

Tabelle 15: Preisobergrenze Daten-Eurotarif

Jeweils 1. Juli in Euro exkl. USt.	2012	2013	2014	2015	2016
Vorleistungsebene	0,25	0,15	0,05	0,05	0,05*
Endkundenebene	0,70	0,45	0,20	0,20	0,20**

* Preisobergrenze gültig bis zum Außerkrafttreten der Verordnung am 30. Juni 2022.

** Preisobergrenze gültig bis 30. Juni 2017.

Quelle: RTR-GmbH

Voice-Mail-Roamingnachricht

Roaminganbieter dürfen für den Empfang einer Voice-Mail-Roamingnachricht kein Entgelt verrechnen.

8.3.2 Großkundenroamingzugang (Art. 3) und separater Verkauf regulierter Roamingdienste auf Endkundenebene (Art. 4 und 5)

Die Bestimmung des Art. 3 Roamingverordnung ermöglicht seit 1. Juli 2012 Mobilfunknetzbetreibern, einerseits einen direkten Zugang zu regulierten Entgelten von Mobilfunknetzbetreibern in der Europäischen Union zu bekommen, andererseits wird auch der Wiederverkauf von Roamingdiensten zu regulierten Preisen geregelt.

Art. 4 und 5 regeln den separaten Verkauf von Roamingdiensten auf Endkundenebene und treten am 1. Juli 2014 in Kraft. Die Bestimmung wird es ermöglichen, unter Beibehaltung der Telefonnummer zwei verschiedene Anbieter, einen für nationale Telekommunikationsdienste und einen für regulierte Roamingdienste, zu wählen.

8.3.3 BEREC

In der Roamingverordnung ist zudem vorgesehen, dass das Gremium Europäischer Regulierungsstellen für elektronische Kommunikation (BEREC, <http://berec.europa.eu>) Leitlinien (Guidelines) bzw. Stellungnahmen zu bestimmten Aspekten der Roamingverordnung verfasst (Art. 3 und 5 Roamingverordnung), die eine einheitliche Umsetzung dieser Maßnahmen ermöglichen sollen. Guidelines zu Art. 3 (Wholesale Roaming Access) wurden bereits 2012 von BEREC erstellt. In weiterer Folge wird BEREC an der Erstellung der Guidelines zu Art. 4 und 5 Roamingverordnung arbeiten, welche 2013 fertiggestellt werden. Am 14. Dezember 2012 hat die Europäische Kommission für den separaten Verkauf von Roamingdiensten einen Durchführungsrechtsakt zu Art. 4 und 5 erlassen, um die technischen Lösungen zu Art. 4 und 5 Roamingverordnung zu spezifizieren.

8.4 Anzeigepflichtige Dienste

Gemäß § 15 Telekommunikationsgesetz 2003 (TKG 2003) ist die beabsichtigte Bereitstellung von öffentlichen Kommunikationsnetzen oder -diensten sowie deren Änderung oder Einstellung vor Betriebsaufnahme, Änderung oder Einstellung der Regulierungsbehörde anzuzeigen.

Hinsichtlich der Anzeigemodalitäten wird auf die Ausführungen in den Vorjahresberichten verwiesen.

Mit 31. Dezember 2012 lagen 1.446 aktive Dienstanzeigen von insgesamt 727 Betreibern vor, wobei es sich bei 159 Unternehmen um Betreiber von Callshops bzw. Internetcafes handelt. Diese sind nunmehr, aufgrund der Novelle zum TKG 2003, von einer Vielzahl von Verpflichtungen, die sich aus dem TKG 2003 grundsätzlich für alle Unternehmen ergeben, die zu einer Anzeige gemäß § 15 TKG 2003 verpflichtet sind, ausgenommen (u.a. Anzeige von Allgemeinen Geschäftsbedingungen).

8.5 Kommunikationsparameter

8.5.1 116 000 „Hotline für vermisste Kinder“

Seit Oktober 2012 steht auch in Österreich die „Hotline für vermisste Kinder“ 116 000 Hilfesuchenden im Zusammenhang mit diesem Thema zur Verfügung. Diese Hotline nimmt Meldungen über vermisste Kinder entgegen, leitet diese an die Polizei weiter, berät die für vermisste Kinder verantwortlichen Personen und unterstützt die Suche. Diese öffentliche Kurzrufnummer im Bereich für harmonisierte Dienste von sozialem Wert stand ab Mitte 2007 für die Zuteilung bereit, womit die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) schon damals diese Vorgabe der Europäischen Union, die in ihren Kompetenzbereich fällt, umgesetzt hat. 2011 erfolgte die Zuteilung an den Österreichischen Rundfunk (ORF).

8.5.2 Novelle der Kommunikationsparameter-, Entgelt- und Mehrwertdienstverordnung 2009 – KEM-V 2009

Am 30. Juni 2012 trat die 3. Novelle der KEM-V 2009 in Kraft. Neben einigen Anpassungen bezüglich der Prozeduren bei Zuteilung, Übertragung und Rückgabe von Rufnummern, insbesondere wenn portierte Rufnummern betroffen sind, enthält die Novelle folgende wesentliche Neuerungen:

Die Verpflichtung für Kommunikationsdienstbetreiber, eine Störungsmeldestelle anzubieten, wurde dahingehend erweitert, dass dieser Verpflichtung nun auch mittels einer tariffreien oder einer quellnetztarifierten Rufnummer (d.h. auch geografischen Rufnummer) nachgekommen werden kann. Bisher musste eine Störungsmeldestelle im Rufnummernbereich 111 angeboten werden. Dieser Verpflichtung wurde grundsätzlich entsprochen, zusätzlich wurden aber schon bisher oft zusätzlich Rufnummern für Störungsmeldestellen hinter tariffreien oder geografischen Rufnummern angeboten. Diese wurden auch aktiv publiziert, wodurch die Bekanntheit von Rufnummern im Bereich 111 nicht gegeben war.

Aufgrund der im Februar 2012 in Kraft getretenen Nummernübertragungsverordnung 2012 (NÜV 2012) war es notwendig, die Funktion des bisherigen Netzansage-Präfixes zu erweitern. Zukünftig darf das Präfix „061“ nicht nur, so wie bisher, für die Deaktivierung einer Ansage vor Gesprächsaufbau verwendet werden, sondern auch für die Aktivierung dieser Ansage. Diese Regelung legt aber keine Verpflichtung zum Anbieten dieses Präfixes fest, d.h. es steht den Betreibern frei, dieses Service anzubieten oder nicht.

Weiters wurde festgelegt, dass bei der Erbringung von Mehrwertdiensten der Dienstleister darauf zu achten hat, dass der Dienst, unter Berücksichtigung des Inhaltes desselben, zeitnahe **erbracht und dem zugrunde liegenden** Rechtsgeschäft in transparenter Weise entsprochen werden muss. Diese **Regelung wurde eingeführt, um auch** telekom-rechtlich gegen Diensteanbieter, die die Dienstleistung verzögern bzw. bewusst in die Länge ziehen, vorgehen zu können.

Betreffend die Rufnummernbereiche (0)810 und (0)820 wurde vonseiten der Konsumentenschützer gefordert, die Tariftransparenz für Endkunden, beispielsweise durch eine verpflichtende Tarifangabe bei der Bewerbung, zu erhöhen. Diese Maßnahme erschien aber aufgrund des maximalen zur Anwendung gelangenden Minutenentgelts von 0,20 Euro überschießend. Im Gegensatz zu geografischen und mobilen Rufnummern wird die Tarifierung zu diesen Rufnummern vom Dienstleister und dem Zielnetzbetreiber festgelegt und gilt für alle Netze gleich, auch unabhängig davon, ob aus einem Mobilnetz oder Festnetz angerufen wird. D.h. es kann zu jeder Rufnummer ein konkreter Tarif vom Zielnetzbetreiber angegeben werden. Um diesen Tarif der Allgemeinheit zugänglich zu machen, wurde in der Novelle der KEM-V 2009 festgelegt, dass der Tarif jeder einzelnen Diensterrufnummer der RTR-GmbH anzuzeigen ist. Diese hat in der Folge den Tarif auf ihrer Website zu veröffentlichen. Unter www.rtr.at/Rufnummernabfrage kann daher ab 1. Jänner 2013 nach Eingabe einer Rufnummer aus den Bereichen (0)810, (0)820 und (0)821 das jeweilige Entgelt für Sprach- und SMS-Dienste abgefragt werden.

8.5.3 Spezielle Kommunikationsparameter-Verordnung 2012 – SKP-V 2012

Aufgrund der letzten Novelle des Telekommunikationsgesetzes 2003 (TKG 2003) sind gemäß § 135 TKG 2003 Verordnungen der RTR-GmbH im Bundesgesetzblatt II zu verlautbaren. Daher wurde die gesamte SKP-V aus dem Jahr 2004 als „neue“ Verordnung „SKP-V 2012“ im BGBl. II verlautbart. Die SKP-V 2012 (BGBl. II Nr. 225/2012) trat mit 30. Juni 2012 in Kraft.

Inhaltlich wurde lediglich die Verpflichtung, bei Antragstellung einen inländischen Zustellbevollmächtigten namhaft zu machen, eingefügt. Auch wurden, um den Anforderungen des Marktes entgegenzukommen, universellere Regelungen zur Befristung der Zuteilungen von speziellen Kommunikationsparametern aufgenommen.

8.5.4 Statistische Auswertungen im Bereich Rufnummernverwaltung

Tabelle 16 gibt einen quantitativen Überblick über die in den letzten fünf Jahren ausgefertigten Rufnummernzuteilungsbescheide. Die Anzahl der Zuteilungsbescheide ist gegenüber dem Vorjahr um insgesamt 27 % gesunken. Während die Zuteilungsbescheide für geografische Teilnehmernummern konstant geblieben sind, gab es im Jahr 2012 einen Rückgang bei Zuteilungsbescheiden für nichtgeografische Rufnummern. Dieser ist vor allem auf die geringere Anzahl von Zuteilungsbescheiden in den Rufnummernbereichen (0)720, (0)780, (0)900, (0)901 und (0)930 zurückzuführen. Aufgrund der steigenden Anzahl von portierten Rufnummern ist der Aufwand bei Rufnummernübertragungen (zwischen Betreibern) und Rückgaben an die RTR-GmbH erheblich gestiegen, da der Status jeder einzelnen Rufnummer eines Blocks (nicht portiert bzw. zu welchem Betreiber portiert) festgestellt werden muss.

Tabelle 16: Anzahl der Rufnummernbescheide 2008 bis 2012

	2008	2009	2010	2011	2012
Anzahl positive Bescheide	991	786	710	707	525
davon für geografische Rufnummern	314	239	187	237	235
davon für nichtgeografische Rufnummern	677	547	523	470	290
Anzahl negative Bescheide	75	43	35	43	22
SUMME	1.066	829	745	750	547

Quelle: RTR-GmbH

Im Rahmen der Verwaltung von speziellen Kommunikationsparametern wurden im Jahr 2012 insgesamt sieben Bescheide (ein Bescheid davon negativ) ausgestellt.

Die Entscheidung über einen Rufnummernantrag muss gemäß TKG 2003 innerhalb von drei Wochen nach Einlangen des vollständigen Antrags erfolgen. Wie aus Tabelle 17 ersichtlich, konnten die Bearbeitungszeiten des Vorjahres wiederum erreicht werden. Über 50 % der Bescheide konnten weiterhin innerhalb eines Tages ausgestellt werden. Zu dieser Auswertung ist anzumerken, dass es sich nicht um Werktage handelt; d.h. ein am Donnerstag einlangender und am Montag beschiedener Antrag wird mit vier Bearbeitungstagen berücksichtigt.

Tabelle 17: Bearbeitungszeiten von Rufnummernanträgen in Tagen 2008 bis 2012

	2008	2009	2010	2011	2012
Durchschnittliche Bearbeitungszeit	2,2	2,2	2,2	2,0	1,97
50 % aller Anträge	1,2	1,2	1,2	0,96	1,01
90 % aller Anträge	4,0	4,2	3,6	3,8	3,52

Quelle: RTR-GmbH

Tabelle 18 gibt einen Überblick über alle von der RTR-GmbH verwalteten Rufnummernbereiche zum Stichtag 31. Dezember 2012 inklusive der zugeteilten und genutzten Rufnummern.

Gegenüber den Vorjahren ergaben sich 2012 teilweise signifikante Änderungen bei Nutzungen in einzelnen Rufnummernbereichen. Speziell bei Teilnehmernummern mit geregelten Tarifobergrenzen (+ 34 %), Teilnehmernummern für eventtarifizierte Dienste (+ 16 %), Telefonauskunftsdienste (+ 21 %), Routingnummern für Dienste (+ 22 %) und bei Teilnehmernummern für SMS-Dienste mit geregelten Tarifobergrenzen (+ 348 %) gab es teilweise erhebliche Nutzungssteigerungen. Da diese Statistiken auf den verpflichtenden Nutzungsanzeigen basieren, kann ein Teil der Steigerungen darauf zurückgeführt werden, dass die Qualität der Nutzungsanzeigen im letzten Jahr erheblich gestiegen ist. Ein teils leichter Rückgang von genutzten Teilnehmernummern war 2012 bei Teilnehmernummern für konvergente Dienste (- 1 %), bei Teilnehmernummern für Dial-up-Internetzugänge (- 4 %) und bei Teilnehmernummern für entgeltfreie Dial-up-Internetzugänge (- 9 %) zu verzeichnen.

Die Anzahl der genutzten geografischen Teilnehmernummern ging bei der A1 Telekom Austria AG (A1 Telekom) geringfügig zurück (Rückgang um 1 %). Aufgrund des Zuwachses von Nutzungen bei alternativen Betreibern (+ 7 %) konnte insgesamt österreichweit eine kleine Steigerung genutzter geografischer Teilnehmernummern von + 1 % verzeichnet werden.

Tabelle 18: Zugeteilte und genutzte Rufnummern in Österreich per 31. Dezember 2012

	Bereich	Zugeteilt	Rufnummern	
			tatsächlich genutzt	Veränderung zum Vorjahr
Geografische Teilnehmernummern A1 Telekom	(0)1, (0)2xx, (0)3xx, (0)4xx, (0)5xx, (0)6xx, (0)7xx	25.830.000*	2.348.312****	- 1 %
Geografische Teilnehmernummern alternative Netzbetreiber	(0)1, (0)2xx, (0)3xx, (0)4xx, (0)5xx, (0)6xx, (0)7xx	3.032.700*	686.082****	+ 7 %
Bereichskennzahlen für private Netze	(0)5	670	592	+ 7 %
Bereichskennzahlen für mobile Netze**	(0)6xx	9	9***	0 %
Dial-up-Internetzugänge	(0)718	7.100	26	- 4 %
Standortunabhängige Festnetznummern	(0)720	286.600	68.079****	+ 9 %
Konvergente Dienste	(0)780	1.900	1.900	- 1 %
Entgeltfreie Dienste	(0)800	80.685	15.972	+ 4 %
Entgeltfreie Dial-up-Internetzugänge	(0)804 00	226	20	- 9 %
Dienste mit geregelten Tarifobergrenzen	(0)810, (0)820, (0)821	98.712	25.838	+ 34 %
SMS-Dienste im Bereich für geregelte Tarifobergrenzen	(0)828 2	1.644	121	+ 348 %
Mehrwertdienste	(0)900, (0)930	111.671	28.934	+ 1 %
Eventtarifizierte Dienste	(0)901, (0)931	38.592	3.476	+ 16 %
Dialer (Mehrwertdienste)	(0)939	6.600	49	- 2 %
Betreiberauswahl-Präfix (Öffentliche Verbindungsnetze)	10	35	31	+ 11 %
Telefonstörungsannahmestellen	111	66	61	+ 2 %
Telefonauskunftsdienste	118	46	41	+ 21 %
Routingnummern für Rufnummernportabilität	86	51	45	+ 10 %
Routingnummern für Rufnummernportabilität	87	14	12	0 %
Routingnummern für Dienste	89	33	28	+ 22 %

* Die Angaben basieren auf unverkürzten Rufnummern, d.h. eine um eine bzw. zwei Stellen verkürzte Rufnummer entspricht zehn bzw. hundert unverkürzten Rufnummern.

** Am Stichtag sind Teilnehmernummern hinter folgenden neun Bereichskennzahlen zugeteilt: (0)650, (0)660, (0)664, (0)676, (0)678, (0)680, (0)681, (0)688, (0)699. Teilweise sind nur Teilbereiche hinter einer mobilen Bereichskennzahl zugeteilt.

*** Auf der Basis genutzter Bereichskennzahlen.

**** Aufgrund noch nicht vollständiger Datenlieferungen für das 4. Quartal 2012 beziehen sich Nutzungsdaten geografischer Teilnehmernummern und Teilnehmernummern im Bereich (0)720 auf den Stichtag 30. September 2012.

Quelle: RTR-GmbH

8.6 Verordnungen der RTR-GmbH

Mit der letzten TKG-Novelle (7. Novelle des TKG 2003 [BGBl. I Nr. 102/2011]) wurde der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) eine Reihe von neuen Verordnungsermächtigungen eingeräumt.

8.6.1 Nummernübertragungsverordnung 2012 – NÜV 2012

Das Telekommunikationsgesetz 2003 (TKG 2003) sieht in § 23 Abs. 3 nunmehr eine Verordnungsermächtigung zugunsten der RTR-GmbH im Bereich der Übertragung von Nummern zwischen Mobilfunknetzen vor. Die Zuständigkeit für die NÜV ist aufgrund der 7. Novelle des TKG 2003 vom Bundesminister für Verkehr, Innovation und Technologie auf die RTR-GmbH übergegangen. Da die bestehende NÜV, BGBl. II Nr. 513/2003 am 1. März 2012 außer Kraft trat, wurde von der RTR-GmbH die grundsätzliche Notwendigkeit gesehen, eine neue NÜV spätestens am 1. März 2012 zu erlassen.

