

**Deutsche nutzen Auskunfts- und Informationsdienste nicht nur, wenn der Flugverkehr zusammenbricht
Studie zeigt Bedeutung des TK-Teilsegments für Verbraucher, Unternehmen und Volkswirtschaft auf – 15,7 Milliarden Euro Umsatzeffekt**

Sie möchten während einer Fernsehsendung spenden oder bei einer Castingshow mitabstimmen? Sie benötigen dringend eine Auskunft zu Flugzeiten, brauchen Hilfe bei der Einrichtung des DSL-Anschlusses, möchten ein Spiel herunterladen oder telefonisch eine Überweisung tätigen? Tagtäglich werden im Festnetz und im Mobilfunk millionenfach Auskunfts- und Mehrwertdienste (AMWD) in Anspruch genommen. „Es gibt so viele verschiedene Anwendungsgebiete von Auskunfts- und Mehrwertdiensten, die im Alltag von den Bürgern genutzt werden. Sie kommen in nahezu allen Branchen und Sektoren der deutschen Volkswirtschaft zum Einsatz und bieten sowohl für private und geschäftliche Endkunden als auch für Inhalteanbieter bedeutsame Mehrwerte“, sagt VATM-Geschäftsführer Jürgen Grützner. Das unterstreichen auch die Ergebnisse der Studie „Gesamtwirtschaftliche Aspekte von Auskunfts- und Mehrwertdiensten in Deutschland“, die die WIK-Consult GmbH, Tochter des Wissenschaftlichen Instituts für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK), im Auftrag des VATM erstellt hat.

„Rund 15,7 Milliarden Euro wurden 2008 laut WIK-Studie insgesamt durch Auskunfts- und Mehrwertdienste direkt und indirekt durch nachgelagerte Prozesse umgesetzt. Neben den 2.000 unmittelbar im Kernbereich Telekommunikation Beschäftigten sind rund 240.000 Arbeitsplätze in Call Centern und bei Inhalteanbietern mit diesem Markt verknüpft“, unterstreicht Grützner: „AMWD sind ein essenzieller Bestandteil der Wertschöpfung in weiten Teilen der Volkswirtschaft.“ Der `Wertschöpfungseffekt` habe sich 2008 auf rund 11,7 Milliarden Euro belaufen, so ein weiteres Ergebnis der Untersuchung.

„Gerade für den Mittelstand in Deutschland von besonderer Bedeutung“

Neben Spezialisten der Auskunfts- und Mehrwertdienste sowie Inhalteanbietern tragen mittelbar Medien, Werbeindustrie, technische Ausrüster und Systemanbieter, Softwareentwickler und Inkassodienstleister zur Bereitstellung dieser Dienste bei. „Marktuntersuchungen unseres Instituts haben gezeigt, dass neben Großunternehmen vor allem eine Vielzahl kleinerer und mittlerer Unternehmen im Zusammenhang mit der Entwicklung und Erbringung von AMWD tätig sind. Insofern sind Auskunfts- und Mehrwertdienste gerade für den Mittelstand in Deutschland von besonderer Bedeutung“, erläutert einer der Autoren der Studie, Ralf. G. Schäfer von der WIK-Consult GmbH.

Im deutschen TK-Markt können die Verbraucher im Wesentlichen zwei Formen von Auskunfts- und Mehrwertdiensten nutzen: Dienste, die über Servicrufnummern abgewickelt werden, und mobilfunkspezifische Dienste. Dienste über Servicrufnummern umfassen 0800-Freephone-Dienste, 0180-Service-Dienste, 0900-Premium-Rate-Dienste, 0137-MABEZ-Dienste (Massenverkehr zu bestimmten Zielen; zum Beispiel Voting) und 118xy-Auskunftsdienste. Zu den mobilfunkspezifischen Diensten gehören Premium-SMS/-MMS,

Premium-Voice-Dienste und Payment-Dienste. Während die Servicrufnummern in der Regel aus Fest- und aus Mobilfunknetzen gleichermaßen erreichbar sind, können mobilfunkspezifische Dienste über entsprechende Kurzwahlnummern nur von Mobilfunkteilnehmern genutzt werden.

Rund 400.000 Unternehmen setzen AMWD ein

Nach Schätzungen setzen rund 400.000 Unternehmen in Deutschland AMWD im Rahmen ihrer Geschäftsprozesse ein. „Das heißt, diese Unternehmen bieten zumindest einzelne ihrer Leistungen privaten oder geschäftlichen Nachfragern über Auskunfts- und Mehrwertdienste an. AMWD haben in den meisten Wirtschaftszweigen eine zum Teil zentrale Bedeutung für die jeweiligen wirtschaftlichen Aktivitäten. Sie stellen ein wichtiges Bindeglied dar, um eine effiziente Interaktion zwischen Unternehmen und den zugehörigen Endkunden zu ermöglichen“, so Schäfer.

