag verschoben.

Wegen des relativ intensiven Tagesprogramms sollten die Abende nur der Auflockerung gewidmet werden. Donnerstag abends stand deshalb ein Lagerfeuer – Hüttenabend mit anschließender Fackelwanderung am Programm. Leider mußten wir aufgrund des

anfänglichen Regens das Lagerfeuer absagen und verbrachten stattdessen den Abend in der Hütte, die Fackelwanderung konnten wir dennoch veranstalten.

Freitagabend war ursprünglich als Lokalabend gedacht, wir einigten uns allerdings dann darauf, zumindest einen Teil der Nachbereitung noch nach dem Abendessen zu erledigen, da sonst am Samstagnachmittag zu viel zu tun wäre. Somit blieb nur mehr wenig Zeit für den Lokalabend.

Nach der letzten Session am Samstag begannen wir schließlich die Diskussionen und unsere Mitschriften aufzuarbeiten und daraus ein fertiges Dokument zu machen. Mit einer Rohfassung dieses Textes brachen wir dann vom Semmering auf, um den Abend noch in Wien bei einem gemeinsamen Abendessen zu beschließen.



### 3. Finanzierung

#### 3.1. Forschungsförderung in Österreich

##### 3.1.1. Allgemeines

Die reine Marktwirtschaft führt in vielen Bereichen zu gesamtwirtschaftlich suboptimalen Ergebnissen. In diesen Fällen entsteht Handlungsbedarf für die Politik. Sie muß eingreifen um das volkswirtschaftliche Optimum sicherzustellen.

Es gibt zwei grundsätzliche Instrumente zur Verfolgung forschungspolitischer Ziele:

1. Verbote bzw. Gebote
2. Subventionen

##### 3.1.2. Institutionen

**FFF** (Forschungsförderungsfond, für die gewerbliche Wirtschaft)

Der FFF fördert angewandte Forschung für Unternehmungen.

**FWF** (Fond für wissenschaftliche Forschung):

Die Aufgabe des FWF ist vor allem die Förderung der Grundlagenforschung. Aus seinem Budget fließen 90 % in den universitären Bereich und 10 % in internationale Kooperationen. Privatwirtschaftliche Firmen haben kaum Anreiz an diesem Fond zu partizipieren, da die Ergebnisse veröffentlicht werden.

Neu ist der **Rat für Forschung und Technologieentwicklung**, der im Sommer 2000 implementiert wurde. Die Aufgaben des Rates erstrecken sich auf die Beratung, das Erstellen von Empfehlungen und das Monitoring, das vor allem für Regierung und Ministerien durchgeführt wird. Der Rat soll außerdem Konzepte zur Strategieentwicklung vorlegen, was allerdings zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht geschehen ist. Bisher waren dafür die Bundesministerien verantwortlich.

Der Rat setzt sich aus acht Mitgliedern zusammen wobei vier dieser Mitglieder Universitäts-Professoren sind und vier Vertreter aus der Industrie.

Problematisch ist jene Tatsache, daß die Vertreter der Privatwirtschaft im Rat vor allem von großen Unternehmen gestellt werden und deren Interessen vertreten.

##### 3.1.3. Dotierung der Fonds 2001

**FFF:** 1,68 Mrd. ATS davon

500 Mio. ATS Budgetmittel

820 Mio. ATS durch Rückflüsse – innerbudgetär verschoben

360 Mio. ATS von der Nationalbank „Jubiläumsfond der NB“

Im Jahre 2001 wurden 1.200 Projekte im FFF beantragt.

**FWF:** 1,165 Mrd. ATS davon  
710 Mio. ATS Budgetmittel  
450 Mio. ATS von der Nationalbank

### **3.2. Disziplinäre Aufschlüsselung der Vergabe der FWF Mittel**

55 % Naturwissenschaften  
21 % Medizin  
14 % Geisteswissenschaften  
5 % Sozialwissenschaften  
4 % Ingenieurwissenschaften  
1 % Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Veterinärmedizin

#### **3.2.1. Programm der Regierung**

Das Programm der Bundesregierung sieht vor, daß die Forschungsausgaben bis zum Jahr 2005 auf 2,5 % (derzeit 1,8 %) des BIP steigen sollen. Um dieses Ziel zu erreichen wären 14 Mrd. ATS an zusätzlicher jährlicher Mittel bis zum Jahre 2005 (kumuliert 70 Mrd. ATS) nötig. Von der Bundesregierung wurden jährlich 7 Mrd. ATS budgetär zur Verfügung gestellt. Das Wifo rechnet damit, daß diese Steigerung der Förderungen privatwirtschaftliche Zusatzinvestitionen in der Höhe von 4 Mrd. Schilling induziert. Damit erscheint es allerdings unrealistisch, daß die notwendigen 14 Mrd. erreicht werden.

Die EU hat das Ziel, im gleichen Zeitraum einen Forschungsanteil von 3 % des BIP zu erreichen.

#### **3.2.2. Problem der gerechten Vergabe der Fördermittel**

Viele kleine und mittlere Unternehmen forschen zu wenig oder gar nicht. Dazu kommt, daß von den 30 % der Anträge, die vom FFF zurückgewiesen werden, ein hoher Teil Kleinprojekten sind. Das mag daran liegen, daß es weniger Aufwand für die vergebenden Organe ist, mit dem gleichen Geld wenige große Unternehmen zu fördern als viele kleine. Ein anderer Grund könnte jener sein, daß kleine Betriebe über keine entsprechenden Netzwerke verfügen, die den persönlichen Kontakt zu den vergebenden Organen pflegen und diese daher schwerer zu entsprechenden Mittel kommen.

Oft gibt es auch Auflagen, die erschweren, daß Kleinbetriebe Forschungsgelder beziehen können. Manche Förderungen sind beispielsweise an die Unternehmensform AG gebunden, andere Förderungen sind mit einem Bankkredit verknüpft. Wenn sich ein Unternehmen nicht verschulden will, hat es keine Möglichkeit an solche Fördermittel zu gelangen.

Dies ist jedoch arbeitsplatzpolitisch problematisch, da viele kleine Projekte mehr Arbeitsplätze schaffen als wenig große mit dem gleichen Budget.

Bei FFF und FWF sitzen hauptsächlich wissenschaftliche Mitglieder. Trotzdem treten oft Beschwerden auf, daß die Vergabe durch parteipolitische Motive beeinflußt wird.

Es ist zu befürchten, daß ein großer Teil von unkorrekter Vorgehensweise im Verborgenen bleibt. Vieles ist bekannt, wird jedoch aufgrund der fehlenden Beweisbarkeit nicht an die Öffentlichkeit gebracht bzw. nicht weiter verfolgt.

### **3.3. Eigenkapitalfinanzierung mit Risikokapital**

Samstagvormittag stand ein Vortrag von Wolfgang Krejci am Programm. Er ist Investmentmanager beim österreichischen Venture Capital Unternehmen IPO. Er gilt als Kenner der österreichischen Risikokapitalzene, vor seinem Engagement bei der Ende vorigen Jahres gegründeten IPO betreute er beim Venture Capitalist Global Equity Partners rund 20 Beteiligungsunternehmen, von denen er zwei an die Börse brachte.

#### **3.3.1. Venture Capital versus Kreditfinanzierung**

Venture Capital gilt als Eigenkapital, da sich der Venture Capitalist an dem Unternehmen beteiligt (mindestens 12 Monate lang). Der Venture Capitalist beabsichtigt aber üblicherweise nicht, die Anteile am Unternehmen zu behalten. Nach drei bis sieben Jahren erfolgt im Normalfall der sogenannte „Exit“ (Veräußerung der Anteile des Venture Capitalist). Dieser Exit kann mit einer Platzierung der Unternehmensanteile an der Börse (IPO) oder durch Veräußerung der Unternehmensanteile an private Investoren (z. B. andere Miteigentümer, Management Buy Out etc.) erfolgen.

Das mit Risikokapital finanzierte Unternehmen profitiert auch von der Betreuung durch institutionelle Investoren. Venture Capital Gesellschaften beschäftigen sich sehr genau mit der Branche und dem Unternehmen. Neben dem Geld gibt es für ein mit Venture Capital finanziertes Unternehmen also auch noch viele weitere Vorteile wie beispielsweise ein Netzwerk für den Vertrieb oder technischen oder kaufmännischen Support. Allerdings kann diese Unterstützung auch kontraproduktiv auswirken, da die dazu nötigen Berichte eine beachtliche Belastung für ein kleines Unternehmen darstellen.

Aus Angst die Kontrolle über ihr Unternehmen zu verlieren, scheuen sich viele Unternehmer Anteile davon an Investoren abgeben und Venture Capitalists ins Boot zu holen. Krejci versucht dieses Argument mit folgender Aussage zu entkräften: „Es ist besser, 60 Prozent von einem finanzkräftigen Unternehmen, das eine Chance am Markt hat, zu haben, als 100 Prozent von nichts.“

#### **3.3.2. Welche Unternehmen eignen sich für Venture Capital Finanzierung?**

Das Venture Capital Unternehmen will mit der Beteiligung an einem Unternehmen mit Kapitalbedarf Geld machen. Die Faktoren, die ein Unternehmen für ein Venture Capital Unternehmen interessant machen, sind neben einem plausiblen Unternehmenskonzept auch eine gesunde finanzielle Situation. (Ein übersichtliches Controlling ist zum Beispiel selbstverständlich.)

Ausschlaggebend für die Investment-Entscheidung sind aber zumeist auch subjektive Faktoren, zu denen der persönliche Eindruck, den der Geschäftsführer macht oder das Betriebsklima zählen. Der Venture Capitalist versucht einzuschätzen, ob das Unternehmen Potential hat. Er versucht herauszufinden, wie mit Schwachstellen des Unternehmens

umgegangen wird oder z. B. ob die Sekretärin kompetent und zufrieden wirkt. Wichtig sind vor allem das Potential der Mitarbeiter sowie vorhandene Kundenkontakte. Von besonderer Bedeutung sind Branchenkenntnis des Unternehmensgründers sowie seine persönliche Risikobereitschaft.