Nummernübertragungsinformation (NÜVI)

In der NÜV 2012 ist nun detailliert geregelt, wann der Endkunde die NÜVI erhält, je nachdem, ob er die NÜVI beim abgebenden Mobil-Telefondienstbetreiber oder beim potenziell aufnehmenden Mobil-Telefondienstbetreiber beantragt. Soweit die NÜVI vom Teilnehmer beim abgebenden Mobil-Telefondienstbetreiber beantragt wird, hat dieser die NÜVI dem Teilnehmer persönlich auszuhändigen. Soweit dies nicht möglich ist, ist die NÜVI an eine vom Teilnehmer zu diesem Zweck bekannt gegebene E-Mail-Adresse zu übermitteln. Soweit dies auch nicht möglich ist, ist die NÜVI nachweislich spätestens einen Werktag nach Antragstellung, wobei Samstage, der 24. Dezember und 31. Dezember nicht als Werktage zählen, zur Postaufgabe zu bringen.

Wird die NÜVI in den Geschäftsräumlichkeiten des potenziell aufnehmenden Mobil-Telefondienstbetreibers beantragt, ist diese dem Teilnehmer persönlich auszuhändigen.

Weiters wurde die Gültigkeitsdauer der NÜVI von 60 Tagen auf 90 Tage, bei Wunschterminen sogar auf 100 Tage verlängert. Im Konkreten bedeutet das, dass nach der NÜV 2012 ein Antrag auf Rufnummernportierung nicht später als nach 90 Tagen beim potenziell aufnehmenden Mobil-Telefondienstbetreiber einlangen darf, ein allenfalls gewünschtes Portierdatum jedoch nicht später als 100 Tage nach Ausstellung der NÜVI liegen darf.

Entgelte

In der bisherigen NÜV war eine Bestimmung über die vom Endkunden für die Portierung zu zahlenden Entgelte nicht enthalten. Gemäß § 23 Abs. 2 TKG 2003 darf vom portierenden Teilnehmer für die Übertragung der Nummer kein abschreckendes Entgelt verlangt werden. Im Zuge eines Aufsichtsverfahrens vor der Telekom-Control-Kommission (TKK) wurde angeordnet, dass das Entgelt, welches einen Gesamtbetrag in Höhe von 19,- Euro (inklusive USt. und inklusive dem Betrag in Höhe von 4,- Euro) für die NÜVI nicht übersteigt, als nicht abschreckend gilt (Bescheid der TKK R 2/08 vom 17. März 2008). Eine sinngemäße Bestimmung wurde in die NÜV 2012 aufgenommen.

Netzansage

Änderungen gab es auch im Bereich der Netzansage. Bisher wurde vorgesehen, dass am Beginn jedes Gesprächs kostenlos eine Information über die Identität des tarifrelevanten Zielnetzes anzusagen ist, sofern das Endkundenentgelt nicht unmittelbar aus der Rufnummer selbst ableitbar ist und somit von jenem Netz abhängt, in dem die angerufene Rufnummer genutzt wird. Aufgrund der nunmehr geänderten Produkte (All-in-Verträge) ist dies zum Schutz des Kunden nicht mehr erforderlich.

Im Gegensatz zur bisherigen verpflichtenden Netzansage ist daher in der NÜV 2012 ein Verbot der Netzansage vorgesehen. Der Kunde hat jedoch die Möglichkeit, kostenfrei die Schaltung einer kostenlosen Netzansage zu verlangen,

soweit diese tariflich relevant ist. Betreiber von festen Telefondiensten können hinsichtlich der Teilnehmer, die Unternehmer iSd § 1 Konsumentenschutzgesetz (KSchG) sind, dem Verlangen nach Netzansage auch dahingehend nachkommen, dass die Aktivierung der Ansage durch Wahl eines Präfixes vor der Zielrufnummer erfolgt.

8.6.2 Kostenbeschränkungsverordnung – KostbeV

Mit der 7. Novelle des TKG 2003 wurde in § 25a TKG 2003 eine Verordnungsermächtigung zugunsten der Regulierungsbehörde im Bereich der Kostenbeschränkung vorgesehen. Nach langen Vorbereitungsarbeiten und einer von kontroversiellen Standpunkten geprägten Konsultation wurde im Februar 2012 die KostbeV fertiggestellt. Die Verordnung wurde im Anschluss daran im Bundesgesetzblatt (BGBl. II Nr. 45/2012) kundgemacht und ist am 1. Mai 2012 in Kraft getreten. Der Anwendungsbereich der Verordnung erstreckt sich sowohl auf mobile Datendienste als auch auf mobile Sprach- und SMS-Dienste, für letztere sind jedoch zu diesem Zeitpunkt noch keine konkreten Maßnahmen angeordnet, da dieses Segment noch bis zum Jahresende 2012 evaluiert wurde. Aus dem Anwendungsbereich ausgenommen sind:

- Festnetzanschlüsse, „Telefonzellen“ (VoIP o.Ä.),
- Roaming,
- Prepaid-Tarife,
- Telefondienste ohne Zugangsnetz (VoIP am Smartphone, z.B. Skype),
- Unternehmer iSd KSchG (diese haben aber eine „Opt-In“-Möglichkeit),
- Grundentgelte – diese bleiben immer außer Betracht.

Weiters sind nur Tarife betroffen, die nicht ohnehin schon „Flat-Tarife“ sind oder einen „Speed-Step-Down“ bei Verbrauch der Pauschaleinheiten vorsehen. Verbraucher iSd KSchG unterliegen automatisch dem Schutz der KostbeV, Unternehmer hingegen haben die Möglichkeit zum „Opt-In“. Kernelement der Verordnung sind Schutzmaßnahmen für mobile Datendienste. In diesem Segment wurden daher folgende Einrichtungen angeordnet:

Warnungen

Der Betreiber kann gemäß § 4 KostbeV wählen, ob er seinen Kunden pro Abrechnungszeitraum Warnungen vor Verbrauch des im Vertrag inkludierten Datenvolumens oder bei Erreichen von 30,- Euro an Überschreitungsentgelten (Entgelte, die zusätzlich zum Grundentgelt anfallen) übermittelt. Die Warnungen sind nach den jeweiligen technischen Möglichkeiten (unter Bezugnahme auf den „Branchenkodex Mobilfunk“) zu versenden. Besteht gerade eine aktive Datenverbindung, kann diese bei der Warnung meist nicht berücksichtigt werden (keine „Echtzeit-Verrechnung“). Warnungen müssen vom Betreiber zumindest per SMS versendet werden, können aber zusätzlich auch auf „andere geeignete“ Art und Weise (beispielsweise durch Umleitung auf eine Website) übermittelt werden.

Weiters dürfen Warnungen keine Werbung enthalten und es darf darin nicht zu einem Verzicht auf Warnungen oder Sperren aufgefordert werden.

Automatische Sperren

Der Betreiber hat sicherzustellen, dass pro Abrechnungszeitraum nicht mehr als 60,- Euro (an verbrauchsabhängigen Entgelten) für mobile Datendienste verrechnet werden. Wird der Wert von 60,- Euro erreicht, hat der Betreiber drei Möglichkeiten: Er kann bis zum Ende des Rechnungszeitraums

- den Anschluss für Datendienste sperren,
- die kostenfreie Weiternutzung zulassen oder
- die kostenfreie Weiternutzung mit einer Bandbreitenbeschränkung auf zumindest 128 kbit/s zulassen.

Richtet der Betreiber eine Sperre oder Bandbreitenbeschränkung ein, muss er hierüber wiederum per SMS informieren. Auch in dieser Information darf keine Werbung enthalten sein (siehe oben), der Betreiber darf aber ein Datenpaket anbieten. Auch darf nicht zum Verzicht auf die Einrichtungen der KostbeV oder zur fortgesetzten kostenpflichtigen Dienstenutzung (Aufhebung der Sperre/Beschränkung) aufgefordert werden.

Generelle Bandbreitenbeschränkung

§ 5 der KostbeV ermöglicht es Betreibern (eine Verpflichtung besteht jedoch nicht), bei Tarifen, die nach Verbrauch der pro Abrechnungszeitraum vereinbarten Datenvolumina eine verbrauchsabhängige Verrechnung vorsehen (z.B. 25 Eurocent je zusätzlichem MB), diese Tarife mit einer Bandbreitenbeschränkung auf 128 kbit/s zu versehen. Diese Beschränkung wird ab dem vollständigen Verbrauch des inkludierten Datenvolumens oder – soweit es sich um einen Tarif ohne „Datenpaket“ handelt – gleich bei Beginn der Datennutzung wirksam. Eine verbrauchsabhängige Verrechnung findet in diesem Fall nicht statt. Dies bedeutet, dass über das Grundentgelt für den Datentarif hinaus keine Entgelte für Datendienste anfallen können.

Ein Verzicht auf die Einrichtungen der Verordnung ist je Anschluss zumindest einmal pro Jahr kostenlos möglich, die Wiedereinrichtung der Schutzmaßnahmen ist immer kostenfrei. Der Verzicht kann jedoch nur auf ausdrücklichen Wunsch des Teilnehmers (somit nicht in AGB oder Vertragsformblättern) und nur in Schriftform erfolgen.

Auswirkungen und Ausblick

Im Rahmen der Evaluierung der KostbeV konnte die Wirksamkeit der Maßnahmen bei mobilen Datendiensten bereits beobachtet werden, da die Anzahl der diesbezüglichen Streitschlichtungsanträge nach § 122 TKG 2003 bereits stark zurückgegangen ist: Betrug der Anteil von Entgeltstreitigkeiten wegen mobiler Datendienste an allen neuen Anträgen im Februar 2012 noch 35 %, so sank dieser Wert im Oktober 2012 auf nur noch 12 %. Auch die Gesamtanzahl der eingebrachten Streitschlichtungsanträge ist seit Inkrafttreten der KostbeV rückläufig. Diesbezügliche Beschwerden wird es jedoch weiterhin bei Verträgen von Unternehmern geben, da diese vom Anwendungsbereich grundsätzlich ausgenommen sind, jedoch die Möglichkeit zum „Opt-In“ haben. Hinsichtlich des Sprach-SMS-Segments wird die Evaluierung der Beschwerdesituation zu Beginn des Jahres 2013 abgeschlossen werden.

8.6.3 Mitteilungsverordnung – MitV

Die RTR-GmbH hat mit dem Ziel, die Transparenz der Mitteilung von nicht ausschließlich begünstigenden Vertragsänderungen nach § 25 Abs. 3 TKG 2003 zu erhöhen, gemäß § 25 Abs. 3 TKG 2003 auch eine MitV erlassen.

Mit dieser Verordnung soll das Ziel erreicht werden, dass Teilnehmer transparent über die geplanten Vertragsänderungen informiert werden, sodass sie die Möglichkeit haben, entsprechende Dispositionen im Zusammenhang mit ihrem „kostenlosen“ Kündigungsrecht nach § 25 Abs. 3 TKG 2003 zu treffen. Besonderes Augenmerk ist auf den Detaillierungsgrad, Inhalt und Form der Mitteilung gelegt worden sowie darauf, dass beim Teilnehmer aufgrund der Mitteilung ein zutreffendes Bild von seiner Rechtsposition erzeugt wird.

Die MitV wurde am 2. Juli 2012 gemäß § 135 Abs. 2 TKG 2003 im Bundesgesetzblatt (BGBl. II Nr. 239/2012) kundgemacht und trat am 1. August 2012 in Kraft.

Die MitV samt erläuternden Bemerkungen wird auf der Website der RTR-GmbH unter www.rtr.at/de/tk/MitV zum Download bereitgestellt.

8.7 Arbeitsschwerpunkt NGN/NGA

Die Migration zu Next Generation Access (NGA) und Next Generation Networks (NGN), also neuen Netzkonzepten und -infrastrukturen im Telekom-Bereich, hat sich auch im Jahr 2012 fortgesetzt. Beide Entwicklungen sind als Evolutionen zu sehen, die nicht abrupt, sondern schrittweise über einen längeren Zeitraum erfolgen. Die Regulierungsbehörde begleitet diesen Prozess bereits seit einigen Jahren, bedeutet er doch einen grundlegenden Wandel der heimischen Telekom-Landschaft aus ökonomischer, technischer und auch regulatorischer Sicht.

Im Bereich NGA, also den glasfaserbasierten Anschlussnetzen (Next Generation Access), galt im abgelaufenen Jahr einmal mehr das Augenmerk dem Ausbau solcher Netze und der Implementierung von Regulierungsmaßnahmen aus dem Marktanalysebescheid M 3/09 der Telekom-Control-Kommission (TKK) zum Vorleistungsmarkt für „Zugang zu physischer Infrastruktur“. Hier stand insbesondere die konkrete Ausprägung der virtuellen Entbündelung im Mittelpunkt der Tätigkeit (siehe auch Kapitel 7.2). Was den konkreten Roll-out betrifft, waren der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) mit Ende 2012 österreichweit Umbauvorhaben in rund 119 Anschlussbereichen bekannt, wobei es sich beim Gros der Ausbauten um FTTC- und FTTB-Vorhaben handelte. Darüber hinaus wurde im Jahr 2012 eine weitere Analyse des Marktes für „Zugang zu physischer Infrastruktur“ durchgeführt, welche die aktuellen Entwicklungen im Bereich NGA aufgreift und den regulatorischen Rahmen für die nächste Periode definiert.

Im Themenkomplex der Umstellung auf NGN, also der Migration vom klassischen leitungsvermittelten Telefonnetz zu einem paketvermittelten NGN, setzte die A1 Telekom Austria AG (A1 Telekom) die Umsetzung eines 2011 präsentierten Migrationskonzepts fort, das die Umstellung auf NGN bis zum Ende des Jahres 2013 vorsieht. Bis dahin soll die Zusammenschaltung zwischen der A1 Telekom und den Zusammenschaltungspartnern ausschließlich auf die geografischen Standorte der heutigen HVSt-Ebene reduziert und die Zusammenschaltung auf niedriger Netzebene aufgelassen sein. Auf regulatorischer Ebene wurde dieser Entwicklung im Jahr 2012 insbesondere in Marktanalysen für die Vorleistungsmärkte der Originierung und der Terminierung Rechnung getragen und damit die Thematik NGN noch stärker in die regulatorische Betrachtung einbezogen.

8.8 Internationale Aktivitäten

Im Kapitel 2.4 zum internationalen Umfeld wurde bereits kurz dargestellt, dass sich durch die Erneuerung des Europäischen Rechtsrahmens im Bereich der elektronischen Kommunikation gravierende Änderungen ergeben haben und diese in das österreichische Telekommunikationsgesetz eingeflossen sind. Die Bedeutung der Europäischen Ebene und der internationalen Zusammenarbeit hat im Laufe der letzten Jahre stark zugenommen und wurde daher intensiviert. Die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) wirkt dabei – abhängig von den behandelten Themenschwerpunkten – in unterschiedlichen internationalen Gremien und Arbeitsgruppen mit.

Ein ganz wesentlicher Schritt ist dabei durch die Übernahme des Vorsizes von BEREC (Body of European Regulators for Electronic Communications) im Jahr 2012 gesetzt worden. Das schon im Jahr davor intensiv vorbereitete und engagierte Arbeitsprogramm konnte nun im Sinne der Marktteilnehmer, Nutzer und Konsumenten umgesetzt werden. Einen wesentlichen Höhepunkt des BEREC-Arbeitsjahres 2012 unter dem Vorsitz der RTR-GmbH stellte dabei die im Februar 2012 durchgeführte BEREC-Plenarsitzung in Wien dar, bei der Teilnehmer aus fast 40 Nationen begrüßt werden konnten. Zusätzlich wurde im Rahmen dieser Veranstaltung ein Workshop zum Thema „New players and business models – disruptive changes and new regulatory challenges“ angeboten, für den namhafte Vortragende von mehreren in- und ausländischen Telekommunikationsunternehmen, der Universität München sowie auch von Google und Skype gewonnen werden konnten. Dieser Workshop fand großen Anklang, ergab sich doch hier die Chance, die neuen Herausforderungen sich ändernder Strömungen des Internet- und Nutzerpotenzials zu besprechen.

Während des BEREC-Vorsitzes 2012 wurden auch erstmals in sehr hoher Dichte Verfahren nach Art. 7/7a der Rahmenrichtlinie durchgeführt. Hier hat BEREC die Aufgabe, bei Entscheidungen von nationalen Regulierungsbehörden, zu denen die Europäische Kommission Bedenken äußert, kurzfristig eine Expertengruppe zusammenzustellen, um eine Expertise als Stellungnahme abzugeben – dies alles in einem sehr knappen Zeitraum. Es ist dabei gelungen, sämtliche Fälle zeitgerecht mit einer Expertenmeinung abzuschließen, dabei jeweils respektable Expertisen abzugeben, die auch in den europaweiten Abstimmungen breite Zustimmung fanden. Insbesondere in diesem Bereich war die enge Zusammenarbeit mit dem BEREC Office, also der unterstützenden Einheit für BEREC, von maßgeblicher Bedeutung. Obwohl das BEREC Office erst im Herbst 2011 tatsächlich voll operativ tätig wurde und einen unabhängigen Status als Gemeinschaftsorgan erreichte, zeigte die Zusammenarbeit besonders bei den Art.-7/7a-Verfahren sowie auf allen Ebenen Korrektheit sowie eine positive Entwicklung.

Zu den weiteren wesentlichen Aufgaben des BEREC gehört auch die Zusammenarbeit mit den Europäischen Institutionen wie Kommission, Parlament und Rat. Auf diesen Bereich hat Dr. Georg Serentschy während seiner Funktionsperiode als BEREC-Vorsitzender besonderes Augenmerk gelegt. Schließlich konnten die neue europäische Roamingregulierung und deren Parameter für ganz Europa festgelegt werden. Darüber hinaus wurde im Rahmen der Zusammenarbeit mit den Europäischen Institutionen das Thema der Netzneutralität verstärkt diskutiert und gleich in einzelnen Arbeitsgruppen des BEREC einer intensiven Behandlung mit dem Ziel der Herausgabe von Richtlinien für den Markt unterzogen.