Versandhandel, Teleshopping, Telebanking, Telefonauskunft (einschließlich Weiterleitung), Call-In-TV/Participation-TV, Technik-Support (z. B. für Computer oder Haushaltsgeräte), Kundenbetreuung (z.B. für Energieversorger, Versicherungen, TK-Anbieter, Automobilclubs), Informations-Hotlines (u. a. für Konsumgüterindustrie, Einzelhandel, Touristikunternehmen) und Unterhaltungsangebote (z. B. Lebensberatung, Astrologie, Adult-Content) stellen nur einige der umfangreichen und vielfältigen Einsatzfelder von AMWD dar.

„Die Palette hat sich deutlich verbreitert“

„Diese beispielhafte Aufzählung verdeutlicht, dass die inhaltliche Komponente von AMWD einerseits eine eigenständige Dienstleistung umfassen kann“, erklärt Schäfer. „Andererseits können die über Auskunfts- und Mehrwertdienste erbrachten Leistungen aber auch wesentliche Produktions- und Inputfaktoren bilden, die andere Unternehmensaktivitäten und die daraus folgende Wertschöpfung überhaupt erst ermöglichen – zum Beispiel beim Versandhandel als Vertriebskanal.“ Der besondere Mehrwert von AMWD ergebe sich für die nutzenden Unternehmen durch die Integration von TK-Übertragung, Inhalt und Abrechnung.

„Der Markt für AMWD in Deutschland ist seit der Liberalisierung des TK-Marktes ein sehr dynamisches Teilsegment“, fasst Schäfer zusammen. „Das zeigt sich sowohl in der Entwicklung der Marktvolumina und in der Zahl der Marktspieler als auch in der angebotenen Palette von Produkten und Dienstleistungen. Marktstruktur und Wettbewerb in der Auskunfts- und Mehrwertdienstbranche haben sich in den vergangenen Jahren nachhaltig gewandelt. Die Palette hat sich deutlich verbreitert, etwa weg von der reinen Rufnummern-Auskunft zu mehr Content, Information und Service. Zu dieser Veränderung hat insbesondere beigetragen, dass der Druck auf die Marktteilnehmer im TK-Sektor gewachsen ist, Umsätze außerhalb des klassischen Telefongeschäfts zu generieren.“

Das Executive Summary, eine Präsentation sowie die WIK-Studie „Gesamtwirtschaftliche Aspekte von Auskunfts- und Mehrwertdiensten in Deutschland“ stehen unter www.vatm.de und unter www.wik.org zum Download zur Verfügung.

Informationen/Rückfragen

Verband der Anbieter von
Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e.V.
VATM-Geschäftsstelle

Corinna Keim, Maria Schlechter-Heims
Oberländer Ufer 180 -182
50968 Köln
Telefon: 02 21 / 3 76 77 – 23

Telefax: 02 21 / 3 76 77 – 26

VATM im Internet: www.vatm.de
mailto: presse@vatm.de

Presseverteiler

Scholz & Friends Profile

Sabine Tjørnelund
Zollhof 11
40221 Düsseldorf
Telefon: 0211 / 60 20 80

Telefax: 02 11 / 60 20 82 00

Im **VATM** sind mehr als 90 der im deutschen Markt operativ tätigen Telekommunikations- und Dienstleistungsunternehmen aktiv. Alle stehen im direkten Wettbewerb zum Ex-Monopolisten Deutsche Telekom AG und engagieren sich für mehr Wettbewerb im Telekommunikationsmarkt – zugunsten von Innovationen, Investitionen und Beschäftigung. Seit der Marktöffnung im Jahr 1998 haben die Wettbewerber im Festnetz- und Mobilfunkbereich Investitionen in Höhe von rund 45 Mrd. € vorgenommen. Unmittelbar sichern die neuen Festnetz- und Mobilfunkunternehmen über 54.000 Arbeitsplätze in Deutschland sowie zusätzlich etwa 50 Prozent der Beschäftigung in den Zulieferbetrieben.

Das **WIK** (Wissenschaftliches Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste) wurde 1982 als Ideenschmiede des damaligen Postministeriums gegründet und hat sich inzwischen zum bedeutendsten Forschungs- und Beratungsinstitut für Kommunikationsdienste in Deutschland entwickelt. Es befasst sich mit Marktregulierung und Sektorpolitik in den Bereichen: Post, Telekommunikation, Strom, Gas, Wasser, Abwasser und Transport. Zum WIK gehört außerdem die WIK-Consult, die die Expertise des Hauses auch für Beratungsanliegen von Kunden im Bereich der Privatwirtschaft sowie öffentlicher Institutionen zugänglich macht. Die WIK-Consult ist eine Tochtergesellschaft des WIK. WIK und WIK-Consult haben in Summe 50 Beschäftigte.