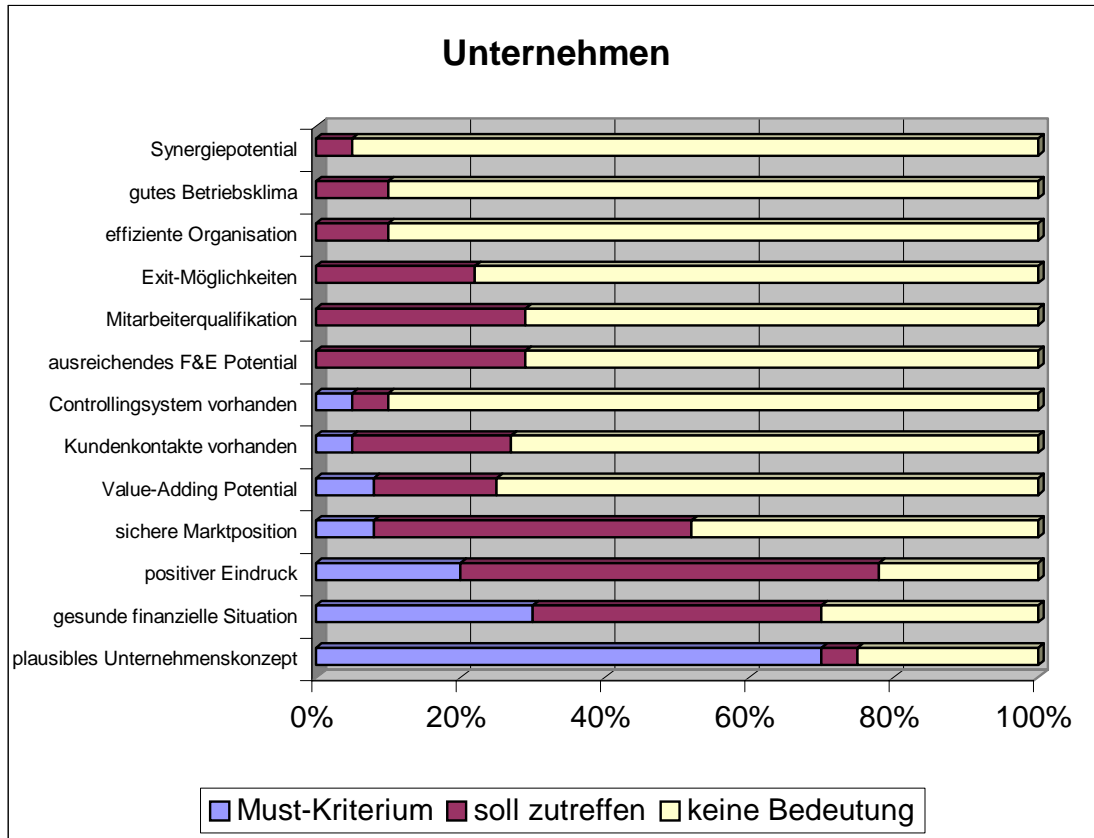


Abbildung 3-1 – Analyse Kriterien für Risikokapitalgeber (© IPO)

### 3.3.3. Die Phasen von Venture Capital Finanzierung

Die Bezeichnung der Finanzierung richtet sich nach dem Unternehmensstadium zum Zeitpunkt des Eintritts Risikokapitalgebers. Man unterscheidet:

- **Seed-Finanzierung:** In dieser Phase muß nicht einmal noch die Idee zu Papier gebracht sein, die unternehmerische Tätigkeit wurde noch nicht aufgenommen.
- **Start-Up:** Das Unternehmen beginnt gerade damit, die ersten Produkte zu verkaufen und neue Produkte sind bereits in der Entwicklungsphase. Die Unternehmensstrukturen sind schon entwickelt.
- **Expansion:** Die Unternehmensstrukturen sind fertig, das Unternehmen braucht Kapital um seine Geschäftstätigkeit auszuweiten.
- **Pre-IPO:** 3-4 Monate vor Börseingang. – Hier wird viel Kapital benötigt, da hohe Aufwendungen für Wirtschaftsprüfer und Anwalt finanziert werden müssen.



Abbildung 3-2 – Phasen eines Unternehmens (© IPO)

### 3.3.4. Risiken und Renditechancen in den einzelnen Finanzierungsphasen

Je früher der Venture Capitalist in ein Unternehmen einsteigt, desto höher ist für ihn das Risiko eines Verlustes des eingesetzten Kapitals. So enden etwa fast 60 Prozent der Unternehmen, in denen Risikokapitalgeber in der Seed Finance-Phase eingestiegen, im Konkurs und das eingesetzte Kapital geht damit verloren (siehe Grafik). Je später der Venture Capitalist in das Unternehmen einsteigt, desto geringer wird dieses Risiko.

Andererseits bieten sich für den Venture Capitalisten gerade bei einer Investition in ein Unternehmen in der Anfangsphase enorme Gewinnchancen. Da der Unternehmenswert – wenn das Konzept aufgeht – vor allem in den Anfangsjahren stark steigt, sind für die Risikokapitalgeber damit in wenigen Jahren sehr hohe Margen (bis zu 1000 Prozent) zu erwirtschaften.

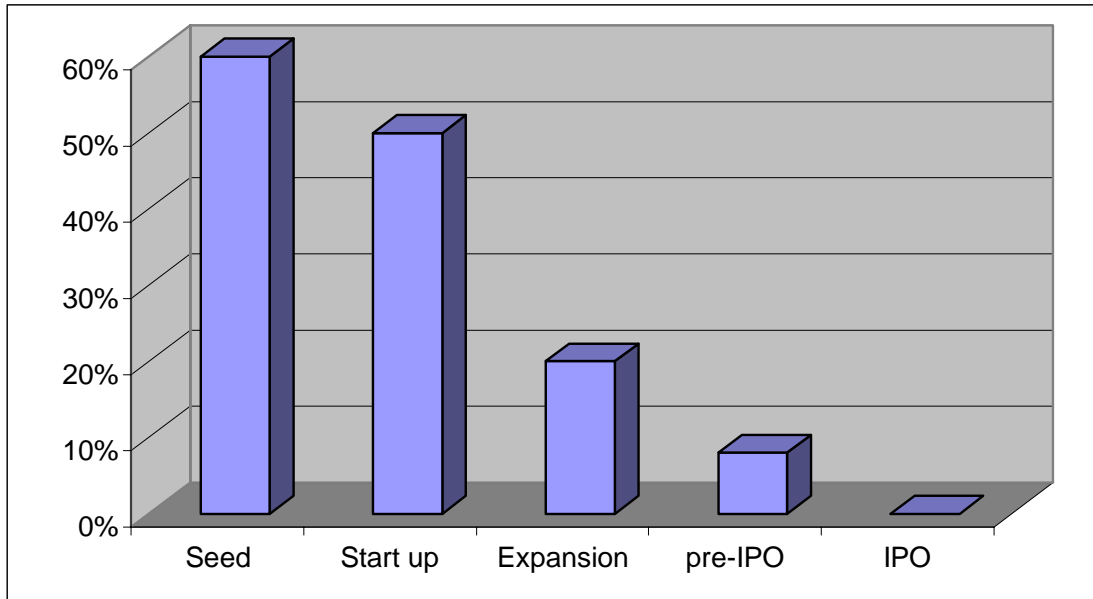


Abbildung 3-3 – Risiken einer Venture Capital Finanzierung nach Phasen (© IPO)

### 3.3.5. Venture Capital in Österreich

Die österreichische Venture Capital Szene ist jung und dynamisch. Rund 10 Milliarden Schilling Venture Capital stehen in Österreich zur Verfügung, das sind rund 0,4 Prozent des BIP, damit ist Österreich absolutes Schlußlicht in Westeuropa. Zum Vergleich: In den USA werden jährlich ca. 100 Milliarden Dollar Risikokapital investiert, die risikokapitalfinanzierten Unternehmen erwirtschaften einen Umsatz von 730 Milliarden Dollar und schaffen 4,2 Millionen Arbeitsplätze.

Das Problem ist die in der österreichischen Wirtschaft weit verbreitete Scheu, Unternehmensanteile abzugeben (Machtverlust). Nach dem Motto: „Das hat mein Vater immer schon so gemacht“, greifen die meisten Unternehmer bei Finanzierungsproblemen immer noch auf Fremdkapital zurück. In Österreich gibt es laut Herrn Krejci immer noch mangelndes Verständnis für fließendes Eigenkapital. Venture Capitalists stehen oft immer noch in schiefem Licht und haben mit einem schlechten Image („Betrüger, die sich mein Unternehmen unter den Nagel reißen wollen“) zu kämpfen. In letzter Zeit ist aber teilweise ein leichter Stimmungsumschwung zu erkennen. Trotzdem ist noch massive Öffentlichkeitsarbeit nötig, damit auch die große Masse der Unternehmen in Österreich die Option Risikokapital als Alternative erkennt.

#### Konzernstruktur MTH und IPO und A.P.E.F.

Die MTH (Management Trust Holding) ist Initiator der beiden Venture Capital Gruppen A.P.E.F. (Austrian Privat Equity Fund) und IPO (Investment, Participations, Operational Support). Ziel der Venture Capital Unternehmen ist es, für die Anleger eine Jahresrendite von 20 bis 30 Prozent zu erzielen. Das Geld selbst wird in einer eigenen AG verwaltet. Für 80 Prozent dieses Pools garantiert die Republik Österreich durch die

Finanzierungsgarantiesgesellschaft (FGG GmbH). Diese Garantien helfen, Geld zu finden, da dadurch das Risiko für die Investoren minimiert wird.

Dafür entscheidet die FGG aber mit, welche Unternehmen finanziert werden, was den Finanzierungsvorgang zumeist verzögert. Gerade im Venture Capital Bereich ist es aber wichtig, daß das Geld schnell fließt, meint Herr Krejci: „Eine Finanzierung muß in zwei Monaten laufen.“ Da die FGG eine Tochter des Finanzministeriums ist, ist auch nicht auszuschließen, daß die Entscheidungen politisch beeinflußt werden.

## **4. Position und Probleme der Telekom Austria**

Dieses Kapitel beschreibt Managementstrategien in der Telekom Austria an Hand von Bilanzkennzahlen, mit speziellem Bezug auf den Börsengang und die Reorganisation der Telekom Austria.

### **4.1. Einleitung**

Die Telekom Austria Gruppe ist mit einem Konzernumsatz von 3,9 Mrd. Euro und 18.560 Mitarbeitern die größte Telekommunikationsgruppe Österreichs. Seit dem Börsengang am 21. November 2000 ist Telekom Austria mit einer Marktkapitalisierung von rund 3 Mrd. Euro (31. Dezember 2000) eine der am stärksten gewichteten Aktien an der Wiener Börse und zugleich das erste österreichische Unternehmen mit einem Listing an der New Yorker Börse (NYSE).

Die Geschäftstätigkeit gliedert sich in vier strategische Geschäftsfelder, in denen Telekom Austria jeweils führender Anbieter in Österreich ist:

- Festnetz
- Mobilkommunikation
- Datenkommunikation
- Internet

In Liechtenstein, Kroatien, Slowenien und Tschechien ist Telekom Austria im Internetgeschäft bzw. in der Mobilkommunikation tätig.

Abbildung 4-1 zeigt die Konzernstruktur der Telekom Austria.