Während des österreichischen BEREC-Vorsitzes hat Dr. Georg Serentschy auch eine Initiative zum intensiveren Meinungsaustausch mit dem Markt gestartet und unter dem Titel eines „Stakeholder Dialogue“ verstärkt das Gespräch mit Marktteilnehmern gesucht. Dies wurde vom Markt mit großer Zustimmung aufgegriffen und zur Gesprächsintensivierung genutzt. Die Informationen und der Input aus dem Markt können so schließlich Eingang in den Diskussionsprozess des BEREC finden.

Schließlich konnte nach einem sehr arbeitsintensiven Jahr der BEREC-Vorsitz an Griechenland übergeben werden. Eine Übersicht zu den einzelnen Ergebnissen und Berichten von BEREC findet sich auf der offiziellen Website von BEREC unter <http://berec.europa.eu>. Dort ist auch das jeweils aktuelle Arbeitsprogramm des Jahres abrufbar.

Daneben beteiligt sich die RTR-GmbH, wie bereits eingangs erwähnt, im Rahmen ihrer internationalen Tätigkeit auch an anderen Gremien wie z.B. OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), CEPT (Conférence Européenne des Administrations des Postes et des Télécommunications) / ECC (Electronic Communications Committee), dem Pendant von BEREC im Bereich der Postregulierung – ERGP usw. Ein Engagement erfolgt dabei z.B. im Rahmen von Workshops, in denen Mitarbeiter der RTR-GmbH als Experten vortragen. Dies findet vor allem auch im Rahmen der Assistenz- und Förderprogramme der Europäischen Union (TAIEX) statt. Dabei unterstützt die RTR-GmbH mit ihren Erfahrungen die Regulierungsbehörden von mehreren Ländern in Süd- und Osteuropa sowie von Beitrittskandidatenländern. Dies trägt zur Schaffung eines stabilen Rahmens in diesen Ländern bei, der es in weiterer Folge auch österreichischen Unternehmen ermöglicht, z.B. Dienste in diesem Land anzubieten oder Unternehmen in diesen Ländern zu gründen.

Das von der Europäischen Kommission ins Leben gerufene Förderprogramm „Eastern Partnership“ (EaP) zur Zusammenarbeit im Rahmen der Europäischen Nachbarschaftspolitik mit den Ländern Armenien, Aserbaidschan, Georgien, Moldawien, Ukraine und Weißrussland konnte 2012 nun formal durch die feierliche Unterzeichnung der Gründungsakte in Chişinău, Moldawien, für den Bereich der Regulierung für elektronische Kommunikation gestartet werden. Die Mitarbeit der RTR-GmbH in dieser Gruppe wird auch zukünftig wesentlich zum Erfolg und zu ihrer Weiterentwicklung beitragen.

8.9 Sicherheit und Integrität von Netzen und Diensten

Seit der Novellierung im November 2011 verpflichtet das Telekommunikationsgesetz 2003 (TKG 2003) die Betreiber öffentlicher Kommunikationsnetze oder -dienste zur Ergreifung von Maßnahmen, um Sicherheit und Integrität ihrer Netze und Dienste zu gewährleisten. Durch diese Änderung werden auch der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) neue Aufgaben übertragen. Betreiber öffentlicher Kommunikationsnetze oder -dienste haben der RTR-GmbH Sicherheitsverletzungen oder einen Verlust der Integrität in der von der RTR-GmbH vorgeschriebenen Form mitzuteilen, sofern dadurch beträchtliche Auswirkungen auf den Netzbetrieb oder die Dienstbereitstellung eingetreten sind. Über derartige Mitteilungen kann die RTR-GmbH ihrerseits die Regulierungsbehörden anderer Mitgliedstaaten oder die ENISA (European Network and Information Security Agency) informieren. Liegt die Bekanntgabe im öffentlichen Interesse, so kann sie auch die Öffentlichkeit informieren. Jährlich hat sie der Europäischen Kommission und der ENISA einen Bericht über die eingegangenen Mitteilungen und die ergriffenen Maßnahmen vorzulegen.

In Zusammenarbeit mit den nationalen Regulierungsbehörden, darunter auch der RTR-GmbH, hat die ENISA zwei technische Leitlinien erstellt:

- Das Dokument „Technical Guideline for Minimum Security Measures“ gibt ein Mindestmaß an Sicherheitsmaßnahmen vor, das alle Betreiber öffentlicher Kommunikationsnetze oder -dienste einzuhalten haben.
- Das Dokument „Technical Guideline on Reporting Incidents“ legt fest, unter welchen Voraussetzungen (bei Erreichen bestimmter Schwellwerte) ein Vorfall im jährlichen Bericht an die ENISA zu erfassen ist und welche Informationen über einen Vorfall im Bericht enthalten sein sollen.

Die Schwellwerte ergeben sich aus der Dauer der Nichtverfügbarkeit eines Dienstes und aus der Anzahl der betroffenen Teilnehmer. Sie sind auch für Mitteilungen der Betreiber an die RTR-GmbH maßgeblich. Deshalb wurden sie beim Betreiberanfang 2012 bekanntgegeben und auf der Website der RTR-GmbH veröffentlicht. Bei einem von der RTR-GmbH mit Unterstützung der ENISA veranstalteten Workshop, der sich speziell an Sicherheitsexperten der Betreiber richtete, wurde die Mitteilungspflicht im Detail erläutert.

Im Jahr 2012 erhielt die RTR-GmbH drei Mitteilungen über Sicherheitsverletzungen bzw. Beeinträchtigungen der Integrität elektronischer Kommunikationsnetze bzw. -dienste:

- In einem Fall waren die Dienste Mobiltelefonie, SMS und mobiler Internetzugang für rund 650.000 Teilnehmer eines Betreibers für die Dauer von bis zu sieben Stunden unterbrochen.
- In einem anderen Fall waren die Dienste Festnetztelefonie und fester Internetzugang für rund 339.000 Teilnehmer eines Betreibers für die Dauer von etwas mehr als vier Stunden unterbrochen.
- Im dritten Fall waren zwei Notrufnummern im Bezirk Spittal an der Drau wegen eines Fehlers in einer lokalen Routingtabelle kurzzeitig (fünf Minuten ab Meldung des Fehlers) nicht erreichbar.

Im Rahmen der Aufgaben, die die RTR-GmbH im Bereich der Sicherheit und der Integrität von Netzen und Diensten wahrnahm, wirkte sie auch bei Initiativen anderer öffentlicher Einrichtungen mit, beispielsweise bei der vom Bundeskanzleramt (BKA) initiierten Entwicklung einer IKT-Sicherheitsstrategie für Österreich und bei der vom Kuratorium Sicheres Österreich in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Inneres ins Leben gerufenen „Cyber Security Initiative“. Im Rahmen der zuletzt genannten Initiative arbeitete die RTR-GmbH bei der Erstellung einer Cyber-Risikoanalyse für Österreich und bei einem Planspiel mit, bei dem ein weitgehender Ausfall des Internets in Österreich simuliert wurde.

Auf europäischer Ebene arbeitet die RTR-GmbH in einer Serie von Workshops der ENISA zu Art. 13a Rahmenrichtlinie und in der „IRG Working Group on Network and Information Security“ mit. In dieser Arbeitsgruppe befassen sich nationale Regulierungsbehörden mit Themen der Netz- und Informationssicherheit. Im Jahr 2012 bestand ein Schwerpunkt der Tätigkeit in der Harmonisierung der Anwendung von Art. 13a und 13b Rahmenrichtlinie.

8.10 Elektronische Signatur

Wie nach dem Telekommunikationsgesetz 2003 (TKG 2003) nimmt die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) auch nach dem Signaturgesetz (SigG) ihre Aufgabe als Geschäftsstelle der Telekom-Control-Kommission (TKK) wahr. Die Aufgaben der RTR-GmbH nach dem SigG werden innerhalb der GmbH organisatorisch und finanziell – insbesondere kostenrechnerisch – getrennt und eigenständig wahrgenommen. Die Finanzierung erfolgt durch Gebühren und durch Mittel aus dem Bundeshaushalt.

Die RTR-GmbH unterstützt bei Tätigkeiten nach SigG hauptsächlich die TKK und handelt in deren Auftrag. Einige Tätigkeiten nach SigG werden jedoch von der RTR-GmbH eigenständig durchgeführt.

Gemäß dem gesetzlichen Auftrag führte die RTR-GmbH auch im Jahr 2012 weiterhin mithilfe der bestehenden Public-Key-Infrastruktur elektronische Verzeichnisse der Zertifizierungsdiensteanbieter (ZDA) und der für ZDA ausgestellten Zertifikate. Diese Infrastruktur wurde Anfang 2012 erneuert, da einige Komponenten bereits das Ende ihres Lebenszyklus erreicht hatten.

In Zusammenhang mit den Verzeichnissen steht der von der RTR-GmbH unter der Adresse www.signaturpruefung.gv.at/ betriebene Signaturprüfdienst, der allgemein zur Prüfung elektronischer Signaturen, insbesondere qualifizierter elektronischer Signaturen und Amtssignaturen, kostenlos zur Verfügung steht. Im letzten Quartal 2012 zeichnete sich ab, dass dieser Dienst künftig auch zur Prüfung von Signaturen in elektronischen Rechnungen verwendet werden würde und dass es dadurch zu einer Überlastung der bestehenden Systeme kommen könnte. Deshalb wurde die Hardware entsprechend erweitert. Dabei wurden mehrere für die Signaturprüfung verwendete Rechner zu einem Cluster zusammengefasst, zu dem bei Bedarf weitere Rechner hinzugefügt werden können.

Auf europäischer Ebene wirkte die RTR-GmbH auch 2012 im „Forum of European Supervisory Authorities for Electronic Signatures“ (FESA) mit, in dem die für Aufsicht über bzw. Akkreditierung von ZDA zuständigen Stellen der Mitgliedstaaten zusammenarbeiten. Schwerpunktmäßig befasste sich FESA in diesem Jahr mit den aktuellen Entwicklungen im Unionsrecht (Vorschlag einer Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über die elektronische Identifizierung und Vertrauensdienste für elektronische Transaktionen im Binnenmarkt, COM[2012] 238 final) und den in diesem Zusammenhang zu erwartenden Änderungen für Aufsicht und Akkreditierung von ZDA.

9 Postregulierung

9.1 Liberalisierung des Postmarktes

Seit 1. Jänner 2011 ist der Postmarkt in Österreich durch die Freigabe des bis dato der Österreichischen Post AG vorbehaltenen „reservierten Bereichs“ (Briefe bis 50 g) vollständig liberalisiert.

Die rechtlichen Rahmenbedingungen dafür sind im Postmarktgesetz (PMG) niedergeschrieben, welches bereits am 4. Dezember 2009 kundgemacht wurde, aber in weiten Teilen erst mit der vollständigen Liberalisierung des Postmarktes am 1. Jänner 2011 in Kraft trat.

Das PMG regelt folgende Aufgaben für die Post-Control-Kommission (PCK):

- Maßnahmen hinsichtlich des Universaldienstbetreibers nach § 12 Abs. 1 und 2 PMG,
- Maßnahmen hinsichtlich von eigenbetriebenen Post-Geschäftsstellen (PGSt) nach § 7 Abs. 6,
- Festsetzung der Beiträge zur Finanzierung des Ausgleichsfonds nach § 14,
- Maßnahmen in Bezug auf Allgemeine Geschäftsbedingungen des Universaldienstbetreibers nach § 20 Abs. 3 und 4,
- Maßnahmen im Bereich der Entgeltregulierung nach § 21 Abs. 4 bis 6,
- Erteilung, Übertragung, Änderungen oder Widerruf von Konzessionen nach den §§ 27, 28 und 29,
- Ausübung des Widerrufsrechts nach § 30 Abs. 3 und 4,
- Maßnahmen in Bezug auf Allgemeine Geschäftsbedingungen nach § 31 Abs. 2,
- Festsetzung der Kostenersätze nach § 34 Abs. 9 und 10 und § 35 Abs. 1,
- Maßnahmen nach § 35 Abs. 4 und
- das Setzen von Aufsichtsmaßnahmen nach § 50.

Die Aufgaben für die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) liegen, abseits ihrer Tätigkeit als Geschäftsstelle für die PCK, insbesondere in der Entgegennahme von Dienstanzeigen nach § 25 PMG und des Austauschkonzepts nach § 34 Abs. 8 PMG sowie der Durchführung der Laufzeitenmessungen nach § 33 PMG. Seit 1. Jänner 2011 ist die RTR-GmbH auch für die Durchführung von Streitschlichtungsverfahren nach § 53 PMG zuständig.

9.2 Schließungen von Post-Geschäftsstellen

Wie bereits in den Vorjahren stellten auch im Jahr 2012 die Prüfverfahren gemäß § 7 Postmarktgesetz (PMG) zur Schließung von eigenbetriebenen Post-Geschäftsstellen (PGSt) seitens der Österreichischen Post AG einen Schwerpunkt im Bereich der Postregulierung dar. Seit dem Inkrafttreten des § 7 PMG am 5. Dezember 2009 obliegt die Überprüfung der Voraussetzungen der Schließung einer eigenbetriebenen PGSt gänzlich der Post-Control-Kommission (PCK).

Eine eigenbetriebene PGSt darf nur dann geschlossen werden, wenn ihre kostendeckende Führung dauerhaft (dies ist ein „Zeitraum von etwa zwei Jahren in einer sowohl rückblickenden als auch zukunftsorientierten Betrachtung“) ausgeschlossen ist sowie die Erbringung des Universaldienstes durch eine andere PGSt (fremdbetriebene wie beispielsweise Post-Partner, aber auch bereits bestehende andere PGSt) gewährleistet ist. Die Entscheidungsfrist der PCK beträgt drei Monate ab Übermittlung der vollständigen Unterlagen seitens der Österreichischen Post AG. Dazu

gehören neben den Unterlagen zum Nachweis der Einhaltung der genannten Schließungsvoraussetzungen auch Einladungen an die Bürgermeister der jeweils betroffenen Gemeinden seitens der Österreichischen Post AG, Gespräche mit diesen zu führen und alternative Lösungen zu suchen.

Eine flächendeckende Versorgung mit PGSt muss somit jedenfalls erhalten bleiben. Die Versorgung gilt gemäß § 7 Abs. 1 PMG dann als gegeben, sofern den Nutzern bundesweit mindestens 1.650 PGSt zur Verfügung stehen. In Gemeinden größer 10.000 Einwohner und allen Bezirkshauptstädten ist zu gewährleisten, dass für mehr als 90 % der Einwohner eine PGSt in maximal 2.000 Metern oder in allen anderen Regionen – gemäß der Auslegung der PCK Gemeinden bis zu einer Größe von 10.000 Einwohnern – eine PGSt in maximal 10.000 Metern erreichbar ist.

Hinsichtlich detaillierter Ausführungen zum Ablauf des Ermittlungsverfahrens wird auf das diesbezügliche Kapitel der letztjährigen Kommunikationsberichte verwiesen.

Im Berichtsjahr 2012 wurden in Summe 60 eigenbetriebene PGSt bei der Regulierungsbehörde zur Schließung angemeldet. Insgesamt wurde 2012 über die Schließung von 65 PGSt entschieden, wobei einige davon bereits im Jahr 2011 zur Schließung angemeldet wurden. Nur in einem Fall wurde die Schließung einer PGSt endgültig untersagt. Zu weiteren endgültigen Untersagungen ist es unter anderem deshalb nicht gekommen, weil die Österreichische Post AG immer wieder PGSt aus den jeweiligen Verfahren zurückgezogen hat. Dies unter anderem dann, wenn sich im Ermittlungsverfahren zeigte, dass es zu einer Untersagung kommen könnte. Darüber hinaus wurden 30 „bedingte“ Untersagungen ausgesprochen – die Schließung wurde dabei bis zur Inbetriebnahme des als Ersatz genannten Post-Partners untersagt.

In engem Zusammenhang mit den Schließungsverfahren nach § 7 PMG standen drei Verfahren vor der PCK, in welchen Gemeinden in den Schließungsverfahren Parteistellung beantragten. Die Anträge wurden von der PCK abgewiesen, weil nach ihrer Ansicht in den Schließungsverfahren nur die Österreichische Post AG Parteistellung hat.

Von großer Bedeutung waren überdies die im Berichtsjahr aufgrund des Wegfalls von fremdbetriebenen PGSt (z.B. aufgrund von Konkursen von Post-Partnern oder auch Vertragsauflösungen) geführten Aufsichtsverfahren. Auch im Falle derartiger Schließungen hat die Österreichische Post AG jedenfalls die Erbringung des Universaldienstes bzw. die flächendeckende Versorgung sicherzustellen (§ 7 Abs. 7 PMG). Dies kann unter gewissen Voraussetzungen auch durch alternative Versorgungslösungen wie beispielsweise Landzusteller erfolgen. Im Rahmen der Aufsichtsverfahren wurde die Versorgung der durch die Schließungen betroffenen Gemeinden überprüft. Insgesamt waren Schließungen von 47 fremdbetriebenen PGSt Gegenstand von Aufsichtsmaßnahmen der PCK.

Ein weiteres Aufsichtsverfahren betraf die Änderung einer Hinterlegungs-PGSt in einem Zustellgebiet, die deutlich weiter als 10 km von der betreffenden Ortschaft entfernt war, was aus Sicht der PCK mit den Vorschriften über die flächendeckende Versorgung mit PGSt (§ 7 Abs. 1 PMG) nicht vereinbar war. Im Zuge des Verfahrens wurde die Änderung rückgängig gemacht. Die Postsendungen werden nunmehr wieder in einer näher als 10 km gelegenen PGSt hinterlegt.

Generell ist die Anzahl von PGSt in Österreich im Berichtsjahr 2012 von 1.860 (Stand 31. Dezember 2011) auf 1.906 (Stand 31. Dezember 2012) gestiegen. Dabei war – wie bereits in den Vorjahren – eine eindeutige Verlagerung der Anzahl der PGSt von eigenbetriebenen in Richtung fremdbetriebene zu beobachten.

Aufgrund der mit 1. Jänner 2011 in Kraft getretenen Transparenzbestimmungen werden sämtliche diesbezügliche Entscheidungen auf der Website der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) veröffentlicht.