## Konzernstruktur-Beteiligungen

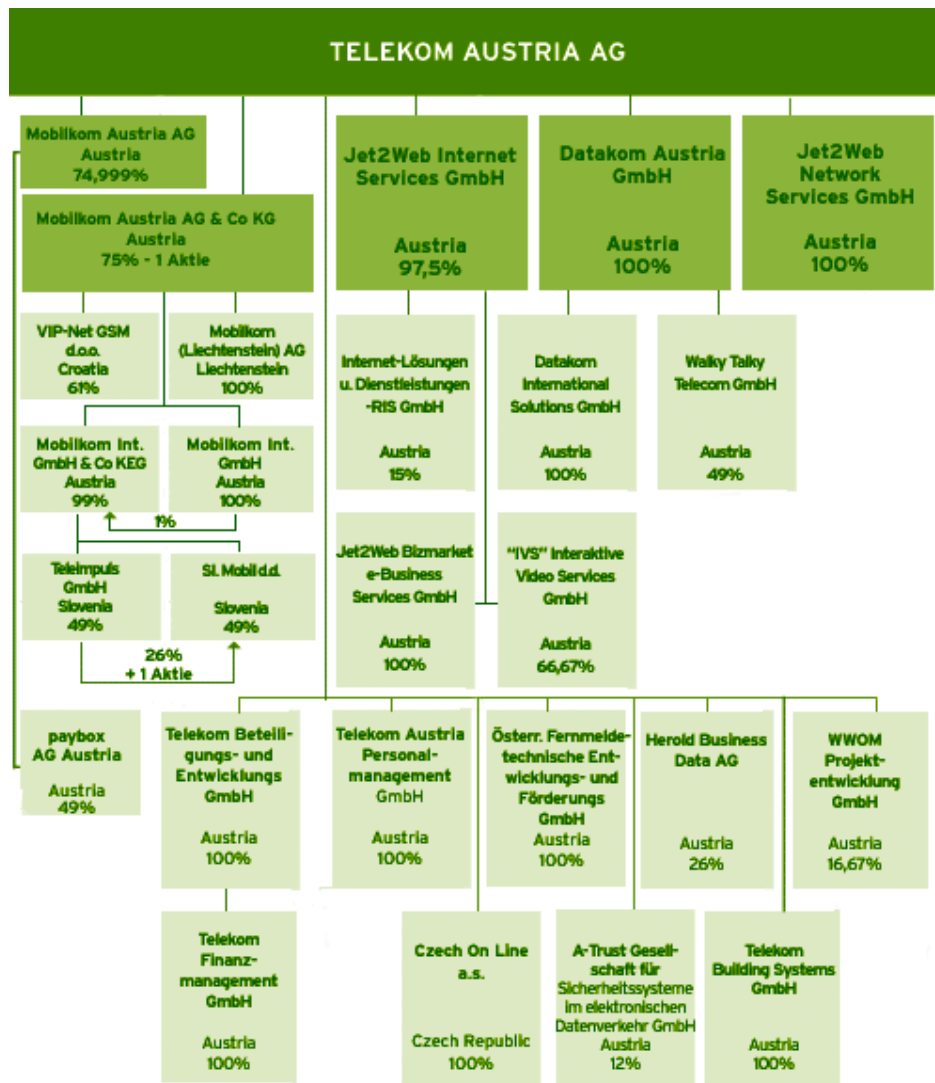


Abbildung 4-1 – Konzernstruktur der Telekom Austria

## Geschäftsfelder – 2001 überall Marktführer

Bereich	Anschlüsse bzw. Kunden	Marktanteil
Festnetz:	3,3 Mio. Anschlüsse (2,9 Mio PSTN, 0,4 ISDN/ADSL)	63%
Mobil:	3,3 Mio. Kunden, 45% Marktanteil	45%
Daten:	10.500 Kunden	55% (80% Top 500 Untern.)
Internet:	293.400 Kunden (mehr Privat-, als Geschäftskunden)	28%

In Österreich ist die Internet-Service-Provider-Dichte mit 25 ISP/Einwohner sehr hoch, wodurch ein reger Wettbewerb herrscht.

### Geschäftsaufträge:

Bereich	
Festnetz, wholesale	Entwicklung und Vermarktung von regulierten und unregulierten Festnetz Wholesale Produkten in Österreich an externe Wholesale Kunden und gruppeninterne Kunden
Festnetz, retail	Vermarktung von TK-Diensten und Endgeräten an Endkunden in AT durch Produktverantwortung für festnetzbasierte Sprachdiensten produktübergreifendes Kundensegmentmanagement und Vertriebskanalmanagement
Mobil	Entwicklung, Herstellung von Mobilfunk-Diensten
Daten, Internet	Entwicklung und Vermarktung von Internet-Diensten als Standard und Massengeschäft.

### 4.2. Börsegang

Der IPO stellt einen Wendepunkt für die TA dar und schafft die Basis für eine kulturelle Transformation vom Ex-Monopolisten hin zu einer modernen AG. Die Schaffung von "shareholder-value" ist erklärtes Ziel, das durch Restrukturierung, Kostenreduktion und Profitabilitätssteigerungen erreicht werden soll. Die Kunden- und Marktorientierung soll durch eine klare Wachstumsstrategie in den Bereichen Daten, Mobil und Internet verbessert werden.

Im Herbst 1999 wurde die Investmentbank Merrill Lynch durch Vertreter aller betroffener Parteien (ÖIAG, TI, TA) bestellt, um das IPO vorzubereiten. Im Zuge der Vorbereitung wurde der Vorstand im Mai 2000 neu besetzt und die Dachmarke "Jet2Web" geschaffen. Die Investmentbank forderte vom Management klare Maßnahmen, um die TA zu einer "Media Communications Company" zu wandeln. Dazu gibt es nun eine klare Disaggregationsstrategie.

Für die Telekom-Branche gibt es ca. 250 große Investoren. Im Zuge einer Road-Show wurde die TA mehr als 220 Investoren in 15 Ländern vorgestellt.

Am 21.11.2000 wurden an der Wiener und der New Yorker Börse 120.000.000 Aktien unter dem Kürzel TKA emittiert.



Abbildung 4-2 – Kursverlauf in Euro seit dem IPO an der Wiener Börse

Bei der Emission gab es keine sonst übliche Kapitalerhöhung, da genug Eigenkapital vorhanden ist.

Der Umsatz an Aktien an der New Yorker Börse ist gering, da viele dort emittierte Aktien wieder nach Europa verkauft wurden. An der Wiener Börse werden ca. 10.000 Aktien pro Tag gehandelt.

#### Aktionärsstruktur:

Anteil	Aktien	Aktionär
22,4%	112.000.000	Streubesitz
29,8%	148.917.065	Telecom Italia
47,8%	239.082.935	ÖIAG

#### Länderstruktur:

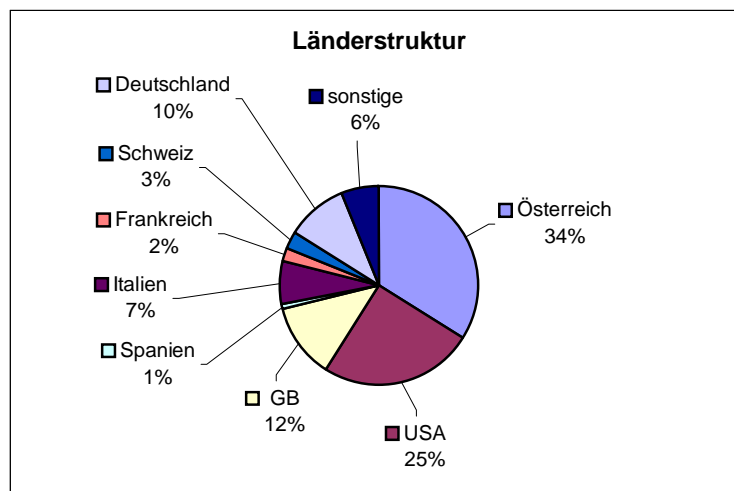


Abbildung 4-3 – Länderstruktur der TA

### 4.3. Bilanz und Kennzahlen

Auf Grund der Anteile der Telekom Italia am Telekom Austria Konzern bzw. der Telekom Italia Mobile and der Mobilkom und dem daraus resultierenden großen Einfluss der Telekom

Italia auf die Mobilkom, werden Mobilkom und Telekom getrennt bilanziert. Die Mobilkom ist daher keine 100% Tochter der Telekom Austria.

Die Telekom Austria notiert nicht nur an der Wiener sondern auch an der New Yorker Börse und muß daher nach US-GAAP bilanzieren.

**Konzernfinanzdaten 2000 in Mio. Euro:**

	2000	1999	% Änderung
Umsatzerlöse 1)	3.905,3	3.775,9	3,4
EBITDA 1)	1.016,5	1.477,9	-31,2
EBITDA, exkl. Restrukturierungskosten 1)	1.274,9	1.563,4	-18,5
Betriebsergebnis 1)	-31,5	493,7	n.m.
Betriebsergebnis, exkl. Restrukturierungskosten 1)	226,9	579,2	-60,8
Jahresüberschuß / -fehlbetrag der TA 2)	-285,6	200,2	n.m.

1) Vollkonsolidierung

2) Konsolidierung auf Basis Equity

EBITDA: Betriebsergebnis + Abschreibungen +/- sonstiger Aufwand/Ertrag, netto.

Die Rücklagenbildung für Restrukturierungsmaßnahmen (Personalabbau) und der Umsatzrückgang im Festnetztelefoniebereich resultierten in einem Jahresfehlbetrag von 285,6 Mio. Euro

Im Jahr 1998 und 1999 wurden noch Gewinne erzielt.

**Auszug aus der Konzernbilanz in Mio. Euro:**

Aktiva		Passiva	
Umlaufvermögen	991,2	Kurzfristige Verbindlichkeiten gesamt	1.872,7
Anlagevermögen	6.424,6	Langfristige Verbindlichkeiten	2.353,9
Bilanzsumme	8.135,922	Bilanzsumme	8.135,922
		Nettofinanzverbindlichkeiten	3.300

Nettofinanzverbindlichkeiten: lang- + kurzfristige Finanzverbindlichkeiten abzüglich liquide Mittel + kurzfristiger Finanzanlagen (2.353,858 + 945,992 - 17,715 + 5,962). (Der Unterschied ergibt sich durch die 2. UMTS-Teilzahlung, den Libro-Kauf und Kredite an die Mobilkom.)

Der Kauf von Lion.cc und Yline Kunden wurde über Kredit finanziert. Dennoch war der Kauf billiger als die Kosten, welche für die Akquisition deren Kunden durch Marketing notwendig gewesen wären.

Von 1999 bis 2004 werden ca. 400 Mio. Euro für Restrukturierungsmaßnahmen geplant, wobei sich die beiden größten Teile in den Jahren 2000 (258,4 Mio. Euro) und 2001 (ca. 100 Mio. Euro) in der Bilanz abbilden werden.

Die Märkte haben bereits die Restrukturierungsmaßnahmen von 100 Mio. Euro für 2001 angenommen, wodurch eine Reaktion darauf schon vorweg genommen wurde.

**Cash Flows in Mio. Euro:**

	2000	1999
Cash from operations	748,9	1100,7
Change in Working Capital	+258,8	+111
Cash generated from operations/ Cashflow aus der Geschäftstätigkeit	1007,7	1211,7
Cash used in investing activities/ Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-893,7	-596,2
of which Capex/ Zugänge zu Sachanlagen und immateriellen Vermögensgegenst.	-601,5	-697,2

Capex: Investitionen in Anlagevermögen

**Kennzahlen:**

Angaben in %	2000	1999
Umsatzwachstum	3,4%	9,8%
EBITDA Marge	26%	39,6%
Net Marge	-7,3%	6,3%
Gearing	127%	93%
Debt/EBITDA	3,5	2,1
Interest coverage	5,5	7,6

Alle Margen auf den Umsatz bezogen.

Gearing: Nettoverschuldung (Bankkredite und Anleihen) / Eigenkapital

Interest coverage: wie oft erwirtschaftet man pro Jahr seine Zinsverpflichtungen

Ein Gearing von 127% ist ein relativ niedriger Wert im Vergleich zu anderen Unternehmen am Markt, wie z. B.: 200% der Deutschen Telekom. Ein niedriges Gearing bringt den Vorteil niedrigerer Zinsen für Fremdkapital und dadurch höhere Flexibilität.

Die TA strebt an, das Gearing auf 100% und die Interest coverage auf 7 zu bringen.

Eine Möglichkeit für die Senkung des Gearings ist die Verbriefung von Kundenforderungen in Form von Bonds durch eine Investmentbank mit Überbesicherung (AAA-Rating bei 120%). Des Weiteren können Auslagerungen der Bilanz helfen.

**Group CAPEX (Capital Expenditure) in Anlagevermögen:**

In Mio Euro	2000	1999	1998
Festnetz	559	647	713
Daten	36	49	48
Mobil (incl. anteilig UMTS-Lizenz)	323	287	159
Summe	918	983	920

Die Investitionen für GPRS rentieren sich nicht direkt, wurden aber auf Grund des Anspruches auf Technologie-Leadership getätigt. Sie sollen sich über die gewonnenen Erfahrungen für den späteren UMTS-Betrieb rentieren.

Es gab die Entscheidung die UMTS-Technologie einzusetzen. Der Business-Case ist positiv aber mit großen Risiken behaftet. Die TA hat 171,5 Mio. Euro für die Lizenzen für zwei Frequenzblöcke gezahlt, was im europäischen Vergleich als fairer Preis bewertet werden kann. Da sechs Mitbewerber am Markt sein werden, ist unter Umständen mit Konsolidierungen zu rechnen.

Die Problematik der teuren UMTS Lizenzen bestand darin, daß sie durch Bankkredite finanziert wurden. Es wurde von den Banken ein Limit mit den Bietern vereinbart. Die Deutsche Telekom ist für Banken ein beliebter Posten gewesen, wodurch die Limits sehr hoch waren. Auch die Fehleinschätzung der Banken, daß selbst eine Deutsche Telekom auf Grund der Marktöffnung unter Ertragsdruck kommen kann, trug zum hohen Lizenzpreis bei. Die Banken hatten damals eine sehr hohe Liquidität und wollten sie die Gelder veräußern. Da es zu sehr hohen Geboten kam, ist nun eine teure Refinanzierung der Bankkredite notwendig. Optionen bestehen im Verkauf von Anlagevermögen oder im Akzeptieren sehr hoher Zinssätze. Die langfristige Fremdfinanzierung ist wegen des nunmehr schlechten Finanz-Rankings und hoher Margen teuer.

**4.4. Reorganisation**

Für die Restrukturierung der TA war der Börsegang sehr vorteilhaft.

Die Probleme mit der Personalstruktur der TA sind durch den hohen Anteil von Beamten bedingt. Früher wurde wenig in laufende Aus- und Weiterbildung investiert. Mit dem Börsegang sind viele Mitarbeiter auch Aktionär geworden, was sich positiv auf die Motivation auswirkt. Es gibt ein klares Statement des Managements, daß bei Ausbildung nicht gespart werden soll. Dennoch ist es schwierig Sparmaßnahmen und Wachstum mit notwendigen Ausbildungsausgaben miteinander zu vereinen.

Eine Managementperson mit genügenden Durchgriffs Kompetenzen könne ein Ansatz sein, um Zielkonflikte zu lösen. In den USA gibt es das Konzept des "chief operation officer" COO,

der für eine ständige Restrukturierung in den jeweiligen Bereichen zuständig ist. Die nicht betroffenen Bereiche dürfen dann wachsen.

Die heutige Telekom AG hat momentan vier Mitarbeiter, nämlich den Vorstand. Alle anderen Mitarbeiter sind Angestellte der TAP (TA Personalgesellschaft). Im Laufe der Zeit sollen die Mitarbeiter mit branchenüblichen Verträgen in die TA AG übernommen werden. Momentan sind ca. 18.500 Mitarbeiter beschäftigt und im Zeitraum von fünf Jahren soll der Festnetzbereich von ca. 15.000 auf ca. 10.000 Mitarbeiter reduziert werden.

Verschiedenste Maßnahmen wie Vorruhestand, interner Arbeitsmarkt, Abfertigung, Outsourcing, Personalleasing, Teilzeitbeschäftigung und die Gründung einer Arbeitstiftung zur Umschulung in neue Berufe werden durchgeführt.

Vor der Privatisierung mußte die TA mehrere Milliarden Schilling pro Jahr an den Staat abzuliefern, obwohl das mehr als dem tatsächlichen Gewinn entsprach. So konnten keine Rücklagen für die Personalproblematik gebildet werden, was die Lage im internationalen Vergleich verschlechterte.

#### 4.5. Weitere Strategie

Die Telekom-Branche ist einer ständigen Veränderung unterworfen, wie in der Tabelle zu sehen ist.

Jahr	Voice	Data	Wireless	Anteil am BIP
1990	90%	3%	7%	2%
2000	54%	20%	26%	3%
2010	16%	36%	48%	6,4%
CAGR	-2%	+22%	+19%	

CGAR ... Compound Annual growth rate

Der Regulator wird in dem Punkt kritisiert, daß es keine Regelungen für die Problemschlichtung mit zahlungsunfähigen bzw. –unwilligen Alternativenbietern gibt. Der Monopolist wird gezwungen, die Leitungen bereitzustellen, obwohl sie nicht bezahlt werden. Des Weiteren sind Quersubventionierungen auf europäischer Ebene z. B. von der Deutschen Telekom an den österreichischen Mobilfunkkonkurrenten max.mobil in Milliardenhöhe möglich, aber nicht anfechtbar, da es keine EU-weite Regulationsbehörde gibt.

#### Stärken:

Die starke Marktposition und technologische Expertise sind neben der starken Orientierung in Richtung mobiler Services und starker strategischer Eigentümer die Stärken der TA. Durch das Bekenntnis des Managements zu Transformation und Veränderungen und der schnellen Marktliberalisierung sind die größten Hürden überwunden.

#### Herausforderungen:

Die TA wird sich in nächster Zeit aus Ressourcengründen auf den Heimmarkt konzentrieren. Die Transformationsprogramme müssen teilweise auch gegen Widerstände abgeschlossen

werden und die durch den Regulator limitierte Preisgestaltungsmöglichkeit sind aktuelle Anforderungen. Die neue Marke "Jet2Web" muß weiter an Image gewinnen und wird sich gegen zwei zusätzliche UMTS-Anbieter (Hutchison und Telefonica) behaupten. Wie bei jeder neuen Technologie gibt es auch bei UMTS ein Akzeptanzrisiko.

### **Strategien:**

Folgende Punkte seien als Übersicht über geplante Maßnahmen angeführt:

Veränderung der Unternehmenskultur:

- Wandel zur Marketingorientierung
- Schaffung von Gewinnverantwortungsbereichen
- Ziele des Managements werden an die Aktionärsziele angepaßt
- Straffung und Stärkung der Organisation

Verstärkung der Kundenorientierung:

- Spürbare Tarifsenkung
- Reorganisation des Vertriebs
- Einführung von Kundenbindungsprogramme
- Einführung von CRM Systemen (Customer Relation Management)
- Beschleunigung der Produktentwicklungs-/Markteinführungszyklen

Verbesserung der Profitabilität:

- Personalreduktion im Festnetzbereich 35%
- radikale Kürzungen bei Überstunden / Beratungsaufwand
- Umstellung des Beschaffungswesens

Wachstumsstrategie:

- Breitband, Internet und integrierte Kommunikationsdienste werden die Wachstumstreiber für TA sein
- All IP in 2004 finanziert durch Cash Flow
- Förderung von Fest/Mobil Breitband Zugang (xDSL, GPRS, UMTS)
- Schaffung von Portal-Content, Entertainment und E-Commerce Diensten
- Verhandlungen von Content-Kooperationen
- Abschluss der Feldversuche im Multimediabereich
- Einführung von Server-Farmen
- Entwicklung von virtuellen Marktplätzen
- Überführung von Corporate Networks zu Enterprise Solutions
- Entwicklung und Vermarktung von gebündelten Produkten (z. B.: Bankdienstleistungen)
- Ausnützung des Netzwerks durch das Anbieten von Carrier Services

Die Telekom Austria hat mit dem ORF einen Kooperationsvertrag über die Entwicklung und Verbreitung von TV- und Radioprogrammen über Breitbandtechnologie abgeschlossen.

Operationale Ziele für die Gruppe:

- Umsatzwachstum: 4-5% p.a.



- EBITDA-Wachstum: 7-10% p.a.
- Marktanteile: Festnetz: 50%, Mobiltelefonie: 40%, Internet: 40%
- Reduzierung der Festnetzmitarbeiter: -5000, netto Personalreduktion: -4000
- Return on Capital Employed im Festnetz: 8-10%

## **5. Die Regulierungsbehörde und ihre Kunden**

Dieses Thema war das Hauptthema unserer Veranstaltung.

Kapitel 5.1 (Regulation im Überblick) gibt einen kurzen Überblick über unsere Erkenntnisse.

Kapitel 5.2 (Der Regulator) beschreibt die Aufgaben und Ziele des Regulators, der RTR.

Kapitel 5.3 (Der regulierte Telekommunikationsmarkt) zeigt die Auswirkungen der Regulierung und beschreibt den neu entwickelten Telekommunikationsmarkt.

Kapitel 5.4 (ATV und ORF) beschreibt das (gespannte) Verhältnis zwischen dem Medienmonopolisten ORF, seiner Konkurrenz am Beispiel von ATV sowie dem Regulator. Im Gegensatz zur Telekommunikation ist dieser Markt politisch heiß umkämpft, sodaß die Regulierung hier ganz anders vonstatten geht.