9.3 Weitere Verfahren vor der PCK und der RTR-GmbH

9.3.1 Verfahren vor der PCK

AGB und Entgelte

Der Universaldienstbetreiber (die Österreichische Post AG) hat gemäß § 20 Abs. 1 Postmarktgesetz (PMG) für Dienste im Universaldienstbereich Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) zu erlassen, in welchen die angebotenen Dienste zu regeln und die vorgesehenen Entgelte festzulegen sind. Die AGB sind der Post-Control-Kommission (PCK) bei Veröffentlichung anzuzeigen.

Gemäß § 20 Abs. 4 PMG kann die PCK den angezeigten AGB innerhalb von zwei Monaten widersprechen, wenn diese in Widerspruch zum PMG, den §§ 864a und 879 Allgemeines Bürgerliches Gesetzbuch (ABGB) oder den §§ 6 und 9 Konsumentenschutzgesetz (KSchG) stehen.

Im Berichtsjahr 2012 wurden sechs Verfahren zu AGB-Änderungen der Österreichischen Post AG geführt. Fünf davon wurden 2012 abgeschlossen. Die Änderungen betrafen die AGB Brief National, Brief International, Paket Österreich, Paket International, Rückscheinbriefe der Ämter und Behörden sowie Zeitungsvertrieb und Sponsoring.Post. Im Zuge der Verfahren kam es in einzelnen Fällen zu Anpassungen der AGB, welche aus Sicht der PCK im Sinne des Schutzes der Nutzer erforderlich waren. Im Ergebnis entsprachen alle angezeigten AGB den im PMG festgelegten Kriterien, weshalb die PCK diesen nicht widersprochen hat.

Ein Prüfverfahren betreffend Änderungen der AGB Paket Österreich und Paket International, welche auch umfangreiche Entgeltänderungen beinhalten, wurde im Berichtsjahr 2012 eingeleitet, war jedoch zum 31. Dezember 2012 noch nicht abgeschlossen.

Vorschreibung des Finanzierungsbeitrags nach § 34a KOG

Die Bestimmungen des KommAustria-Gesetzes (KOG) sehen auch für den Postbereich eine geteilte Finanzierung des Aufwandes der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) durch Mittel des Bundeshaushaltes einerseits und durch Finanzierungsbeiträge der Postbranche andererseits vor. § 34a Abs. 3 iVm § 34 Abs. 9 bis 13 KOG bestimmt, dass Postdiensteanbietern, die ihrer Verpflichtung zur Entrichtung des Finanzierungsbeitrags nicht nachkommen, dieser von der PCK durch Bescheid vorzuschreiben ist.

Mit Bescheiden vom 23. April 2012 und 18. Juni 2012 hat die PCK zwei Unternehmen die Entrichtung des Finanzierungsbeitrags für das Jahr 2011 vorgeschrieben. Ein Unternehmen hat gegen den Bescheid Beschwerde bei Verfassungsgerichtshof (VfGH) und Verwaltungsgerichtshof (VwGH) erhoben, wobei eine diesbezügliche Entscheidung seitens des VwGH zum Zeitpunkt der Berichtserstellung noch ausständig war. Die PCK hat gegen ein weiteres Unternehmen das Verfahren zur Vorschreibung des Finanzierungsbeitrags eingeleitet. Dieses Verfahren war zum Ende des Berichtszeitraums noch nicht abgeschlossen.

Erteilung von Konzessionen nach §§ 26 ff PMG

Nach den Bestimmungen des PMG bedarf die gewerbsmäßige Beförderung von Briefsendungen für Dritte bis zu einem Gewicht von 50 g einer Konzession. Die Konzession wird auf schriftlichen Antrag durch die PCK erteilt. § 27 PMG bestimmt, dass der Antrag auf Erteilung der Konzession Angaben über die Art des Dienstes, das Versorgungsgebiet sowie die organisatorischen, finanziellen und technischen Voraussetzungen für den Betrieb durch den Antragsteller zu enthalten hat. Die Konzession ist zu erteilen, wenn der Antragsteller die für die Ausübung eines konzessionspflichtigen Dienstes erforderliche Leistungsfähigkeit, Zuverlässigkeit und Fachkunde besitzt und bei der Beschäftigung von Arbeitnehmern angemessene, in Österreich geltende Arbeitsbedingungen einschließlich der Entlohnung einhält.

Die PCK hat mit Bescheid vom 18. Juni 2012 den Klaus Hammer Botendiensten eine Konzession für einen Teil des Versorgungsgebietes Wien-Umgebung, nämlich 2440 Gramatneusiedl, 2440 Moosbrunn, 2440 Reisenberg, 2435 Ebergassing und 2325 Himberg, sowie des Versorgungsgebietes Baden, nämlich 2441 Mitterndorf an der Fische, 2442 Unterwaltersdorf und 2483 Ebreichsdorf, erteilt.

Antrag auf Ersatz der nicht anteiligen Kosten im Zusammenhang mit dem Austausch der Hausbrieffachanlagen nach § 34 Abs. 9 und 10 PMG

Die nicht anteiligen Kosten des gemäß § 34 Abs. 8 PMG vorzunehmenden Austausches der Hausbrieffachanlagen, die nicht den Anforderungen gemäß § 34 Abs. 2, 4 und 5 PMG entsprechen, marktgerechte Finanzierungskosten sowie die Kosten der Abwicklung des Austausches durch den Universaldienstbetreiber sind dem Universaldienstbetreiber nach den Bestimmungen des PMG auf dessen Antrag zu ersetzen. Betreiber von konzessionierten Postdiensten einschließlich des Universaldienstbetreibers mit einem Jahresumsatz von mehr als 1 Mio. Euro aus dieser Tätigkeit haben zu dem Ersatz dieser Kosten beizutragen.

Die PCK hat mit Bescheid vom 8. Oktober 2012 den diesbezüglichen Antrag der Österreichischen Post AG als Universaldienstbetreiber für 2011 als unbegründet abgewiesen; dies im Wesentlichen mit der Begründung, dass sämtliche Betreiber von konzessionierten Postdiensten entweder mit ihren Umsätzen weit unter der Umsatzuntergrenze von 1 Mio. Euro aus dieser Tätigkeit liegen oder gar keine Umsätze im Zusammenhang mit Diensten, deren Erbringung eine Konzession gemäß §§ 26 ff PMG erfordert, erzielen und daher zu dem seitens der Österreichischen Post AG beantragten Ersatz der Kosten nicht beizutragen haben.

9.3.2 Verfahren vor der RTR-GmbH

Überprüfung des Kostenrechnungssystems der Österreichischen Post AG

Gemäß § 1 Abs. 3 Post-Kostenrechnungsverordnung hat die Regulierungsbehörde das Kostenrechnungssystem der Österreichischen Post AG als Universaldienstbetreiber wiederkehrend zu prüfen. Der Universaldienstbetreiber hat gemäß § 23 Abs. 1 PMG in seinen internen Kostenrechnungssystemen getrennte Konten für zum Universaldienst gehörende Dienste einerseits und für die nicht zum Universaldienst gehörenden Dienste andererseits zu führen. Die internen Kostenrechnungssysteme haben auf der Grundlage einheitlich angewandter und sachlich zu rechtfertigender Grundsätze der Kostenrechnung zu funktionieren.

Hinsichtlich der Jahre 2008 bis 2010 hat die Prüfung ergeben, dass das Kostenrechnungssystem den oben wiedergegebenen Kriterien entspricht. Das diesbezügliche Verfahren wurde Anfang 2012 abgeschlossen.

Anzeige der Erbringung von Postdiensten nach § 25 PMG

§ 25 PMG bestimmt, dass Postdiensteanbieter die beabsichtigte Erbringung eines Postdienstes sowie Änderungen des Betriebes und dessen Einstellung vor Betriebsaufnahme, Änderung oder Einstellung der RTR-GmbH anzuzeigen haben. Die Liste der angezeigten Postdienste samt Bezeichnung der Postdiensteanbieter ist von der RTR-GmbH im Internet zu veröffentlichen.

Im Jahr 2012 hat ein Unternehmen die Anzeige der Erbringung von Postdiensten nach § 25 PMG erstattet. Drei Unternehmen haben mitgeteilt, dass sie die bereits angezeigten Postdienste nicht (mehr) erbringen, sodass diese von der Liste der Postdiensteanbieter gestrichen wurden, wobei die Postdienste eines Unternehmens künftig lediglich von einem anderen, bereits auf der Liste befindlichen Unternehmen erbracht werden. Bis zum Ende 2012 haben insgesamt zwölf Unternehmen bei der RTR-GmbH die Erbringung von Postdiensten angezeigt.

Hausbriefanlagen

§ 34 Abs. 8 PMG sieht vor, dass die Österreichische Post AG als Universaldienstbringer alle Hausbriefanlagen, die nicht den Bestimmungen des PMG entsprechen, bis zum 31. Dezember 2012 zu tauschen hat. Dafür hatte sie ein Austauschkonzept zu erstellen, das der RTR-GmbH zu übermitteln war. Entsprechend diesem Austauschkonzept hat die Österreichische Post AG bis zum Jahresende 2012 ca. 89 % aller zu tauschenden Hausbriefanlagen umgerüstet. Eine vollständige Überprüfung dieser Angaben war bis zum Ende des Berichtszeitraums nicht möglich.

10 Die österreichischen Kommunikationsmärkte 2012

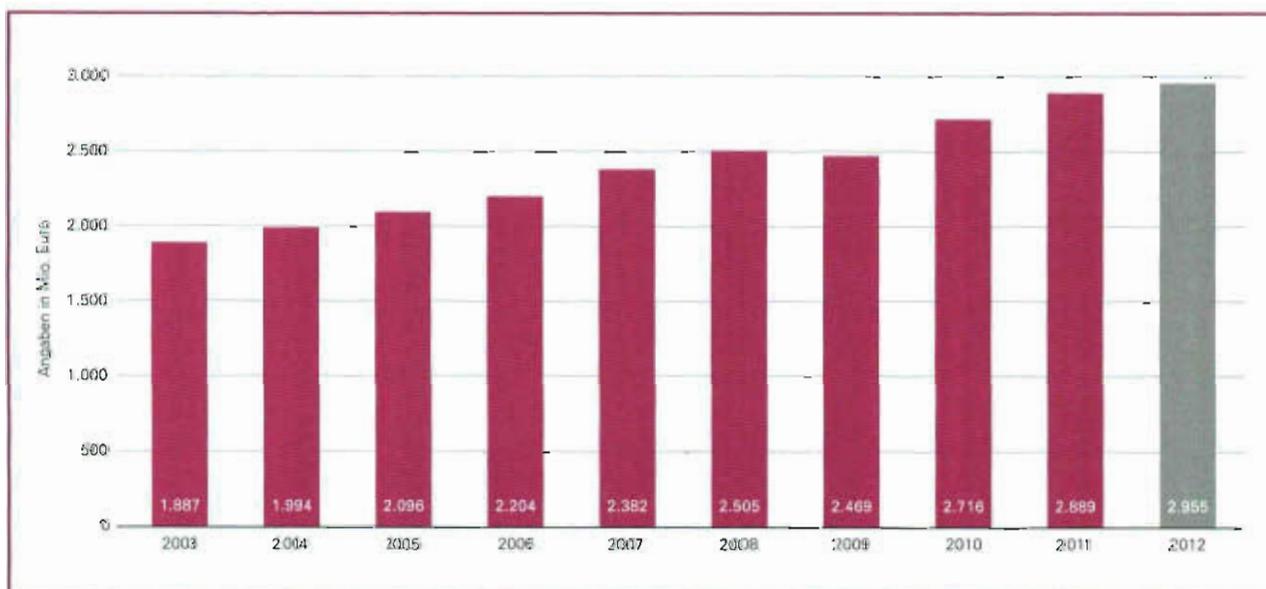
10.1 Der österreichische Kommunikations- und Werbemarkt

10.1.1 Die Entwicklung des österreichischen Werbemarktes

Die Wirtschafts- und Eurokrise hatte Europa auch im Jahr 2012 fest im Griff und wirkte sich entsprechend negativ auf die Werbeausgaben aus, die deutlich ins Minus drehten. Der österreichische Werbemarkt konnte sich dieser Entwicklung entgegenstellen und schloss das Jahr 2012 mit einem – wenn auch schwachen – Plus bei den Bruttowerbeeinnahmen ab.

Wie schon im Jahr 2011 war Europa auch 2012 laut Nielsen Media Research die einzige der fünf betrachteten Weltregionen¹⁸, in der die Werbeausgaben rückläufig ausfielen. Dieses Mal allerdings noch deutlicher. Hatte das Jahr 2011 dem europäischen Werbemarkt noch ein Minus von 0,4 % eingebracht, so traf es die europäische Werbebranche im Jahr 2012 mit minus 4,2 % vergleichsweise härter. In Österreich nahmen die Bruttowerbeerlöse dagegen um 2,3 % zu. Allerdings hatte der Zuwachs im Jahr 2011 noch rund 6,4 % betragen.

Abbildung 13: Entwicklung der Gesamtwerbeausgaben in Österreich 2003 bis 2012



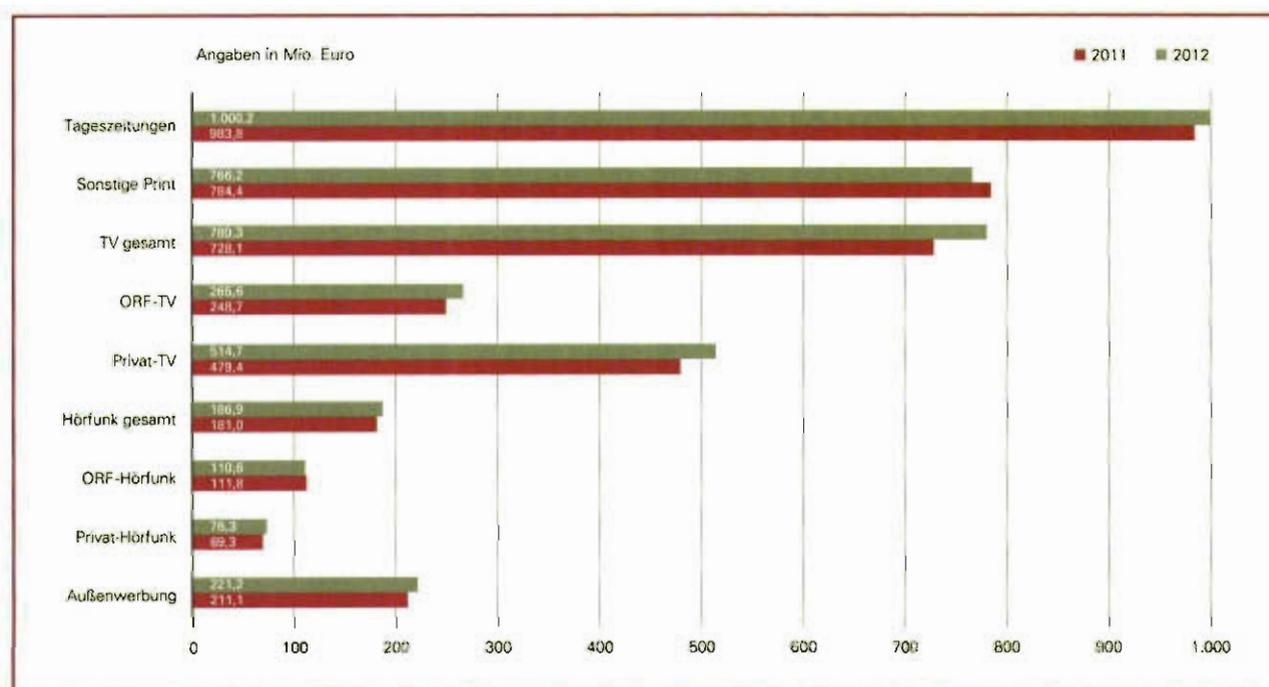
Quelle: FOCUS Media Research (exkl. Kino-/klassische Prospekt-/Online-Werbung)

¹⁸ Nordamerika, Lateinamerika, Asien Pazifik, Mittlerer Osten und Afrika, Europa.

In Euro stiegen die Bruttowerbeerlöse auf dem österreichischen Markt im Jahr 2012 im Vergleich zum Jahr 2011 um gerade einmal 66 Mio. Euro auf nun 2.955 Mio. Euro. Das ist das drittschwächste Wachstumsergebnis im Zehnjahreszeitraum seit dem Jahr 2003, das mit einem Zuwachs von 35 Mio. Euro ein noch schwächeres Plus auswies. Das Krisenjahr 2009 kam mit minus 36 Mio. Euro auf eine negative Bilanz. Der durchschnittliche Zuwachs der Bruttowerbeerlöse der letzten zehn Jahre sank so auf 110 Mio. Euro gegenüber 115 Mio. Euro zum Stand Ende 2011. Damit ist auch die 2007 begonnene Serie überproportional starker Zuwächse (Ausnahme 2009) unterbrochen und das erwartete Erreichen der Marke von drei Milliarden Euro an Bruttowerbeerlösen in der klassischen Werbung wurde im Jahr 2012 verfehlt.

Grundsätzlich ist an dieser Stelle immer wieder daran zu erinnern, dass die Darstellung der Bruttowerbeerlöse, die nach offiziellen Preislisten der Medien vorgenommen wird, nur eine Tendenz der Entwicklung des Werbemarktes wiedergibt. Rabatte in Form von Preisnachlässen, Gratiswerbeminuten und ähnlichen Angeboten sind praktisch nicht zu erheben. Insofern lassen sich aus den Bruttowerbeerlösen, die anhand offiziell verfügbarer Preislisten und der Anzahl geschalteter Annoncen oder Werbespots erhoben werden, nur bedingt Rückschlüsse auf die Nettoerlössituation der Medien ziehen. Als Indikator für die Entwicklung des Marktes stellen sie jedoch durchaus ein taugliches Instrument dar.