### **5.1. Regulation im Überblick**

#### **5.1.1. Die Regulation von Telekomdienstleistungen in Österreich**

Die rechtlichen Rahmenbedingungen erläuterten Roland Belfin und Stefan Bernhardt von der Rundfunk- und Telekomregulierung GmbH (RTR), die in Österreich für die Konzessionierung und Kontrolle von Rundfunk- und Telekomdienstleistungen zuständig ist. Die gesetzliche Grundlage ist das Telekommunikationsgesetz von 1997, eine Umsetzung einer entsprechenden EU-Richtlinie. Ziel dieser teilweise unabhängigen Gesellschaft ist es, die Märkte möglichst schnell zu öffnen und allen Marktteilnehmern den freien Wettbewerb zu gewähren. Wirklich allen? Nein, genauer betrachtet handelt es sich dabei um eine sogenannte asymmetrische Regulation. Darunter versteht man die Limitierung des im früheren Monopolmarkt aufgebauten Marktbeherrschers, Incumbant genannt. In Österreich ist dies die Telekom Austria. Die Auswirkungen der Regulierung werden dabei relativ schnell ersichtlich. So können alternative Betreiber jeden nur erdenklichen Tarif im Markt anbieten, auch wenn ihre Gestehungskosten über den Tarifen liegen. Im Gegensatz dazu muß die Telekom Austria jeden angebotenen Tarif von der TTK (RTR) genehmigen lassen. Dabei werden Überlegungen wie verbotene Quersubventionierung und Kostendeckung als Maßstab genommen. Falls diese Faktoren nicht gewährleistet sind, darf der Tarif nicht im Markt angeboten werden. Damit wird verhindert, daß die TA ihre marktbeherrschende Stellung nützt, um mit Dumpingpreisen neue Marktteilnehmer zu verdrängen.

Ganz gegensätzlich sieht die Lage naturgemäß der Vertreter der Telekom Austria. Seiner Ansicht wird der Incumbant in Österreich zu stark eingeschränkt. Als Beispiel dafür gibt er etwa die Möglichkeit der Betreibervorwahl (Preselection) für Ortsgespräche, welche z.B. in Deutschland vom Regulator nicht genehmigt wurde. Daher wünscht er sich eine europäische Instanz zur Telekomregulation statt der bisherigen nationalen Behörden. Ebenfalls stört ihn die zulässige Quersubventionierung von Auslandstöchtern von anderen europäischen

Incumbants. So ist es etwa zulässig, daß die Deutsche Telekom ihre 100%-ige Tochter max.mobil subventioniert, was innerhalb eines EU-Landes verboten wäre.<sup>1</sup>

Neben der Vergabe der Konzessionen wird auch das Thema Interconnection von der RTR behandelt. Dabei ermöglicht der Regulator den neuen Marktteilnehmern die teilweise Nutzung des Netzes der Telekom Austria. Die Kosten für diese Durchleitung werden laufend vom Regulator festgelegt und müssen von der Telekom Austria eingehalten werden. Die Tarife dafür werden auf der Basis eines idealen Kostenmodells errechnet und liegen deutlich unter den derzeitig tatsächlichen Kosten des ehemaligen Monopolisten. Grund dafür ist, daß es den alternativen Netzbetreibern nicht zuzumuten ist, die historischen Kosten der Telekom Austria zu tragen. Diese liegen primär in einer verfehlten Personalpolitik in der Vergangenheit und in der politisch motivierten und kontrollierten Ausstattungsstruktur.

Die Telekom Austria ist verpflichtet, jeden konzessionierten Verbindungsnetzbetreiber für Sprachtelefonie den Zugang zu ermöglichen. Unbeachtet bleibt die wirtschaftliche Überlebenskraft des neuen Mitbewerbers. So darf die Telekom Austria selbst bei Zahlungsverzug die Durchleitung nicht verhindern – sie darf diesen Umstand lediglich den Regulator mitteilen. In einigen Fällen der letzten Monate (Teleforum, MCN) wurde klar, daß alternative Betreiber zwar den Markteintritt schaffen, jedoch langfristig wirtschaftlich nicht überlebensfähig sind. In den genannten Fällen mußten durch Insolvenzen einige Millionen Euro abgeschrieben werden. Die Kosten die der Telekom Austria dadurch entstehen, bemerkt einerseits der Aktionär am Kurs der Aktie und andererseits der Kunde an höheren Preisen.

Versucht die Telekom Austria gegen die Spielregeln zu verstoßen, sind dem Regulator die Hände gebunden: Die maximale Strafe beträgt unter 30.000.- Euro – eine Summe die im Kampf der Konzerne kaum eine Rolle spielen dürfte. Im Gegensatz dazu wäre eine Instanz auf europäischer Ebene in der Lage, Strafen in der Höhe von bis zu 10% des Jahresumsatzes zu verhängen. Wann und ob es diese europäische Initiative geben wird, läßt sich aus heutiger Sicht noch nicht abschätzen.

Der Regulator agiert in Österreich sehr erfolgreich. Als Indiz dafür gilt ein ausgeprägter Wettbewerb mit vielen Marktteilnehmern. Es gibt 70 Lizenzen im Festnetz, die Anzahl der ISPs liegt mit 25 pro 1 Mio. Einwohner weit über dem europäischen Durchschnitt.

### **5.1.2. Die Regulation von Medien**

Neben der Regulation für Telekom Anbieter wurde vor kurzem der RTR auch die Regulation von Rundfunkdienstleistungen übertragen. Hier läßt sich ein überaus starker Einfluß der politischen Führung erkennen. Ziel ist die Vergabe von Konzessionen für Radio und Fernsehen in Österreich und deren Kontrolle. Nach langer Zeit wurde endlich der Schaffung eines privaten Radio- und Fernsehmarkts in Österreich zugestimmt.

Der prinzipielle Unterschied besteht im Bereich der Regulation. Während in der Telekommunikation auf Inhalte kein Einfluß genommen wird, beachtet der Regulator im

---

<sup>1</sup> Die RTR sieht diese Problematik nicht und meint, daß die TA in Deutschland ebenfalls nicht Incumbant wäre und daher dort die selben Rechte hätte wie eine Deutsche Telekom in Österreich.

Bereich Rundfunk diese sehr wohl. So werden etwa Themenbereiche, Werbezeiten und Marketingbereiche des derzeitigen Monopolisten klar definiert, um neuen Marktteilnehmern ein mögliches wirtschaftliches Überleben zu gewähren.

Als neuer möglicher Marktteilnehmer sieht sich der Wiener Privatsender ATV, vertreten durch den Geschäftsführer Tillmann Fuchs. Grundsätzlich sieht Herr Fuchs die Regulierung sehr positiv, dennoch versucht der Monopolanbieter ORF nach wie vor durch politische Interventionen die Mitbewerber vom Markt fernzuhalten. Auch interveniert der ORF bei potentiellen Kunden von ATV, um den verhältnismäßig großen Anteil am Werbeaufkommen in Österreich zu verteidigen und so die wirtschaftliche Grundlage für Privat-TV in Österreich weiter zu verschlechtern.

Doch nicht nur im Bereich TV versucht der Monopolist seine Vormachtstellung zu verteidigen. Auch im Bereich Radio möchte der ORF kaum ernstzunehmende Konkurrenz zulassen. Es gibt zwar seit drei Jahren Privatradios in Österreich, doch nur mit lokaler Bedeutung. Aus Mangel an technischer Verfügbarkeit<sup>1</sup> gibt es derzeit keine überregionale Frequenzkette. Nur der ORF leistet sich vier nationale Frequenzketten – ein Umstand der weltweit einmalig ist.

Trotz der Interessen des Monopolanbieters zeigen internationale Studien einen umgekehrten Trend. Mehr Angebot im Bereich Rundfunk fördert auch alle damit verbundenen Bereiche. So wird sowohl der Werbemarkt größer als auch die Nachfrage nach sendefähigem Material für die Stationen. Damit steigt wieder die Nachfrage bei Produzenten und Autoren nach höherwertigen Produktionen.

## **5.2. Der Regulator**

Der österreichische Telekommunikations- und Rundfunkbereich wird staatlich durch verschiedene Behörden reguliert. Diese Regulationsstruktur sieht folgendermaßen aus:

---

<sup>1</sup> Siehe dazu Kapitel 5.4.3

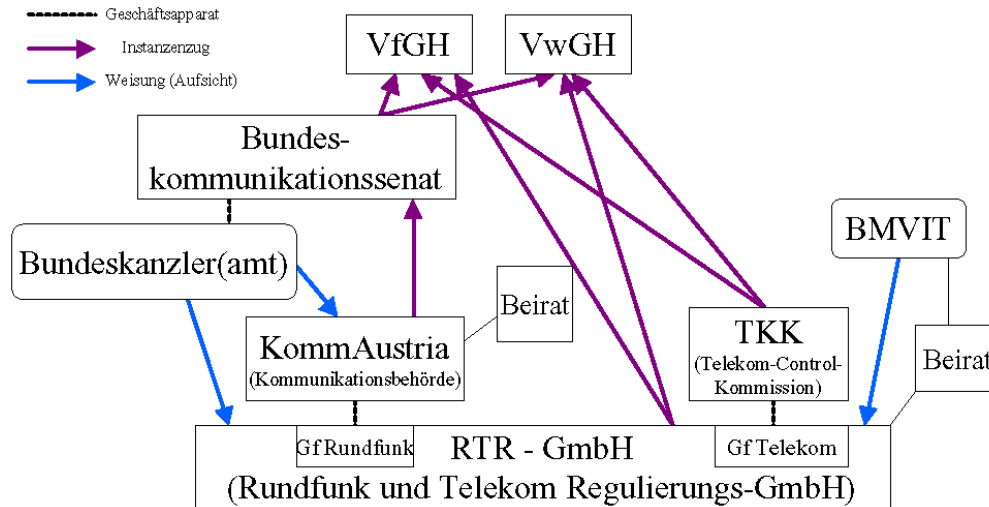


Abbildung 5-1 – Organisation der RTR

Zu erkennen ist die klare Trennung zwischen Rundfunkregulierung (KommAustria) und Telekomregulierung (TKK). Deutlich ist auch der starke politische Einfluss auf die KommAustria, wohingegen die TKK weisungsfrei agieren kann (allerdings ist der Geschäftsführer Telekom dem BMVIT weisungsgebunden, wobei aber von diesem Weisungsrecht bisher noch nie gebrauch gemacht wurde). Grundlage aller Regulierung müssen vom Parlament verabschiedete Gesetze sein, die Regulationsbehörden dürfen nur ausführende Organe sein.

Die RTR erarbeitet die Entscheidungsgrundlagen für die Kommissionen, welche den Entscheidungsempfehlungen der RTR praktisch immer folgen.

Reguliert werden nur „marktbeherrschende“ Unternehmen. Je nach Bereich sind dies derzeit die Telekom Austria, die Mobilkom und max.mobil.

Die Telekom-Regulierung der Zusammenschaltungskosten (Kosten, die die TA Mitbewerbern für die Benutzung von Leitungen der TA verrechnen darf) basiert auf einem effizienten Kostenmodell für den Incumbant (die tatsächlichen Kosten liegen aufgrund der Ineffizienz der TA darüber). Die Genehmigung der eigenen Endkundentarife basiert auf den tatsächlichen Kosten. Für die Ermittlung dieser Kosten werden einerseits die Angaben der TA herangezogen, andererseits werden aber diese mit den Ergebnissen eines eigenen Modells verglichen.

Werden Beschlüsse der RTR nicht beachtet, kann diese nur eine maximale Strafe von ATS 300.000,- verhängen. Im Gegensatz dazu kann die EU Strafen bis zu einem Umfang von 10% des Jahresumsatzes verhängen.