Abbildung 14: Werbeausgaben in Österreich nach Gattungen 2011 vs. 2012



Quelle: FOCUS Media Research (exkl. Kino-/klassische Prospekt-/Online-Werbung)

Privater Hörfunk und TV-Bereich erzielen größtes Plus

Unter den klassischen Werbeträgern schnitten im Jahr 2012 prozentual die privaten Hörfunkveranstalter in Österreich mit einem Zuwachs der Bruttowerbeerlöse von 10,1 % und die privaten Fernsehveranstalter mit einem Plus von 7,4 % am besten und deutlich über dem Durchschnitt ab, gefolgt vom ORF-Fernsehen mit einem Zuwachs um 6,8 %. Dabei ist aber vor allem bemerkenswert, dass es dem ORF-Fernsehen nach Jahren rückläufiger Bruttowerbeerlöse nun erstmals wieder gelungen ist, ein Plus zu verzeichnen. Für die privaten TV-Veranstalter ist das Ergebnis des Jahres 2012 dagegen eher unbefriedigend, da sie in den vergangenen Jahren jeweils Zuwachsraten im Bereich um die 20 % erzielen konnten und sie 2009 erstmals das ORF-Fernsehen bei den jährlichen Bruttowerbeerlösen in der Summe überholten. Insgesamt konnte der TV-Bereich die Bruttowerbeerlöse um 7,2 % steigern, der Hörfunksektor erzielte einen Zuwachs von 3,3 %. Die Bruttowerbeerlöse des ORF-Hörfunks gaben um knapp 1,1 % nach, die privaten Hörfunkveranstalter erzielten mit ihrem Zuwachs von 10,1 % ein herausragendes Ergebnis.

Schwaches Umsatzwachstum im Printbereich

Kein gutes Jahr erlebte der Printbereich. Bei den Tageszeitungen zeichnet sich allmählich ein Abwärtstrend bei den Bruttowerbeerlösen ab. Konnten sie 2010 noch um 17,6 % zulegen, waren es 2011 nur 5 % und im Jahr 2012 gerade noch 1,7 %. Außer einer weltweit zu beobachtenden zunehmenden Umschichtung von Werbegeldern aus dem Print in den Online-Bereich sind für den österreichischen Markt wenig sachliche Gründe hierfür erkennbar, denn die Tagesreichweite (TRW) der Tageszeitungen bleibt seit Jahren bei einem minimalen Negativtrend recht konstant (2012: 72,8 %)¹⁷. Wichtige Verkaufstitel konnten im Jahr 2012 weitere Reichweitenverluste stoppen oder sogar wieder leicht zulegen. Die Verlierer bei den nationalen Tageszeitungen waren die „Kronen Zeitung“ und erstmals das Gratisblatt „Österreich“ mit einem Tagesreichweitenverlust von jeweils 0,8 Prozentpunkten. Aufgefangen wurden diese Verluste vorwiegend von dem Gratistitel „Heute“ (plus 0,8 Prozentpunkte), aber auch vom „Kurier“ (plus 0,4 Prozentpunkte) und den „Salzburger Nachrichten“ (plus 0,3 Prozentpunkte). Für den außergewöhnlich niedrigen Zuwachs bei den Bruttowerbeerlösen der Tageszeitungen dürfte deshalb auch ein psychologisches Moment aufgrund der medialen Berichterstattung über das allgemeine Zeitungssterben eine Rolle spielen.

Gerade die Tageszeitungen haben in den aktuellen Online-Publikationen zweifellos die stärkste Konkurrenz. Gleichwohl muss dabei aber auch berücksichtigt werden, dass viele Tageszeitungen mit der Vermarktung eigener Online-Angebote die Ertragslage ihrer Printversionen quasi selbst „kannibalisieren“. Nicht zu Unrecht wird in der Branche daher bereits diskutiert, ob es sachgemäß wäre, die Erlöse der Tageszeitungen aus Bruttowerbeeinnahmen Print und Online auch kumuliert darzustellen, anstatt die Online-Erlöse ausschließlich in die Erhebung der Online-Werbeausgaben einfließen zu lassen. Allerdings wäre damit ein anderes Problem verbunden. In keinem anderen Medienbereich geht die Schere zwischen Listenpreis und tatsächlich gezahltem Preis für eine Werbeschaltung so weit auseinander wie bei der Online-Werbung. Und gerade Tageszeitungen vergeben Online-Werbeplätze häufig zu besonders günstigen Konditionen, wenn dafür auch eine Schaltung in der Printausgabe gebucht wird.

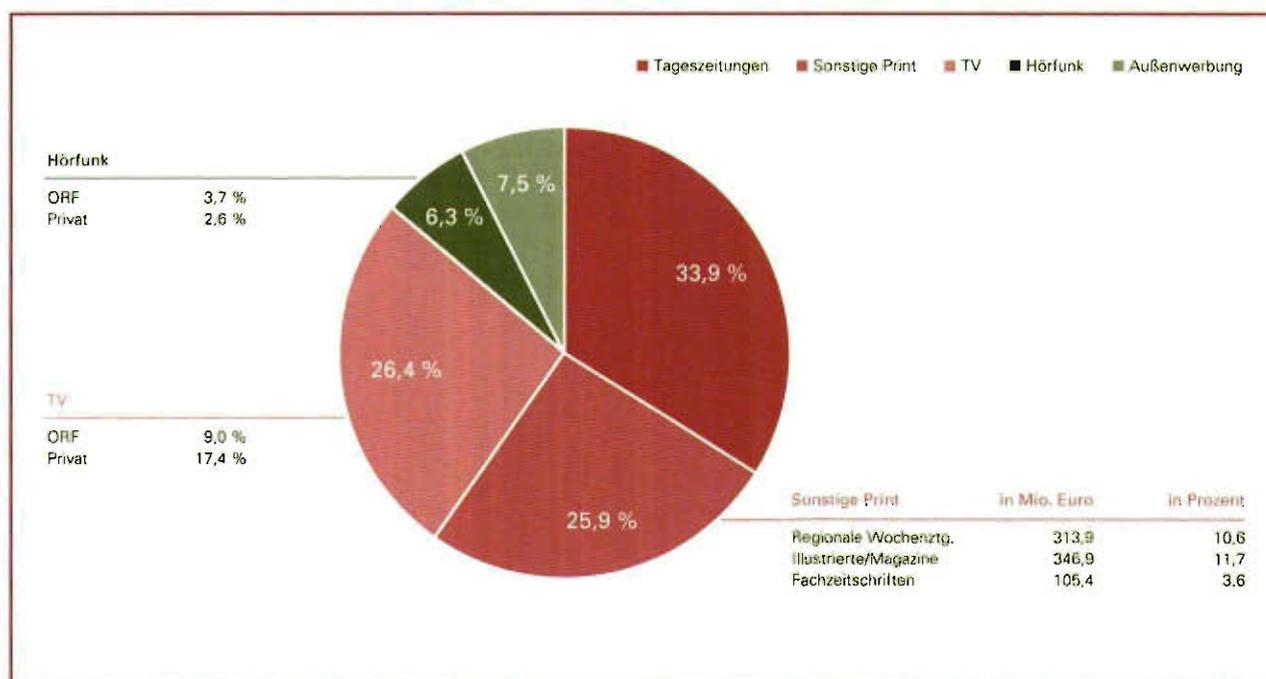
Den stärksten Einbruch mussten 2012 die so genannten „sonstigen Printtitel“ hinnehmen. Magazine und wöchentliche Publikationen erlöst um 2,3 % geringere Bruttowerbeeinnahmen als 2011. Dieses Minus ist auch deshalb besonders beachtlich, weil diese Printtitel noch 2011 zum zweiten Mal in Folge ein Plus von 8 % bei den Bruttowerbeeinnahmen verbuchen konnten und damit stärker zugelegt hatten als die Tageszeitungen. Allerdings hatten einige der stärksten Magazintitel im Jahr 2011 an Reichweite eingebüßt. Dies dürfte starken Einfluss auf die Werbeeinnahmen des Jahres 2012 gehabt haben.

¹⁷ Siehe Abbildung 31: Entwicklung Tagesreichweiten Tageszeitungen 2003 bis 2012.

Verhältnismäßig gut behaupten konnte sich 2012 die Außenwerbung, die mit einem Zugewinn von 4,8 % gegenüber 2011 rund 10 Mio. Euro mehr Bruttowerbeerlöse erwirtschaftete, unter dem allgemeinen Druck damit jedoch deutlich unter dem Zugewinn von 7,9 % im Jahr 2011 blieb.

Die überdurchschnittlichen Bruttowerbeeinnahmen der Fernsehsender und die unterdurchschnittliche Entwicklung bei den Printtiteln wirken sich entsprechend auf die Darstellung der Werbegeldverteilung aus.

Abbildung 15: Anteile Bruttowerbeausgaben 2012, klassische Medien



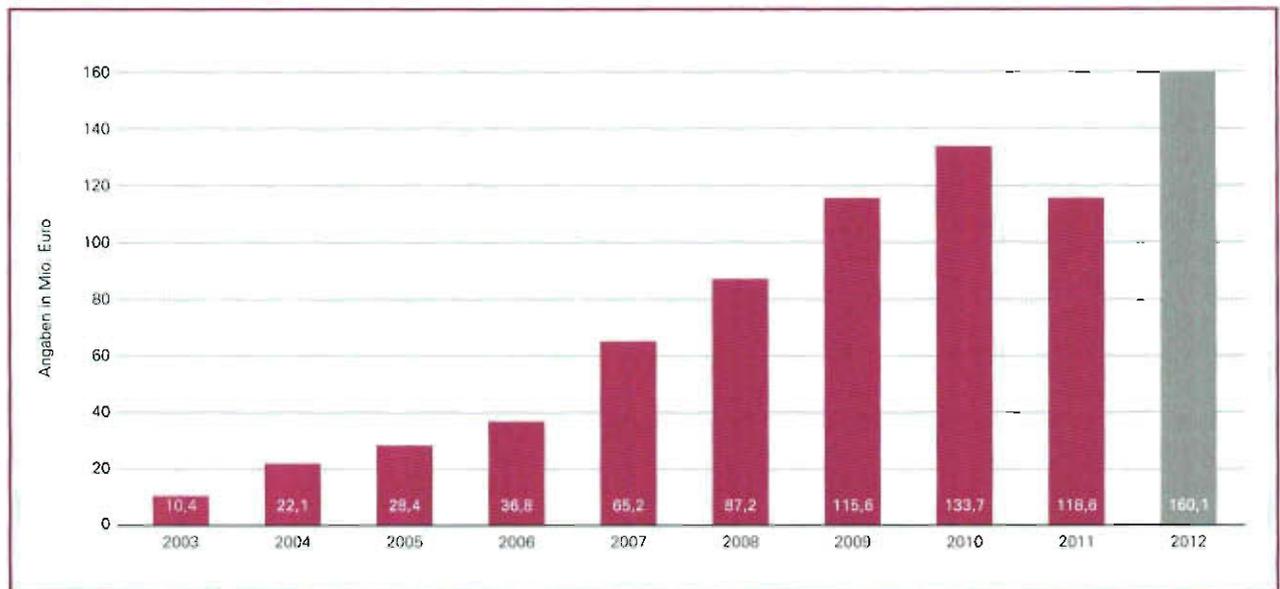
Quelle: FOCUS Media Research

Mit knapp 59,8 % fließt weiterhin der Löwenanteil der Bruttowerbeausgaben in der klassischen Werbung in den Printbereich. 2010 und 2011 konnten Tageszeitungen, Magazine und andere gedruckte Medien jedoch noch 61,2 % der Gesamtwerbeausgaben lukrieren.

Die Verluste im Printbereich flossen praktisch vollständig an das heimische TV und an die österreichischen Werbefenster der deutschen Privatsender. Das Fernsehen verbesserte seinen Anteil an den Bruttowerbeerlösen um 1,2 Prozentpunkte auf 26,4 %, wobei knapp ein Prozentpunkt des Zugewinns allein auf den Bereich Privat-TV entfällt.

Der Anteil des Hörfunks blieb mit 6,3 % unverändert, allerdings verlor der ORF-Hörfunk 0,2 Prozentpunkte, die den Privaten zugutekamen. Die Außenwerbung verbesserte ihren Anteil am Kuchen der Bruttowerbeausgaben in den klassischen Medien leicht um 0,2 Prozentpunkte auf 7,5 %.

Weiterhin bietet die Betrachtung von FOCUS Media Research zur Entwicklung bei den Werbeausgaben im Online-Bereich keine zuverlässige Vergleichbarkeit der Jahreswerte. Wiederholte Anpassungen der Erhebungsmethode, eine nicht flächendeckende Erhebung der vorhandenen Online-Angebote bzw. wechselnde Online-Angebote im Erhebungsraster und vielfach undurchsichtige Preismodelle lassen nur eine ungefähre Darstellung zu.

Abbildung 16: Online-Werbeausgaben in Österreich 2003 bis 2012

Wegen häufiger Änderungen des Erhebungssystems sind die Jahreswerte nicht vergleichbar.

Quelle: FOCUS Media Research

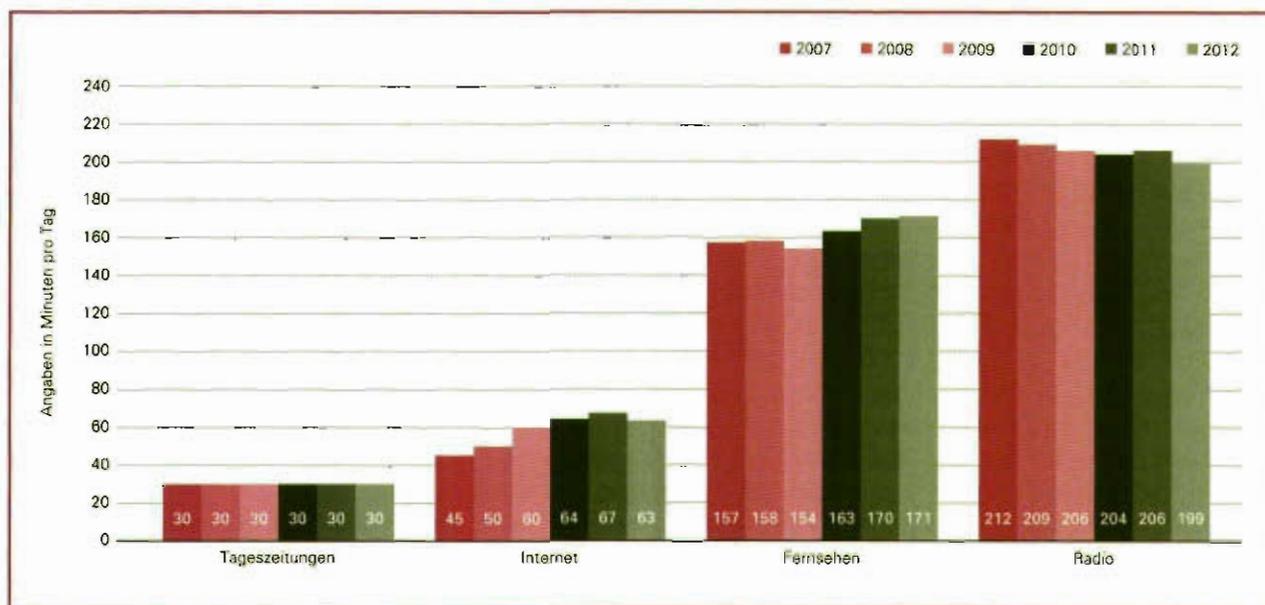
Mit Bruttowerbeerlösen von 160,1 Mio. Euro im Jahr 2012 wäre die Online-Werbung jedenfalls nicht mehr weit von den Erlösen im gesamten Hörfunkbereich (186,9 Mio. Euro) entfernt.

Grundsätzlich deckt sich der anhaltende Aufwärtstrend natürlich mit den Erkenntnissen zur Entwicklung der Online-Werbung weltweit, wenngleich ein Zuwachs um 35 % gegenüber dem Vorjahr – wie bei FOCUS Media Research – deutlich am oberen Rand der internationalen Bandbreiten-Skala läge. Der ORF jedenfalls konnte mit seinen erfolgreichen Online-Angeboten im Jahr 2012 Nettoerlöse in Höhe von 9,7 Mio. Euro erzielen, was einem Wachstum von 7,7 % gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Internet und Radio weniger genutzt

Bei Betrachtung der Mediennutzungsdauer im Jahr 2012 ist zu befürchten, dass die Werte von Hörfunk und Internet im Jahr 2013 zu weniger positiven Bruttowerbeerlösen für Radioveranstalter und Online-Medien beitragen könnten. Beide Gattungen müssen einen massiven Aufmerksamkeitsverlust der Konsumenten im Alter ab 14 Jahren hinnehmen.

Das Radio, das seit geraumer Zeit pro Jahr im Mittel verkaufbare zwei bis drei Minuten Nutzungszeit pro Tag einbüßt und 2011 sogar ein kleines Plus von zwei Minuten verzeichnen konnte, stürzt nun im Jahr 2012 regelrecht um sieben Minuten ab und kommt bei den Hörern ab 14 Jahren nur noch auf eine tägliche Nutzungsdauer von 199 Minuten.

Abbildung 17: Entwicklung der Mediennutzungsdauer pro Tag 2007 bis 2012

Personen ab 14 Jahre.

Quelle: Radiotest, TELETEST, MTUs, AIM

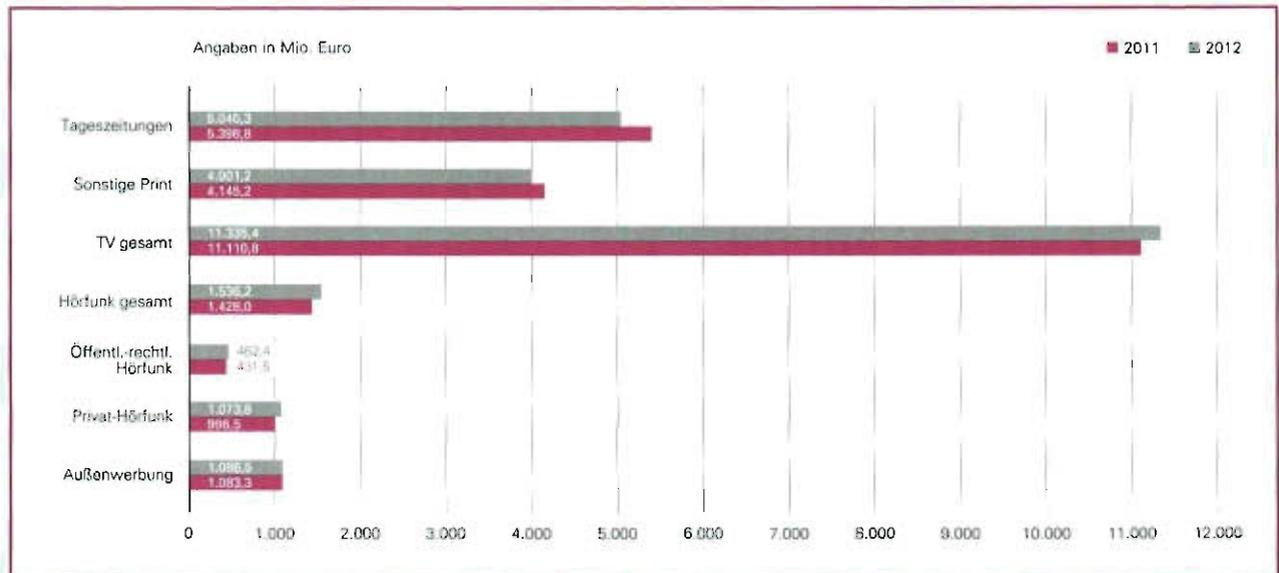
Nachdem das Radio im Jahr 2011 nicht nur bei der Nutzungsdauer, sondern auch bei der Tagesreichweite mit leicht positiven Entwicklungen punkten konnte und dies Einfluss auf die Werbebuchungen im Jahr 2012 gehabt haben dürfte, ist in dieser Hinsicht nun für das Jahr 2013 eine Gegenreaktion nicht auszuschließen.

Noch überraschender ist allerdings der erstmalig deutliche Rückgang in der Internet-Nutzung. 63 Minuten pro Tag, statt im vergangenen Jahr noch 67 Minuten, sind im Verhältnis ein sogar drastischerer Nutzungsrückgang als beim Radio. Dennoch wird der Trend-Liebhaber der Werbebranche unter der Entwicklung vermutlich weniger leiden müssen als das Radio. Einzig das Fernsehen konnte noch einmal zulegen und wurde 2012 im Vergleich der Nutzer ab 14 Jahren 171 Minuten am Tag genutzt. Das ist zwar nur eine Minute mehr als im Jahr zuvor und liegt deutlich unter den Nutzungsgewinnen der Jahre 2011 (plus sieben Minuten) und 2010 (plus neun Minuten), dennoch ist das Fernsehen damit im Jahr 2012 einziger Gewinner in der täglichen Nutzungsdauer.

Mit einer Tageszeitung beschäftigen sich die Leser seit Jahren konstant 30 Minuten pro Tag – so auch 2012.

10.1.1.1 Vergleich zum Werbemarkt Deutschland

Anders als in Österreich gingen in Deutschland die Werbeausgaben für Buchungen in den klassischen Medien im Vergleich zum Vorjahr zurück. Zurückblickend auf einen Zehnjahreszeitraum geschah dies nur einmal im Krisenjahr 2009. Mit einem Minus von unter dem Strich 0,7 % bei Gesamtwerbeausgaben von insgesamt 23 Mrd. Euro und angesichts eines gesamteuropäischen Rückgangs von 4,2 % bei den Werbeausgaben kamen die deutschen Medien jedoch insgesamt noch verhältnismäßig gut davon. Im Vergleich der Jahre 2010 und 2011 waren die Bruttowerbeausgaben auf dem deutschen Markt noch um 2,5 % gestiegen.

Abbildung 18: Werbeausgaben in Deutschland nach Gattungen 2011 vs. 2012

Quelle: Nielsen Media Research

Nach Gattungen betrachtet geht der Verlust des Jahres 2012 allerdings ausschließlich auf das Konto des Printbereichs. Alle anderen klassischen Medien konnten in Deutschland ein Umsatzplus beim Werbeverkauf erzielen – und seien es auch nur 0,3 Prozentpunkte wie bei der Außenwerbung.

Besonders erfolgreich war der Hörfunkbereich, der die Bruttowerbeeinnahmen um insgesamt 7,6 % steigern konnte, wovon die öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogramme der ARD (plus 7,2 %) und die privaten Hörfunkveranstalter (plus 7,8 %) zu nahezu gleichen Anteilen profitierten. Dennoch ist der leichte Vorsprung der Privatradios bemerkenswert, nachdem in den vergangenen Jahren die öffentlich-rechtlichen Programme deutlich stärker zum prozentualen Umsatzplus bei den Hörfunk-Werbeinnahmen beitrugen als die privaten Mitbewerber. So steigerten die ARD-Programme 2011 ihre Werbeeinnahmen um 6,7 % und im Jahr 2010 sogar um 9,2 %. Die Privaten kamen dagegen 2011 nur auf ein Plus von 2,2 % und 2010 auf plus 3,6 %.

Das Fernsehen in Deutschland konnte seine Bruttowerbeerlöse im Jahr 2012 auf niedrigem Niveau um 2 % verbessern (plus 224,6 Mio. auf 11,34 Mrd. Euro). 2011 war ein Plus von 1,8 % erreicht worden, 2010 dagegen um 16,2 %. Aufgrund des schwachen Marktumfelds baute das Schwergewicht Fernsehen dennoch seinen Spitzenplatz in der Verteilung der Bruttowerbeerlöse weiter aus und erzielte 49,3 % der gesamten Bruttowerbeausgaben in der klassischen Werbung in Deutschland – 2011 waren dies 48 % (TV Österreich 2012: 26,4 %).

Die deutschen Tageszeitungen hatten hingegen bei den Bruttowerbeeinnahmen ein Minus von 6,6 % zu verschmerzen. Bei wöchentlichen Publikationen und Magazinen ging der Anzeigenverkauf um 3,5 % zurück. Insgesamt und im Vergleich zum Jahr 2011 büßte der Printbereich in Deutschland damit 5,3 % seiner Bruttowerbeeinnahmen ein (minus 502,5 Mio. auf 9,04 Mrd. Euro) und verringerte seinen Anteil an den Werbeeinnahmen um 1,9 Prozentpunkte auf 39,3 % (Print in Österreich 2012: minus 1,4 Prozentpunkte auf 59,8 %).

10.1.2 Der Fernsehmarkt

10.1.2.1 Fernsehnutzung

Eine Entwicklung am österreichischen Fernsehmarkt sticht für das Jahr 2012 besonders ins Auge: Die deutschen Privatsender mit österreichischen Werbe- und zum Teil auch Programmfenstern verlieren 2,1 Prozentpunkte ihres Marktanteils gegenüber dem Jahr 2011 und erreichen so „nur“ noch 26,9 % Marktanteil. Nach Jahren nahezu ungebrochenen Wachstums bzw. einem kurzen Zwischentief im Null-Komma-Bereich ist dieses Ergebnis mehr als bemerkenswert. Österreichische TV-Sender haben davon jedoch in Summe kaum profitiert. Vielmehr verlieren sich die Marktanteilsverluste der deutschen Fensterprogramme in dem großen Programmangebot, das den digitalisierten TV-Haushalten (77 % aller TV-Haushalte Ende 2012) zur Verfügung steht. Dazu zählen neben den für Massen attraktiven Programmen der RTL- und der ProSiebenSat.1-Gruppe auch die deutschen öffentlich-rechtlichen Programme sowie die Landesprogramme der ARD, weitere deutsche Nischenprogramme ohne österreichische Werbefenster, Pay-Programme bis hin zu Shopping-Kanälen. In Summe erzielen ausländische Programme in Österreich im Jahr 2012 immerhin einen Marktanteil von 52,9 % (2011: 53,9 %).

Marktanteilsgewinne und -verluste österreichischer Programme bleiben im bereits erwähnten Null-Komma-Bereich und gleichen sich mehr oder minder aus, wenngleich der Marktanteilsgewinn von einem halben Prozentpunkt für „ServusTV“ proportional gesehen beachtlich ist. Immerhin stieg dessen Marktanteil damit um rund 70 % auf nun 1,2 %. Kein anderes österreichisches Programm konnte seinen durchschnittlichen Marktanteil im Jahr 2012 derart verbessern – weder absolut noch proportional.

Ein österreichisches Programmangebot ist zur Mitte des Jahres 2012 vom TV-Markt verschwunden: Der bisherige Programmplatz von „AUSTRIA 9“ in Kabelnetzen und am Satelliten wird seit Juli 2012 von „sixx Austria“ bespielt. „sixx“ ist ein Programm der deutschen ProSiebenSat.1-Gruppe und bereichert nun die Zahl der hiezulande verfügbaren deutschen Privatsender um ein weiteres Programm mit österreichischem Werbefenster und auch österreichischen Inhalten, das vom Programmanbieter und Werbezeitenvermarkter ProSiebenSat.1 PULS 4 GmbH (vormals SevenOne Media Austria GmbH), einem Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG, geliefert wird.

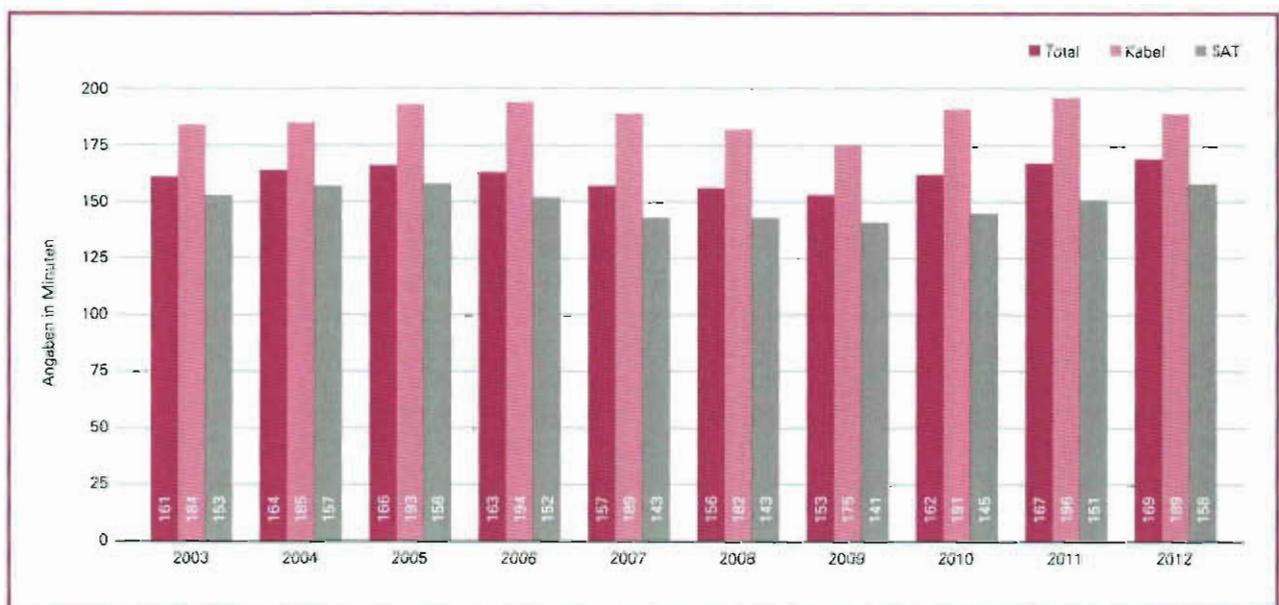
Allen Unkenrufen zum Fernsehen zum Trotz haben im Jahr 2012 erneut die Tagesreichweite (TRW) des Fernsehens insgesamt und die Sehdauer zugenommen, wenn auch im Vergleich mit den Jahren 2010 und 2011 in schwächerem Ausmaß. Da das Jahr 2012 den Zusehern unter anderem eine Fußball-Europameisterschaft und Olympische Sommerspiele zu bieten hatte, ist eine leichte Zunahme von TRW und Sehdauer allerdings nicht außergewöhnlich und dürfte auch maßgeblich zu dem leichten Anstieg des Marktanteils von „ORF eins“ um 0,2 Prozentpunkte auf 14 % Marktanteil beigetragen haben. Immerhin finden sich unter den 30 „ORF-eins“-Sendungen mit der höchsten durchschnittlichen Reichweite zehn Begegnungen aus der Fußball-Europameisterschaft. Olympia ist unter den Top 30 allerdings nicht vertreten, dafür findet sich auf Platz eins der Stratosphären-Sprung (neun Minuten ohne Rahmenberichterstattung) von Extremsportler Felix Baumgartner am 14. Oktober 2012. Für „ORF eins“ ist dabei allerdings weniger der leicht gestiegene Marktanteilswert an sich, als vielmehr der Umstand von Bedeutung, dass ein über die vergangenen Jahre konsequent anhaltender Abwärtstrend beim Marktanteil nun zumindest wieder gebremst werden konnte.

Nutzung, Reichweiten und Marktanteile aller in Österreich empfangbaren Fernsehprogramme werden von dem Marktforschungsinstitut GfK Austria auf Basis des elektronischen Messsystems „TELETEST“ erhoben. Auftraggeber dafür ist seit Jänner 2007 der Verein Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT). Der 2005 gegründeten AGTT gehören der ORF/die ORF-Enterprise, ATV, ServusTV, IP-Österreich (Vermarkter der RTL-Gruppe in Österreich) und ProSiebenSat.1 PULS 4 GmbH (vormals SevenOne Media Austria GmbH, Vermarkter der ProSiebenSat.1-Gruppe) an. Bis Ende 2006 war der ORF Auftraggeber des TELETEST. Seit 1. Jänner 2007 hat diese Rolle die AGTT übernommen.

Das TELETTEST-Panel bestand 2012 aus 1.590 österreichischen Haushalten, die mit den Messgeräten der Firma Telecontrol ausgestattet wurden. Um bei der zunehmenden Anzahl an Single-Haushalten den Stand an Panel-Teilnehmern konstant zu halten, wurde das Panel in den vergangenen Jahren immer wieder leicht aufgestockt. Insgesamt umfasste das Panel 2012 rund 3.560 Teilnehmer. Dies waren ca. 3.240 Personen ab zwölf Jahren, die für die 7,17 Mio. erwachsenen Österreicher in Haushalten mit Fernsehgerät standen, und ca. 320 Kinder von drei bis elf Jahren, die repräsentativ für die 728.000 österreichischen Kinder in TV-Haushalten waren. Die 1.590 Test-Haushalte repräsentierten eine Grundgesamtheit von 3,55 Mio. Privat-Haushalten mit TV-Gerät.

Im Jahr 2010 endete eine bis dahin rückläufige Entwicklung der Sehdauer mit einer Umkehrbewegung, die sich nun bis in das Jahr 2012 hinein fortgesetzt hat. 2010 stieg die tägliche TV-Sehdauer der Zuseher ab 12 Jahren im Vergleich zum Vorjahr um neun Minuten und im Jahr 2011 um noch einmal fünf Minuten. 2012 erhöhte sich die Sehdauer um weitere zwei Minuten auf nun 169 Minuten pro Tag (Zuseher ab 14 Jahren: 171 Minuten) und erreichte damit wiederum einen in Österreich bisher nie dagewesenen Spitzenwert.

Abbildung 19: Entwicklung der Sehdauer 2003 bis 2012



Personen ab 12 Jahre, Gesamt-Österreich.

Quelle: TELETTEST

EU-weit gesehen bleibt die Sehdauer der Österreicher aber weiterhin deutlich unter dem Durchschnitt. 230 Minuten sehen die EU-Bürger fern¹⁸, in Deutschland waren es 2012 bei einem Rückgang um drei Minuten 222 Minuten¹⁹. Dabei sind, anders als bei den österreichischen Zahlen, in der deutschen Erhebung bereits die Zuseher ab einem Alter von drei Jahren erfasst (Österreich: ab zwölf Jahren). Da Kinder im Alter von drei bis elf Jahren aber den geringsten Fernsehkonsum aufweisen (Österreich 2012: 68 Minuten/Tag) und den Schnitt daher nach unten beeinflussen, liegt die Sehdauer in Österreich bei Hinzunahme von Kindern im Alter von drei bis elf Jahren bei 160 Minuten pro Tag.²⁰

¹⁸ Wert 2011 – IP Deutschland „Television Key Facts 2012“.

¹⁹ AGF Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung, Frankfurt.

²⁰ ORF Medienforschung/TELETTEST.

Somit vergrößert sich der Abstand zu den deutschen Nachbarn sogar noch. Die Sehdauer ist ein Durchschnittswert, der aus der TV-Nutzungszeit aller in einem TV-Haushalt lebenden Menschen berechnet wird und insofern auch Null-Nutzung mit einbezieht.