Die EU erläßt Regulierungsrichtlinien, diese werden von den Mitgliedsstaaten allerdings unterschiedlich umgesetzt, da von den einzelnen Staaten oft unterschiedliche Interessen verfolgt werden. Aus diesem Grund agieren die Regulationsbehörden der einzelnen Staaten unterschiedlich; es ist schwierig für sie, innerstaatlich und gleichzeitig gesamteuropäisch sinnvolle Entscheidungen zu treffen.

Der österreichische Telekom-Regulator versucht, einen effizienten Markt zu schaffen und dabei „volkswirtschaftlich sinnvolle“ Entscheidungen zu treffen. Da das österreichische Festnetz bisher nicht unterdimensioniert ist und technisch fortschrittlich ist, möchte der Regulator keine Anreize zum Aufbau eines zweiten Netzes geben; daher hat er relativ geringe Zusammenschaltungsgebühren festgesetzt. In Großbritannien hingegen wird durch hohe Interconnection-Fees ein neuer Netzaufbau stimuliert, da das bestehende Netz überaltert ist.

Wenn sich der Markt in einigen Jahren konsolidiert haben wird und somit weniger, aber größere Unternehmen bestehen, wird die Regulation durch das Kartellrecht ersetzt werden; die Rundfunkregulation wird schon allein aus politischen Gründen bestehen bleiben.

### 5.3. Der regulierte Telekommunikationsmarkt

Es werden vier Bereiche bei der Regulierung unterschieden:

- Sprachtelephonie,
- Mobiltelephonie,
- Mietleitungen und
- Zusammenschaltung.

Feinere Unterscheidungen (neue Marktdefinitionen) werden in Zukunft notwendig, da innerhalb der Regulierungsbereiche bereits scharfer Wettbewerb herrscht. Es werden dann nur noch Bereiche reguliert, in denen zu wenig Wettbewerb herrscht.

Eines ist aber bei der Regulierung allen vier derzeitigen Bereichen gleich:

Es existieren marktbeherrschende Unternehmen, die ihre Marktposition weiter stärken und ausbauen wollen, und kleinere Unternehmen, die auf die Infrastruktur der großen Unternehmen angewiesen sind, um überhaupt am Markt bestehen zu können.

Der Regulator definiert folgende marktbeherrschende Unternehmen (Stand: 31. 7. 2000):

1. Auf dem Markt für das Erbringen des öffentlichen Sprachtelefondienstes mittels eines festen Telekommunikationsnetzes: **Telekom Austria AG**
2. Auf dem Markt für das Erbringen des öffentlichen Sprachtelefondienstes mittels eines Mobilkommunikationsnetzes: **Mobilkom Austria AG, max.mobil. Telekommunikation Service GmbH**
3. Auf dem Markt für das Erbringen des öffentlichen Mietleitungsdienstes mittels eines festen Telekommunikationsnetzes: **Telekom Austria AG**
4. Auf dem Markt für das Erbringen von Zusammenschaltungsleistungen: **Telekom Austria AG, Mobilkom Austria AG**

Dem marktbeherrschenden Unternehmen werden vom Regulator besondere Verpflichtungen auferlegt, damit sie ihre Position nicht dazu benutzen, die kleineren Unternehmen aus dem Markt zu drängen, und ein echter Wettbewerb entstehen kann. Zu diesen Verpflichtungen zählt beispielsweise die Pflicht zum Anbieten kostenorientierter Endkundertarife (für Marktbeherrscher im Sprachtelephonie Festnetz- und Mietleitungsmarkt) und

kostenorientierter Zusammenschaltungstarife, das Gebot der Nichtdiskriminierung oder das Verbot der Quersubvention zwischen einzelnen Telekommunikationsdiensten.

Beispielsweise verhindert man Dumping und Quersubventionen, indem die Telekom Austria ihre Tarife überprüfen lassen muß. Dabei werden die tatsächlichen Kosten der TA berücksichtigt, nicht die Kosten gemäß einem Kostenrechnungsmodell der RTR (die unter den tatsächlichen Kosten der TA liegen würden). Die Alternativbetreiber müssen ihre Tarife nicht überprüfen lassen. Im Allgemeinen gilt eine sechsmonatige Entscheidungsfrist, es wird aber meist innerhalb von 6 bis 10 Wochen entschieden, da aufgrund der Konkurrenzsituation die Regulierungsbehörde hier viel Verantwortung trägt. Abgelehnte Tarife werden nicht veröffentlicht, Genehmigungen werden sofort veröffentlicht. Ein Tarif kann ab dem Zeitpunkt der Genehmigung in Kraft treten bzw. ab dem beantragten Gültigkeitsdatum, falls dieses nach dem Datum der Genehmigung liegt (letzteres ist der Normalfall).

Aufgrund der Geschichte der Telekommunikation in Österreich bzw. der Monopolstellung der früheren Post und Telegraphenverwaltung ist in allen vier Regulierungsbereichen die Telekom Austria AG oder/und die Mobilkom Austria AG eines der marktbeherrschenden Unternehmen. Die Alternativenanbieter sind daher gezwungen das bereits vorhandene Netz der Telekom Austria zu verwenden. In diesem Zusammenhang ist das Thema Zusammenschaltungsgebühren als ein wichtiges Beispiel zu nennen, wie die unterschiedlichen Interessen der Telekom Austria Gruppe bzw. (für die Alternativbetreiber stellvertretend) des Regulators aussehen.

Die zentrale Frage bei der Bestimmung der Interconnection-Entgelte besteht darin, was alles in diese Kosten eingerechnet wird. Daher wird ein echter Marktpreis der Leitungen simuliert. Diese Kosten stellen dann eine Investitionsentscheidung dar: kaufe ich die Leistungen zu oder baue ich mein eigenes Netz aus? Die Kosten auf historischer Basis sind jedoch anders (langfristiger Netzausbau, Altlasten, etc.). Die von der TKK festgelegten Zusammenschaltungskosten liegen weit unter den historischen Erstellungskosten der TA. Weitere Grundlage für die Preisentscheidung ist eine volkswirtschaftliche Betrachtung, damit Infrastruktur nicht sinnlos doppelt aufgebaut wird (Marktsignal für Effizienz). Die Entscheidung „make or buy“ wird jetzt durch die Effizienzfrage gefällt. Bin ich effizienter, baue ich mein eigenes Netz. Bei einer schlechten Gesamtinfrastruktur (z. B. England) wurden die Zusammenschaltungskosten eher höher gewählt, um den Netzbetreibern Anreiz zu geben, in den Ausbau der Netzinfrastruktur zu investieren. Dies führt dann zu einer besseren Gesamtinfrastruktur, und die Zusammenschaltungskosten können wieder gesenkt werden. Die IC-Entgelte in Österreich werden jährlich überprüft. Bisher wurden die Preise jährlich niedriger festgelegt, vor allem wegen sinkender Preise des Equipments und steigender Datenraten). Bei Kapazitätsengpässen des Incumbant fließen die Grenzkosten („was kostet mich die Abwicklung des **zusätzlichen** Verkehrs“) in die Berechnung der IC-Entgelte ein. Es gibt aber auch Zuteilungsmechanismen für die Kapazität, die einerseits die Diskriminierung neuer Teilnehmer verhindert, andererseits aber auch die Telekom vor der Reservierung von Überkapazitäten durch Alternative schützt (reservierte Kapazitäten müssen nach einiger Zeit bei Unterauslastung zurückgegeben werden).

Bei der Begründung von Regulierungsentscheidungen entsteht ein Datenschutzproblem, da ein Konflikt zwischen der Transparenz der Entscheidung (detaillierte Kostenrechnung) einerseits und der Wahrung von Geschäftsgeheimnissen der Telekom andererseits besteht. Die RTR hat ein eigenes, veröffentlichtes Kostenrechnungsmodell, dessen Ergebnisse mit denen der Telekom verglichen werden können. Die Entscheidung für die Festsetzung der Kosten liegt dann meist in der Mitte.

Zur Entscheidungsfindung wird nur der österreichische Markt betrachtet. Es ist dabei irrelevant, wie finanzkräftig die (ausländischen) Eigentümer der Alternativenanbieter eigentlich sind. Aus Sicht der Telekom Austria sollte hingegen die Finanzkraft der Eigentümer sehr wohl bei der Festlegung der Kosten einfließen und fordert einen Europäischen Regulator.

Sollte man bei der Regulation über das Ziel hinausschießen, so daß es nur noch kleine sub-regionale Betreiber gibt und der Preis für den Endkunden wieder steigt (Regionalmonopole), so muß es ein neues Modell geben, weil das derzeitige Modell nur zur Marktöffnung geeignet ist. Kann man bereits eine gestiegene Effizienz des ehemaligen Monopolisten erkennen, wird man das Modell anpassen müssen.

Von Seiten der Telekom Austria wird beklagt, daß die TA keine Möglichkeit zu Sanktionen hat, wenn ein anderer Netzbetreiber seine Zahlungen verweigert. Im freien Wirtschaftsleben würde der Dienst (z. B. Interconnection) nicht weiter zu Verfügung gestellt werden, die Einstellung ist der TA aber nicht gestattet. Die Regulationsbehörde greift hier trotz Beschwerden der TA nicht ein.

#### **5.4. ATV und ORF**

Einen Halbtag lang unterhielten wir uns mit Tilmann Fuchs, dem Geschäftsführer von ATV. Er erläuterte uns die Pläne von ATV und die Konflikte mit dem entstehenden Regulator und dem Monopolisten ORF. Die hier wiedergegebenen Meinungen sind die des Autors und decken sich nicht notwendigerweise mit der Meinung Hrn. Fuchs'.

##### **5.4.1. Österreich im internationalen Vergleich**

Österreich ist im Moment das einzige Land der Welt (außer Kuba) ohne private, überregionale TV-Sender mit mehr als 30% technischer Reichweite. Selbst das so oft zitierte Albanien hat bereits drei private Fernsehprogramme. Wie Albanien und andere kleine Länder<sup>1</sup> zeigen, macht Privat-TV auch in einem sehr kleinen Markt wie Österreich Sinn. Die Eigentümer müssen dabei nicht unbedingt in Österreich sitzen, wesentlich für den Erfolg ist nur, daß das Programm für Österreich gemacht wird.

Der Österreicher sieht im weltweiten und europäischen Vergleich wenig fern. Während der durchschnittliche Nordamerikaner 1997 240 Minuten/Tag vor dem Fernseher verbrachte, und der Europäer immer noch auf 200 min/d kam, schauten die Österreicher nur 146 Minuten fern. Die Werbeinselreichweite beträgt generell etwa 65% der Programmreichweite.

---

<sup>1</sup> Oder Belgien: vier öffentlich-rechtliche, fünf private Programme.



Während das Gesamtwerbeaufkommen in Österreich über dem EU-Durchschnitt liegt, ist der Anteil der Fernsehwerbung weit unter dem Durchschnitt. Die Monopolstruktur des Marktes erlaubt dem ORF, für seine Seherkontakte mehr als das Dreifache als die deutschen Privatanbieter zu verlangen. Der so kleingehaltene Markt hält auch die Produktionskosten von Werbung wesentlich höher als in anderen Ländern, so daß sich Klein- und Mittelbetriebe schon die Produktion der Werbung nicht leisten können. Die überhöhten Werbegebühren des ORF führen in der VGR<sup>1</sup> zu einem erhöhten Preisniveau für den privaten Endverbraucher.

Es gibt einige wenige österreichische Produktionen (Kommissar Rex, Medicopter), die auch im Ausland vertreten sind. Zur Zeit ist der österreichische Produktionsmarkt auf drei große Firmen mit jeweils fixen Auftraggebern aufgeteilt. Da die Erfahrung gezeigt hat, daß der Einführung von Privatfernsehen jeweils ein großer Boom in der Filmproduktion folgt<sup>2</sup>, und da Österreich ein hohes Kreativpotential besitzt, ist für Österreich eine Rolle ähnlich der der Niederlande mit vielen europaweit tätigen Studios durchaus möglich. Im Moment allerdings wehren sich die Produktionsfirmen gegen die Liberalisierung, um ihre sehr angenehme und geschützte Situation zu bewahren.

Bei einer Öffnung des Fernsehmarktes sind keine negativen Auswirkungen auf andere Medien zu befürchten. Ganz im Gegenteil, neue Medien und Anbieter beleben den Markt und bedeuten (von Übergangszeiten abgesehen) auch bei den alten Medien mehr Umsatz. Medien kannibalisieren sich nicht. So wird mehr ferngesehen, seit es das Internet gibt, und Profil hatte nie höhere Auflagen als nach dem Markteintritt von Format.

#### **5.4.2. Position und Pläne von ATV**

##### **Eigentümer**

- *25 % Concorde Media AG:* Concorde Media gehört zum Imperium des münchener Medienmoguls Dr. Kloiber. Seine Tele München Gruppe (TMG, 55% Kloiber, 45% sind im Besitz von EM-TV, an der wiederum Kirchmedia Anteile hält) ist von der Produktion bis zur Ausstrahlung und Synchronisation eines Films an allen Schritten beteiligt. TMG hält Beteiligungen unter anderem an folgenden Unternehmen: MTM, Prisma, NRJ Wien (das einzige Privatrado Wiens, das Geld verdient). Über die Concorde Media kommt ATV einfach an Filmrechte. Herbert Kloiber ist Aufsichtsratsvorsitzender bei ATV.
- *25 % Ingebe Medien Holding:* Die Ingebe Medien Holding gehört der Bawag.
- *25 % UPC:* Die UPC ist Europas größter privater Kabelnetzbetreiber und sorgt (im Moment) für die Verteilung von ATV zum Kunden. In Österreich ist UPC mit den

---

<sup>1</sup> Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung

<sup>2</sup> In Deutschland gab es von 15 Jahren nur wenige Produktionsfirmen. Dann wurde liberalisiert, und jetzt blüht der Markt und der deutsche Film auf. Tausende Arbeitsplätze wurden geschaffen. Ähnlich gibt es in den USA seit den Dreißigern jede Menge Fernsehanstalten. Dies (unter anderem) führte zur erfolgreichsten Filmindustrie der Welt.

Marken Priority, Chello und Telekabel vertreten. UPC ist Miteigentümer und Großkunde der Astra-Satelliten.

- 25 % SBS: Die Scandinavian Broadcasting SA. SBS besitzt 12 TV- und 21 Radiostationen in Mittel- und Westeuropa. SBS ist in vielen kleineren Ländern engagiert und wird diese Erfahrung wohl in den österreichischen Markt einbringen. Sowohl TMG als auch UPC sind an SBS beteiligt.

### Reichweite, Pläne

ATVs technische Reichweite beträgt im Moment circa eine Million Kabelhaushalte (knapp ein Drittel). Vor allem im Osten Österreichs (W, NÖ, OÖ) ist die Reichweite hoch, im Süden und im Westen erreicht ATV nur wenige Haushalte. Dementsprechend konzentriert sich das Programm im Moment auch stark auf diese Regionen und wirkt daher zurecht sehr wienerisch.

Im Herbst 2001 wird die Lizenz für eine österreichweite Frequenzkette vergeben, auf die sich ATV große Hoffnungen macht. Ab Februar 2002 könnte ATV auf einigen Sendern ausgestrahlt werden (technische RW 65%), Ende 2002 wäre der Endausbau mit einer technischen Reichweite von 90% erreicht.

Momentan vorrangiges Ziel ist, das geplante Rundfunkgesetz durch Stellungnahmen so zu gestalten, daß Privatfernsehen in Österreich wirtschaftlich sinnvoll wird.

Der finanzielle Breakeven wird für das Jahr 2006 erwartet, ab dann wird ATV etwa 5-6% Rendite erwirtschaften (zum Vergleich: RTL erwirtschaftet derzeit 13%).

### Plazierung des ATV-Programms am Markt

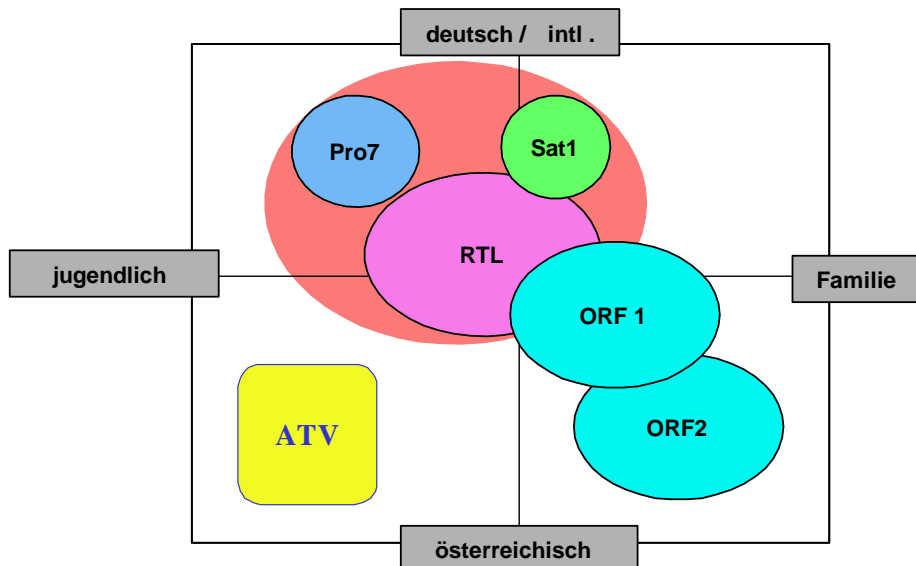


Abbildung 5-2 – ATV am Markt 1 (© ATV)

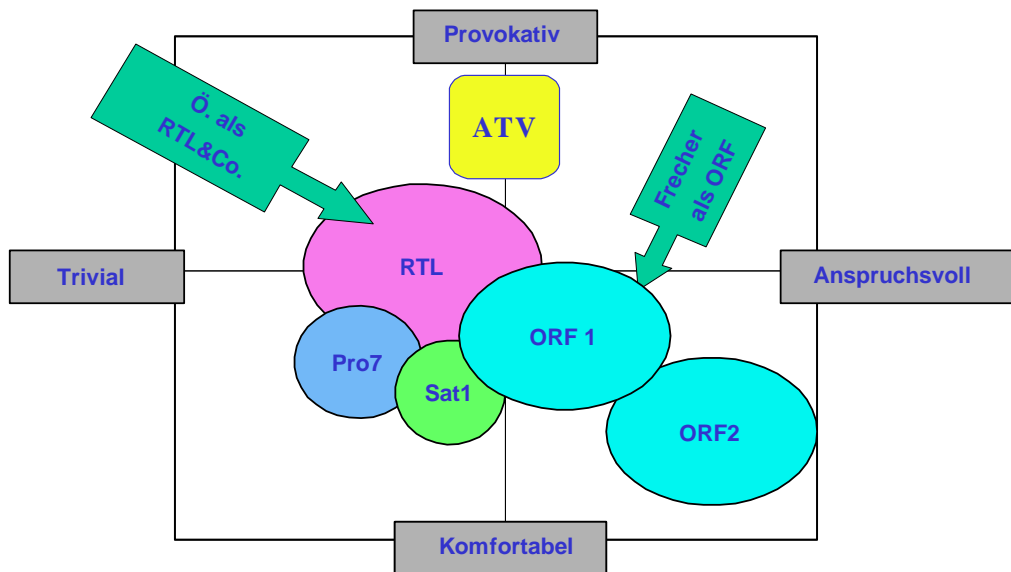


Abbildung 5-3 – ATV am Markt 2 (© ATV)

Der ORF macht ATV seit einiger Zeit bereits vorausschauend auf diesen Segmenten mit Sendungen wie Taxi Orange Konkurrenz.

Hr. Fuchs kündigte für sein Programm für junge Zielgruppen „trashige Serien mit österreichischen, eventuell provozierenden Inhalten“ an. Der Erfolg dieser Serien hätte hauptsächlich mit Kreativität und nur marginal mit Kapitaleinsatz für Produktion und Werbung zu tun. Sendungen für junge Zielgruppen müssen zur Bildung von Gemeinschaften anregen, um erfolgreich zu sein. Paradebeispiel hier sind die Reality Formate, die ohne fanatische Communities nicht denkbar wären. Reality-TV selber allerdings „ist tot, der Trend geht in Richtung Fiction“.

#### 5.4.3. ATV & ORF

Die KommAustria (siehe 5.1) wird ab August 2001 aktiv werden. Am 18.5.2001 wurden die zwei Geschäftsführer Rundfunk der RTR bestellt. Ab August 2001 wird die KommAustria am österreichischen Fernsehmarkt regulierend tätig sein.

Der ORF wird sicher nicht so eingeschränkt und unter Druck gesetzt werden wie die TA. Dazu ist er politisch zu mächtig, und auch hat die Politik nur wenig Interesse an einem Rundfunk, den sie nicht kontrollieren kann. Allerdings scheint sich die aktuelle Regierung des Themas angenommen zu haben und treibt die Regulierung voran, wohl auch um den ihr nicht wohlgesonnenen ORF zu schwächen. Die Sozialdemokratie hingegen will den Einfluß „ihres“ ORF nicht schmälern.

## **ORF und Frequenzen**

Ein Gutachten zeigte, daß nur eine 3. TV-Kette und eine 5. Radiokette<sup>1</sup> bundesweit frei sind. Beide werden im Herbst ausgeschrieben. Regionale Frequenzen könnten vergeben werden, machen aber finanziell für Fernsehanstalten keinen Sinn, da Fernsehen für Österreich bereits Regionalfernsehen ist. Wesentlich kleinere Märkte können wirtschaftlich nicht betrieben werden.