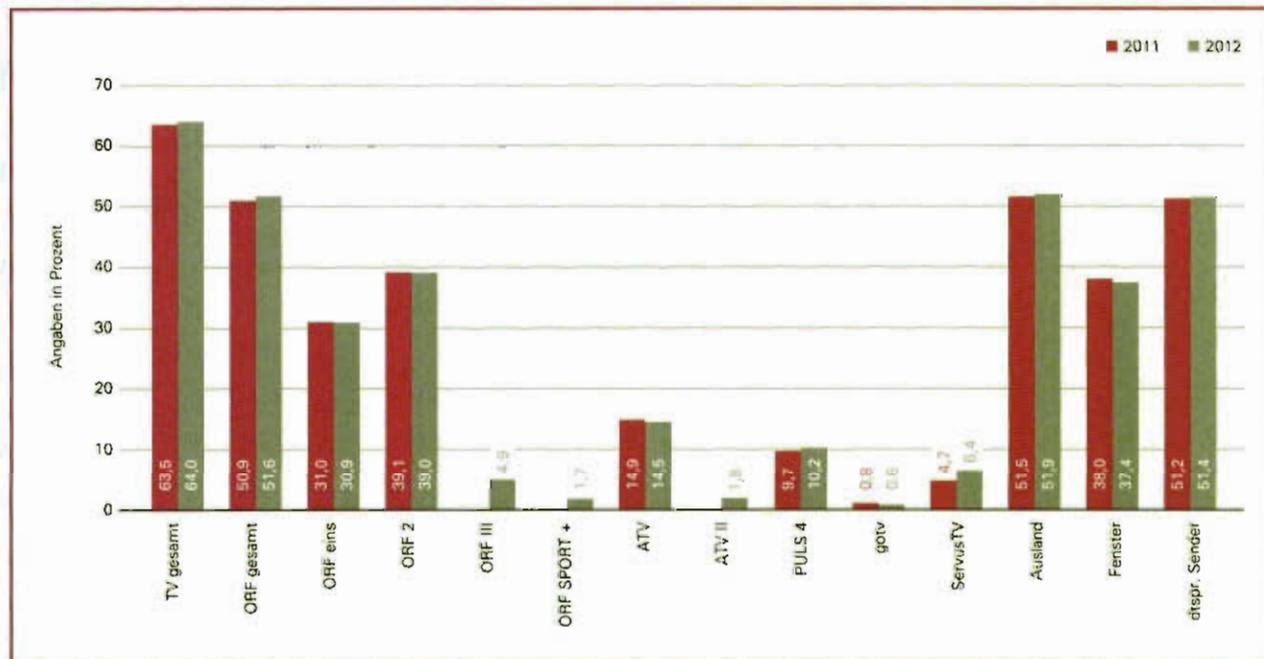
Die Verweildauer, die nur die Nutzungszeit der tatsächlich „aktiven“ Zuseher beschreibt, hat ebenfalls geringfügig um eine Minute zugenommen und liegt nun bei 261 Minuten pro Tag – auch dies ist ein neuer Rekord.

10.1.2.2 Tagesreichweiten und Marktanteile Fernsehen

Zum dritten Mal in Folge nach 2010 und 2011 lockte das Fernsehen auch 2012 wieder mehr Menschen vor den Bildschirm als im vorangegangenen Jahr. Durchschnittlich 4,57 Mio. Österreicher im Alter ab zwölf Jahren schauten 2012 täglich mindestens eine Minute Fernsehen (entspricht Definition Tagesreichweite). Das waren 35.000 Menschen mehr als im Jahr 2011. Damit erhöhte sich die Tagesreichweite (TRW) des Fernsehens insgesamt um einen halben Prozentpunkt auf 64 %. Von 2005 bis 2009 war die Tagesreichweite des Fernsehens abnehmend verlaufen. Vom Spitzenwert des Jahres 2002 mit 70,2 % ist die Tagesreichweite des Fernsehens allerdings noch immer weit entfernt.

Erstmals werden in diesem Kommunikationsbericht bei der Darstellung der Tagesreichweite und der Marktanteile des ORF gesamt in den Grafiken auch die Spartenprogramme „ORF SPORT +“ und „ORF III Kultur und Information“ berücksichtigt. Dem begleitenden Text sind aber auch die Entwicklungen ohne die beiden Spartenprogramme zu entnehmen, um eine bessere Vergleichbarkeit mit den Vorjahren zu ermöglichen. Neu hinzugekommen ist außerdem „ATV II“, für das 2012 erstmals Ganzjahreswerte verfügbar waren.

Abbildung 20: Tagesreichweiten Fernsehen 2011 vs. 2012



Personen ab 12 Jahre, Gesamt-Österreich; ORF gesamt 2012 erstmalig inkl. „ORF III“ und „ORF SPORT +“, keine Daten 2011 für „ORF III“, „ORF SPORT +“ und „ATV II“.

Quelle: TELETEST

Bei Einzelbetrachtung der Tagesreichweitenentwicklung der österreichischen TV-Programme fallen vor allem die neuerlichen Erfolge von „ServusTV“ und von „PULS 4“ auf. „ServusTV“ wurde im Jahr 2012 täglich von durchschnittlich 457.000 Zusehern wenigstens eine Minute lang geschaut. Das waren 122.000 tägliche Zuseher mehr als 2011. Die

TRW von „ServusTV“ verbesserte sich von 4,7 % auf 6,4 % der Zuseher ab zwölf Jahren. Schon 2011 gelang es „ServusTV“, seine TRW überdurchschnittlich gut von 2,7 % auf 4,7 % zu verbessern.

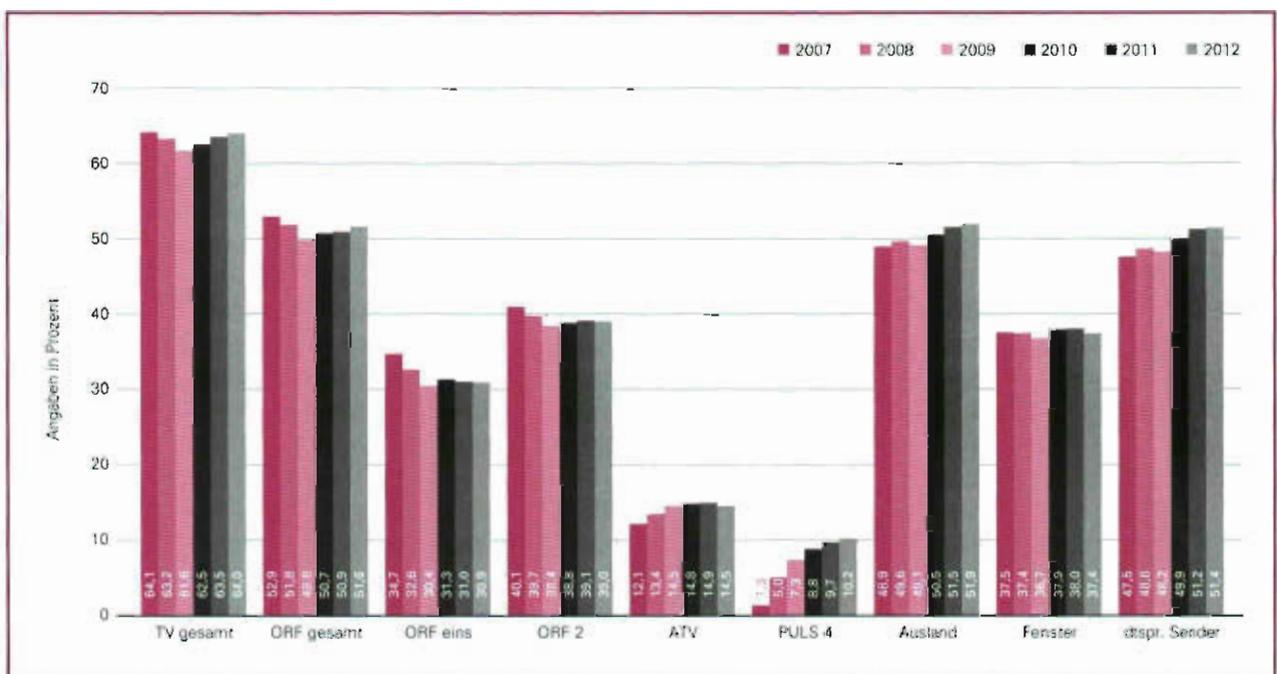
Auch „PULS 4“ konnte erneut zulegen, wenngleich das Programm mit einem Gewinn von einem halben Prozentpunkt auf 10,2 % TRW nicht an die Wachstumserfolge der vorangegangenen zwei Jahre anknüpfen konnte. Im Jahr 2010 hatte sich „PULS 4“ noch um 1,5 Prozentpunkte verbessert, im Jahr 2011 waren es 0,9 Prozentpunkte. Damit liegt die TRW von „PULS 4“ immer noch um rund ein Drittel niedriger als jene von „ATV“, das aber erstmalig seit seinem bundesweiten Start im Sommer 2003 einen Reichweitenverlust hinnehmen muss und um 0,4 Prozentpunkte auf 14,5 % TRW nachgibt.

Aus der TRW-Entwicklung der zwei ORF-Hauptprogramme in Summe, aber auch bei individueller Betrachtung von „ORF eins“ und „ORF 2“ lässt sich 2012 keine ernstzunehmende Tendenz in irgendeine Richtung ablesen. Die Talfahrt hatte der ORF 2010 bereits bremsen können und in der Reichweite seither wieder leicht zugelegt. 2012 gewannen die Programme „ORF eins“ und „ORF 2“ zusammen einen zehntel Prozentpunkt auf 51 % TRW, „ORF eins“ und „ORF 2“ jeweils für sich betrachtet verloren jedoch 0,1 Prozentpunkte auf 30,9 % („ORF eins“) bzw. 39 % („ORF 2“) TRW. Einschließlich der Spartenprogramme „ORF SPORT +“ und „ORF III Kultur und Information“ erreichen die ORF-Programme in Summe nun aber eine TRW von 51,6 %. Insbesondere die TRW von 4,9 % für „ORF III“ im ersten Jahr kann der ORF als Erfolg verbuchen.

Das europaweit frei über Satellit empfangbare Musik- und Jugendprogramm „gotv“ verliert 2012 in seinem Heimatland ein Viertel der TRW und erreicht damit täglich nur noch 0,6 % der Zuseher ab zwölf Jahren. Seit November 2012 kann „gotv“ neben „ATV II“ in den Ballungsräumen Innsbruck, Bregenz und vor allem in Wien auch über Antenne (DVB-T) empfangen werden. Es ist daher interessant abzuwarten, ob dies im Verlauf des Jahres 2013 zu einer Erholung der TRW von „gotv“ beitragen kann.

Ebenso verloren haben die deutschen Fensterprogramme, die mit einem Minus von 0,6 Prozentpunkten und einer TRW von 37,4 % unter den Wert von 2010 (37,9 %) zurückfallen. Vor allem „RTL“ und „SAT.1“ sind mit jeweils einem Verlust von 1,1 Prozentpunkten auf 16 % („RTL“) und 14,2 % („SAT.1“) TRW besonders betroffen.

Abbildung 21: Entwicklung Tagesreichweiten Fernsehen 2007 bis 2012

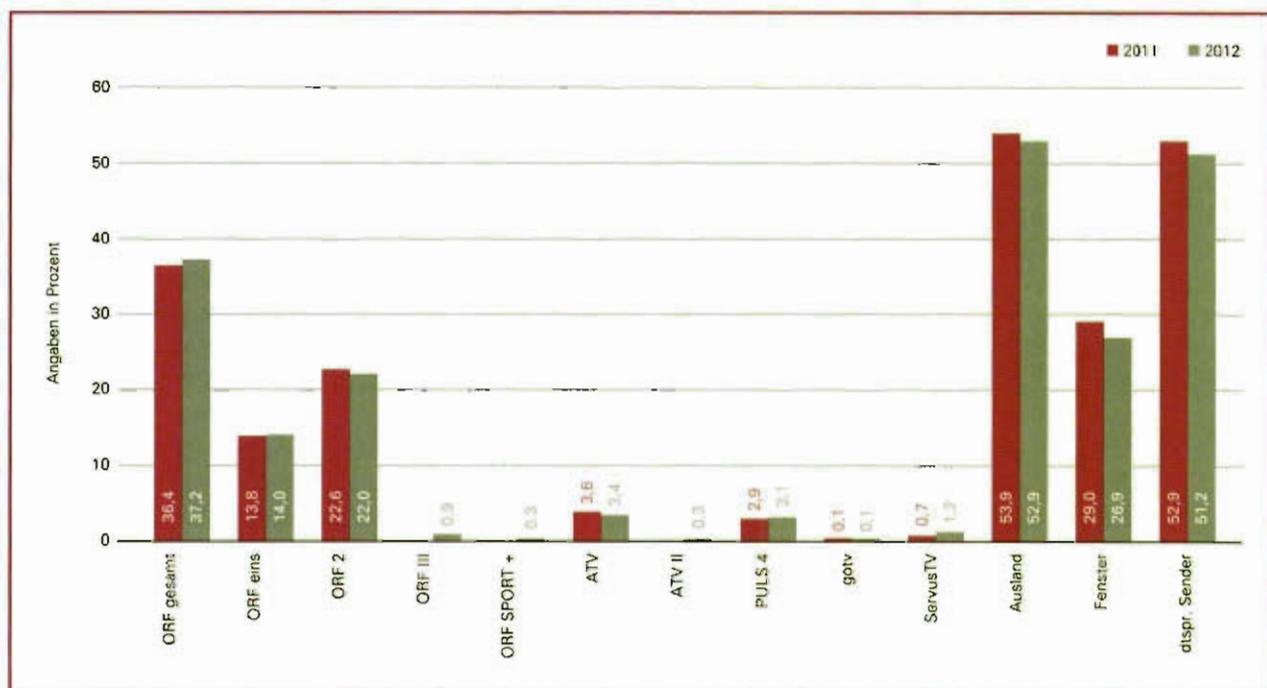


Personen ab 12 Jahre, Gesamt-Österreich, alle Empfangsebenen; ORF gesamt 2012 erstmalig inkl. „ORF III“ und „ORF SPORT +“.

Quelle: TELETEST

An den grundsätzlichen Größenverhältnissen auf dem österreichischen Fernsehmarkt hat sich auch 2012 wenig verändert, allerdings verlieren die deutschen Fensterprogramme empfindlich Marktanteile. „ORF 2“ mit einem Marktanteil von 22 % und „ORF eins“ mit einem Marktanteil von 14 % sind weiterhin mit deutlichem Abstand die meistgesehenen TV-Programme in Österreich. „ORF eins“ konnte sich mit einem Zugewinn von 0,2 Prozentpunkten sogar wieder erstmals seit Jahren verbessern – nach einem Verlust von nahezu einem Drittel seines Marktanteils seit 2006 (20,3 %). „ORF 2“ musste dagegen – wie schon 2011 – erneut 0,6 Prozentpunkte abgeben und kam 2012 auf einen Jahresmarktanteil von 22 %. Das entspricht einem Verlust von rund einem Fünftel des Marktanteils seit dem Jahr 2006 (27,3 %).

Abbildung 22: Marktanteile Fernsehen 2011 vs. 2012



Personen ab 12 Jahre, Gesamt-Österreich; ORF gesamt 2012 erstmalig inkl. „ORF III“ und „ORF SPORT +“, keine Daten 2011 für „ORF III“, „ORF SPORT +“ und „ATV II“.

Quelle: TELETEST

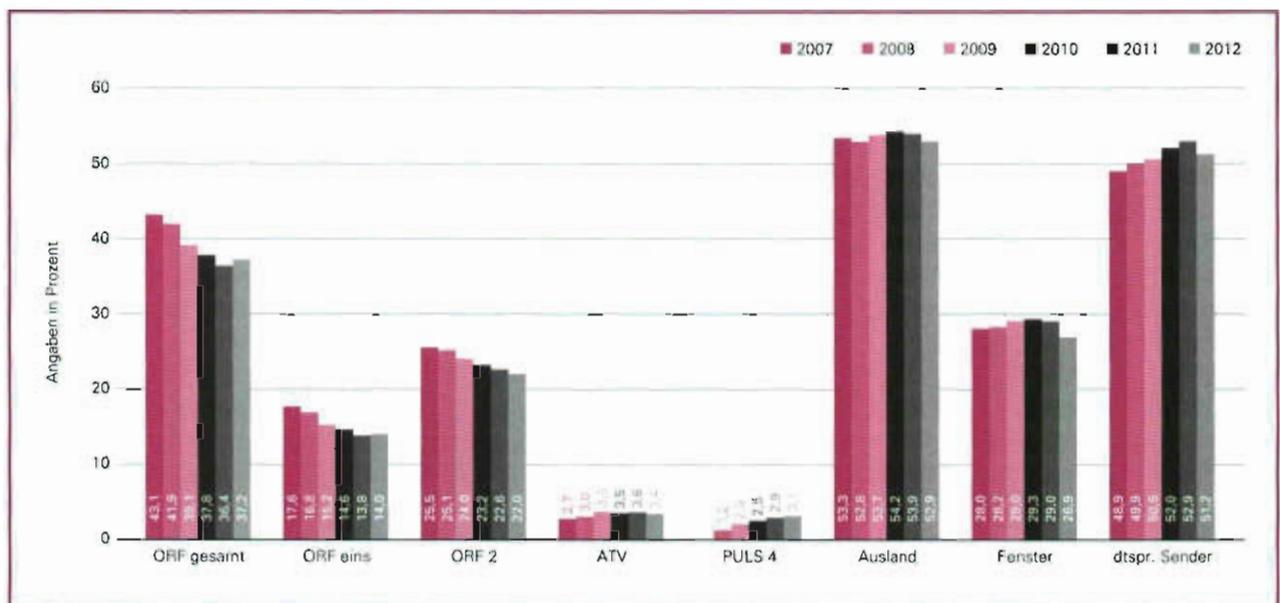
So hat der Marktanteilsverlust von „ORF 2“ zu einem weiteren Abschmelzen des Gesamtmarktanteils der beiden ORF-Hauptprogramme in Summe auf 36 % geführt. Da die TRW von „ORF eins“ und „ORF 2“ praktisch stabil geblieben ist, bedeutet der leichte Marktanteilsverlust, dass die Zuseher insgesamt weniger lang zuschauen, denn mit dem Marktanteil einzelner TV-Programme wird deren Anteil an der gesamten TV-Sehdauer beschrieben. Den Trend zur Abwärtsbewegung bei „ORF eins“ und „ORF 2“ kann der ORF weiterhin nicht aufhalten, die Kurve nach unten verläuft aber seit 2011 um einiges flacher. Bei Hinzurechnung der Spartenprogramme „ORF III“ und „ORF SPORT +“ ergibt sich für den ORF jedoch ein Marktanteilsgewinn von 0,8 Prozentpunkten auf 37,2 %.