Da der große Betrag an Fernsehgebühren, die der ORF für seine technische Infrastruktur (Sendeanlagen) erhält, laut ATV allen Betreibern zur Verfügung stehen sollte, will ATV für die Nutzung der Sendeanlagen des ORF nur die entstehenden Mehrkosten bezahlen (Feststellung durch einen gerichtlich beeideten Sachverständigen), und nicht einen der Nutzung entsprechenden Anteil an den Gesamtkosten.

Die technischen Fragen werden für die RTR allerdings noch relativ leicht zu regulieren sein.

## **ORF und Inhalt – der Programmauftrag**

Der Programmauftrag an den ORF ist in der derzeitigen Fassung sehr schwammig formuliert und sollte im neuen Gesetz wesentlich konkreter werden. Es ist allerdings zu befürchten, daß auch das neue Gesetz schwer kontrollier- und durchsetzbar sein wird. In so gut wie allen anderen europäischen Ländern agieren die öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten unter wesentlich stärkeren Einschränkungen (weniger bis gar keine Werbung, anspruchsvolle Programme,...). Gegen einen ORF mit seinem derzeitigen so gut wie nicht vorhandenen Programmauftrag werden Privatsender mit ihren zumindest anfangs beschränkten Budgets kaum Chancen haben.

Programme wie Taxi Orange, die mit dem öffentlich-rechtlichen Programmauftrag nur wenig oder nichts zu tun haben, bringen dem ORF viel Geld und machen den Platz für private Anbieter eng.

Die RTR wird auch hier regulierend eingreifen müssen.

## **David und Goliath**

Im Augenblick mißbraucht der ORF seine marktbeherrschende Stellung, die er dank der Gebühren aufbauen konnte und nach wie vor ausbauen kann, um Konkurrenz gar nicht erst aufkommen zu lassen. ATV klagt über Repressalien gegenüber seinen Werbekunden und über das Wegschnappen von Senderechten, die vom ORF für seinen kommerziellen Wetterkanal TW1 verwendet werden. In diesem Zusammenhang haben ATV und der Styria Verlag (Kleine Zeitung, Die Presse, Furche, Antenne Radios) eine Beschwerde bei der EU-Wettbewerbsbehörde eingebracht. In diesem Zusammenhang soll der ORF fast 100 Mio. Euro Fernsehgebühren an die Öffentlichkeit rückerstatten. Die meisten anderen Printmedien Österreichs (bis auf Standard und Falter) sowie ihre angeschlossenen Radiostationen

---

<sup>1</sup> In der Vergangenheit hat der ORF vorausblickend versucht, die verfügbaren Frequenzen möglichst ineffizient für seine Programme zu nutzen, um eventuelle Konkurrenz technisch unmöglich zu machen. Böse Zungen behaupten, daß sich, sobald dem ORF wegen Frequenzmangels Programme per Gesetz abgedreht würden, jede Menge freie Frequenzen finden würden, ohne daß der ORF sein Angebot einschränkt.

kooperieren mit dem ORF <sup>1</sup> und versuchen, die öffentliche Meinung zu Gunsten des ORF (und zu ihren eigenen Gunsten) zu beeinflussen. Dieses Umfeld macht den Start in Österreich zu einem schwierigen Unterfangen.

---

<sup>1</sup> Ich erinnere an Kooperationen der Kronen Zeitung mit dem ORF bei diversen Sportveranstaltungen und Fernsehshows, sowie die sehr ORF-gefällige Berichterstattung der Magazine TV-Media, News und Format.

## 6. Neue Medien: Technologien und Benutzer

Der folgende Text entstand nach einer Diskussion des TCC mit Tillmann Fuchs von ATV.

### Neue Technologien für das Fernsehen

*HDTV*: Bewirkt keinen Vorteil für die Benutzer, da die Bildqualität von PAL völlig ausreicht. PAL wird daher bis auf Weiteres die europäische TV-Norm bleiben. PalPlus ist aus dem gleichen Grund gescheitert. Das Format 16:9 hingegen hat eine Chance, da es dem Format der Spielfilme näher kommt und die Geräte bereits weit verbreitet sind.

*Digitales terrestrisches Fernsehen*: Ermöglicht vier mal so viele Programme wie analoges Fernsehen. Die notwendigen Set-Top Boxen sind allerdings hierzulande nicht in den notwendigen Stückzahlen verfügbar, da in vielen Ländern (z. B. Deutschland oder Frankreich) der terrestrische Empfang fast vollständig durch Kabel- oder Satellitenempfang ersetzt wurde.

Gegenbeispiele: In England ist der Empfang zu 95% terrestrisch, da die Frequenzen dank der Insellage nie knapp waren. Digitales terrestrisches Fernsehen läuft als Pilotversuch in einigen Gegenden. Die nationalen Kabel-TV Gesellschaften bieten mittlerweile alle digitale Übertragung und Dienste, die erforderlichen Set-Top Boxen sind billig am Markt erhältlich.

In den Vereinigten Staaten von Amerika soll in einigen Jahren nur noch digital übertragen werden.

*Web-TV*: Wird das herkömmliche Fernsehen ergänzen. Sein großer Vorteil ist der bessere Rückkanal, sein Nachteil der wesentlich schmalbandigere Hinkanal.

*Pay-TV*: Bei uns ist Free-TV einfach zu gut. In den USA werden nur ganz wenige Spielfilme und Sportereignisse auf den freien Kanälen übertragen, daher macht das Kaufen von Programmen für den Endkunden Sinn. Speziell in Österreich und Deutschland kommen große Filme meistens nur zwei Jahre nach dem Kino-Start ins freie Fernsehen, und die wichtigen Sportveranstalter dürfen ihre Rechte nicht exklusiv an Pay-TV Anbieter vergeben. Unter diesen Bedingungen kann Pay-TV nicht verkauft werden, nur mit Erotikprogrammen ist Geld zu verdienen.

Video On Demand: siehe unten.

### Konvergenz

*These*: Es entspricht nicht den Lebensgewohnheiten der Leute, Fernseher und Computer zu vermischen. Die Trennung der Lebensbereiche in Wohn- und Arbeitszimmer ist ganz wichtig. Die superkonvergente eierlegende Wollmilchsau wird aus diesem Grund keine Akzeptanz finden, auch wenn sie technisch möglich und sinnvoll ist. Einzig das Medium E-Mail wird sehr bald so verbreitet sein, daß es in den Fernseher Einzug findet.

*Gegenthese*: Arbeits- und Wohnbereich sind nicht immer (z. B. Mail, WWW) leicht trennbar. Daher wird sehr viel Funktionalität, die im Moment nur zum Arbeiten gebraucht wird, auch im Wohnbereich verfügbar sein müssen. Und daher werden Computer und Fernsehen eins werden, und man wird am „Fernseher“ seine Briefe schreiben (bzw. diktieren). Der

Arbeitsplatz wiederum wird für Videokonferenzen und ähnliches Multimedialkapazitäten bekommen.

*These:* Taxi Orange ist ein sehr schönes Beispiel für gelungene Konvergenz: Abendliche Sendungen im TV, Webseite mit allem Pipapo (Webcams, Chat, Foren,...), telephonische Wahl der Wochensieger, eigenes Magazin. Also eine gelungene Mischung (fast) aller Medien. Konvergente Produkte dieser Art machen kommerziellen Sinn. Die Konvergenz ist allerdings nur Mittel zum Zweck, ihr Erfolg beruht darin, daß sie die Bildung von Gemeinschaften und die Kommunikation unter den Zusehern anregen.

### **Ideelles Eigentum**

*These:* Der Wunsch nach dem physikalischen Medium wird immer vorhanden sein, Video On Demand, etc. werden daher kein großer Erfolg werden. Der Mensch will seinen Besitz in der Hand halten können, ideelles Eigentum genügt ihm nicht. Einzig die Verleihwirtschaft (Bibliotheken, Videotheken,... werden darunter leiden).

*Gegenthese:* Die Akzeptanz ideellen Eigentums ist eine Frage der Gewöhnung. Kein Mensch bewahrt heutzutage sein Geld im Sparstrumpf auf, jeder hat ein Konto. Was bei Aktien und Geld ausreichend ist, wird auch für Medien genügen. Da digitale Formate, die für den Benutzer unsichtbar aufbewahrt werden, billiger sind als physische Medien, werden sie sehr wohl erfolgreich sein. Die Verleihwirtschaft wird der große Gewinner sein, da weniger Leute Filme etc. kaufen, sondern die meisten nur noch leihen werden. Die Inhalte werden ohnedies stets online verfügbar sein und müssen daher nicht im Regal aufbewahrt werden.

### **Interaktivität**

*These:* Dem Menschen geht es um Kommunikation mit seinesgleichen, jedes Medium muß diese Kommunikation ermöglichen. Da bei Broadcastmedien jeder Teilnehmer das gleiche erlebt, werden gemeinsame Gesprächsthemen geschaffen. Bei interaktiven Medien fällt dieser wesentliche Erfolgsfaktor weg, der Mensch sehnt sich daher nicht nach interaktiven Themen.

*Gegenthese:* Der Mensch sehnt sich nach Kommunikation mit seinesgleichen, erfolgreiche Medien bieten daher Gemeinschaftserlebnisse. Korrekt. Aber auch in interaktiven Medien kann eine Gruppe das Gleiche erleben, wenngleich aus unterschiedlichen Perspektiven. Menschen können durch ein interaktives Medium auch miteinander kommunizieren. Interaktive Medien und zwischenmenschliche Kommunikation schließen einander nicht aus.

## Schlußwort

Das Keyevent des Telecommunication Circle '99 kann mit Sicherheit als Höhepunkt des zweijährigen Bestehens des TCC betrachtet werden. Es lassen sich zwar auch aus der bisherigen Geschichte des TCC viele interessante Ereignisse berichten, jedoch wurde mit dem Keyevent das erste Mal zentriert um das Themengebiet der Telekommunikation eine interdisziplinäre Veranstaltung mit Persönlichkeiten aus verschiedenen Bereichen organisiert. Der Gewinn dieses Events lag darin, daß an drei hintereinander folgenden Tagen verschiedene Aspekte diskutiert wurden, und wir somit fast gleichzeitig unterschiedliche Standpunkte erläutern und besprechen konnten.

Den wichtigsten Beitrag zu diesem Event lieferten aber selbstverständlich die Vortragenden. Im nachhinein betrachtet kann man feststellen, daß es uns gelungen ist, sehr interessante Persönlichkeiten für unser Event zu begeistern. Angefangen mit der Finanzierung von Forschungsprojekten und damit zusammenhängenden Problemen über die naturgemäß leicht gegensätzlichen Positionen der Telekom Austria und des Telekom Regulators konnten wir auch die Bedeutung neuer und „alter“ Medien in Österreich beleuchten. Alles in allem eine gelungene Collage mit dem zentralen Thema Telekommunikation.

Dankend erwähnen wollen wir Alcatel Austria, insbesondere unseren Betreuer Heinz Weiskirchner, welcher uns immer mit Rat und Tat zur Seite stand, sowie Harmen R. van As, den Leiter des Instituts für Kommunikationsnetze der TU-Wien, von dem die Idee des TCC stammt und der uns ebenfalls laufend unterstützte.