„PULS 4“ kann 2012 mit einem Plus von 0,2 Prozentpunkten seinen Marktanteil im Vergleich zu den Vorjahren nur schwächer ausbauen, überspringt aber die wichtige Drei-Prozent-Hürde und kommt auf 3,1 % Marktanteil. Dagegen verliert „ATV“ erstmals und sinkt von 3,6 % auf 3,4 % Marktanteil. Aufgrund der identischen Kernzielgruppe beider Programme ist eine Zuseher-Wanderung von „ATV“ zu „PULS 4“ als Grund für diese Entwicklung ebenso denkbar wie ein Selbst-Kannibalisierungseffekt von „ATV“ durch das im Dezember 2011 gestartete Programm „ATV III“. Immerhin bestehen weite Teile des Programms von „ATV II“ aus Wiederholungen von Sendungen auf „ATV“, was eine

Art von zeitversetztem Fernsehen ermöglicht. Mit einem Jahresmarktanteil von 0,3 % hat „ATV II“ sein erstes Jahr am Markt jedenfalls eher schwach abgeschlossen. Zum Vergleich: „PULS 4“ erreichte im ersten Jahr 1,2 % Marktanteil, richtet sich aber konsequent an eine sehr junge Zielgruppe.

So ist es unter dem Strich vor allem auf den neuerlichen Erfolg von „ServusTV“ zurückzuführen, dass die fünf österreichischen Privatsender in Summe ihren Marktanteil von 7,3 % im Jahr 2011 auf 8,1 % im Jahr 2012 ausbauen können. „ServusTV“ gelingt ein weiterer Zuwachs von 0,5 Prozentpunkten auf 1,2 % Marktanteil. „gotv“ verbleibt bei einem Marktanteil von 0,1 %.

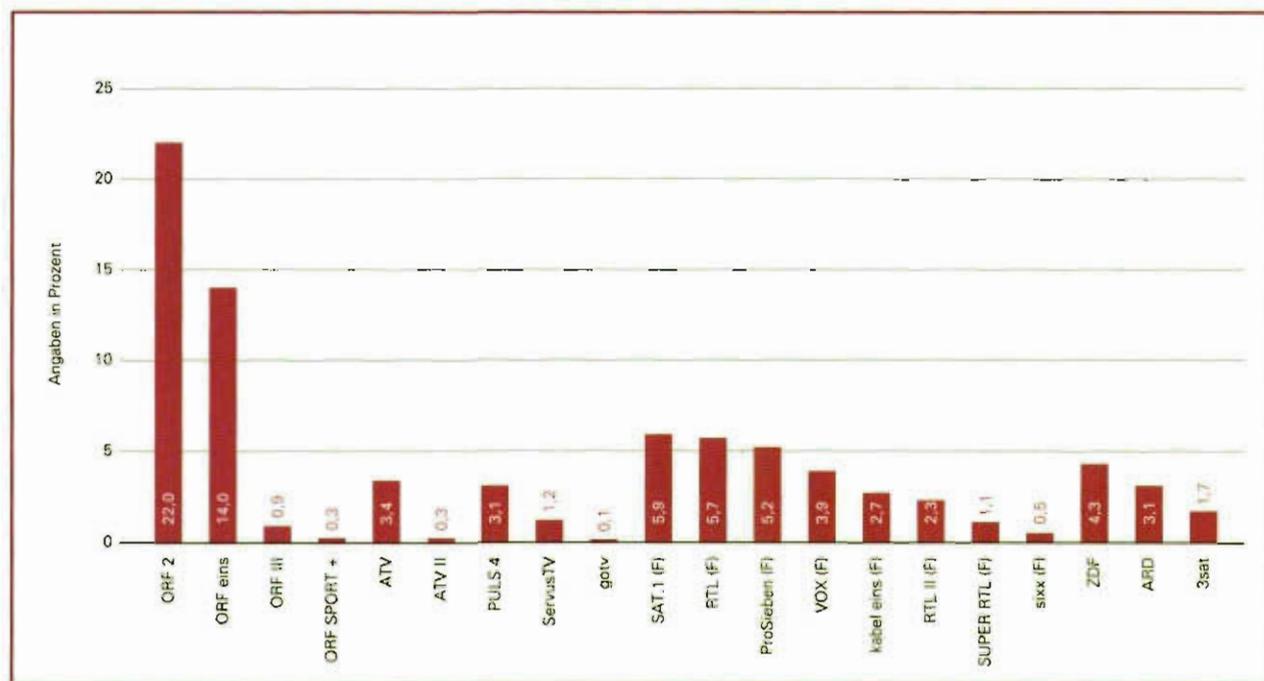
Abbildung 23: Entwicklung Marktanteile Fernsehen 2007 bis 2012



Personen ab 12 Jahre, Gesamt-Österreich, alle Empfangsebenen; ORF gesamt 2012 erstmalig inkl. „ORF III“ und „ORF SPORT +“.

Quelle: TELETTEST

Erstmals seit Jahren mussten die deutschen Privatsender mit ihren Werbe- und Programmfenstern im Jahr 2011 Marktanteile abgeben. Das Minus von 0,3 Prozentpunkten fiel jedoch zunächst noch äußerst moderat aus. Dagegen sind die 2,1 Prozentpunkte, die „SAT.1“, „RTL“ und Co. nun im Jahr 2012 verloren, ein erheblicher Rückschlag, der sich auch auf den Gesamtmarktanteil aller deutschsprachigen Sender mit einem Minus von 1,7 Prozentpunkten auswirkt.

Abbildung 24: Marktanteile Fernsehen 2012 (inkl. Österreichfenster und deutsche Programme)

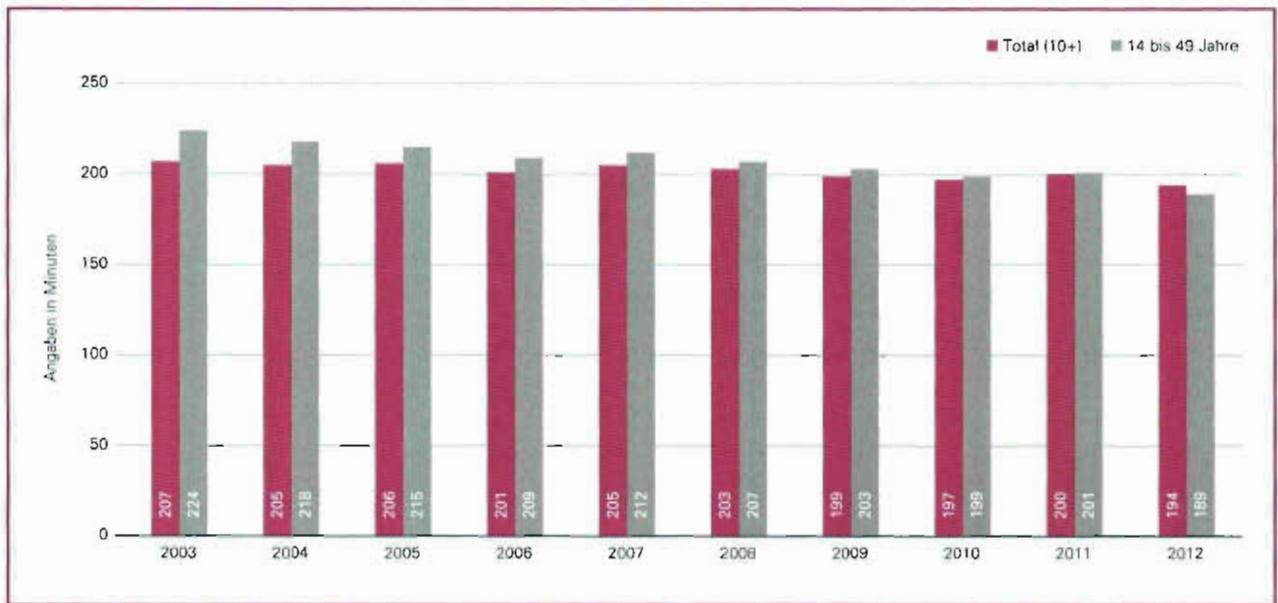
Personen ab 12 Jahre, Gesamt-Österreich; (F) = Programm mit Österreichfenster.

Quelle: TELETEST/Evogenius/ORF Medienforschung

10.1.3 Der Radiomarkt

10.1.3.1 Radionutzung

Die leichte Aufwärtsbewegung bei Hördauer und Tagesreichweite für den Hörfunk insgesamt im Jahr 2011 war rückblickend betrachtet nur eine vorübergehende Gelegenheit, um Atem zu holen. Denn der langfristige Abwärtstrend setzte sich 2012 nicht nur fort, sondern nahm insbesondere hinsichtlich der Entwicklung der Hördauer bei der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen sehr deutlich an Fahrt auf. Dabei kam es außerdem zu einer bisher nicht dagewesenen Umkehr in der Nutzungszeit der Gruppen 10+ und 14 bis 49 Jahre. Erstmals hörten im Jahr 2012 die 14- bis 49-Jährigen weniger lang Radio als die Gruppe der Hörer 10+. Während schon die tägliche Hördauer der Altersgruppe 10+ überdurchschnittlich hoch um sechs Minuten zurückging, drehten die 14- bis 49-Jährigen ihr Radio sogar bereits zwölf Minuten früher ab als noch im Jahr 2011 und blieben dem Medium damit täglich im Durchschnitt nur noch 189 Minuten treu. Ähnlich stark ging die Hördauer dieser Gruppe nur einmal im Jahr 2001 zurück (minus elf Minuten), nachdem im Jahr 2000 der bisherige Höchststand (234 Minuten) gemessen wurde. Auch fiel die Hördauer der 14- bis 49-Jährigen zuvor erst einmal unter die 200-Minuten-Marke und das auch nur knapp auf 199 Minuten im Jahr 2010.

Abbildung 25: Entwicklung der Hördauer 2003 bis 2012

Quelle: Radiotest

Im Zusammenhang mit der sinkenden Hördauer bei der jüngeren Zielgruppe ist ein Blick auf die Internetnutzung der jungen Zielgruppen interessant. Laut Media-Analyse 2012 hat das Internet bei den 14- bis 19-Jährigen eine Tagesreichweite von 88,3 %, bei den 20- bis 29-Jährigen sind es 80,4 % und bei den 30- bis 39-Jährigen immerhin noch 72,1 %. Befragt, zu welchem Zweck diese Altersgruppen das Internet in den letzten vier Wochen genutzt haben, geben 84,8 % der 14- bis 19-Jährigen das Hören oder Herunterladen von Musik an. Radiohören als Webstream zählt in der Media-Analyse jedoch nicht zum Musikhören, sondern wird davon separat ausgewiesen. Radio via Internet hören mit 28,6 % deutlich weniger aus der ganz jungen Altersgruppe. Von den 20- bis 29-Jährigen nutzen das Internet 63,8 %, um Musik zu hören oder herunterzuladen, jedoch nur 25,5 % hören Radio über das Internet. Bei den 30- bis 39-Jährigen hören nur noch 19,4 % Radio über das Internet, aber immerhin noch 39,6 % hören Musik aus anderen Quellen oder laden sie herunter. Je jünger also die Nutzer, desto größer der Wunsch, auch auf eine individuelle, interessenorientierte und selbst bestimmte Musikauswahl zugreifen zu können. Die dafür aufgewendete Zeit geht natürlich zu Lasten der Radionutzung.

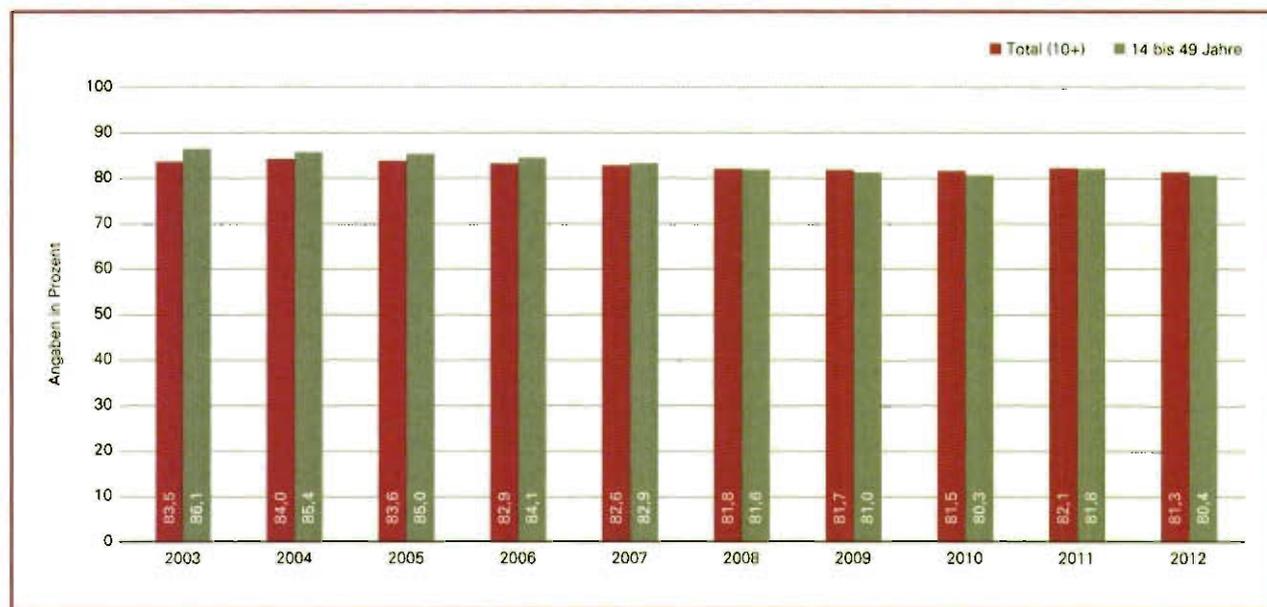
10.1.3.2 Tagesreichweiten und Marktanteile Radio

Die Radioforschung in Österreich erfolgt durch den Radiotest, der vom Meinungsforschungsinstitut GfK Austria im Auftrag des ORF und des Großteils der österreichischen Privatradios durchgeführt wird. Vom Prinzip her ist der Radiotest eine Reichweitenstudie, in welcher die Radionutzung der österreichischen Bevölkerung ab zehn Jahren unter den derzeit für das Medium Radio am besten geeigneten Methoden und Bedingungen erhoben wird. Pro Jahr werden kontinuierlich (von Jänner bis Dezember) 24.000 „Computer-Assisted-Telephone“-Interviews (CATI), die gleichmäßig über die sieben Tage der Woche verteilt sind, durchgeführt. Darüber hinaus sind zusätzliche Interviews, so genannte „Aufstockungen für lokale Verbreitungsgebiete“ (die kleinste Einheit ist dabei ein politischer Bezirk), möglich.²¹

²¹ GfK Austria und ORF Medienforschung.

Weniger dramatisch als die Hördauer der 14- bis 49-Jährigen, dafür aber im Rahmen der seit Jahren zu beobachtenden Verluste, ging die Tagesreichweite (TRW) des Radios in beiden Altersgruppen zurück und liegt nach dem Zwischenhoch des Jahres 2011 nun jeweils in etwa auf dem Stand des Jahres 2010. So hörten 81,3 % der Hörer 10+ täglich mindestens 15 Minuten Radio (entspricht Definition TRW), von den 14- bis 49-Jährigen waren es 80,4 %.

Abbildung 26: Entwicklung Tagesreichweiten Radio 2003 bis 2012

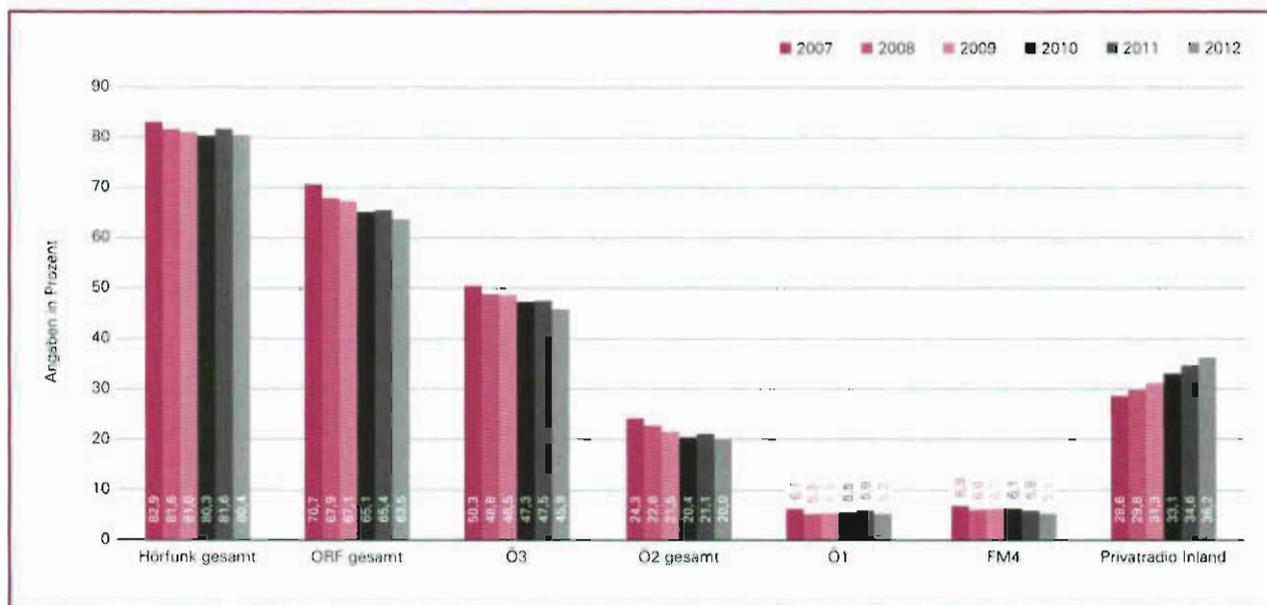


Quelle: Rediotest

Bei getrennter Betrachtung der TRW-Entwicklung bei den ORF-Hörfunkprogrammen einerseits und den inländischen Privatradios (gesamt) andererseits in der werberelevanten Zielgruppe der Hörer 14 bis 49 Jahre zeigt sich das seit Jahren gewohnte Bild: In verhältnismäßig moderaten Schritten verliert der ORF Hörer, die Privatradios gewinnen dazu. Insgesamt hatten die ORF-Programme im Jahr 2012 um 1,9 Prozentpunkte weniger Hörer in dieser Altersgruppe (TRW 63,5 %) als noch 2011. Deutlicher traf es „Ö3“, dessen Tagesreichweite sich um 1,6 Prozentpunkte auf 45,9 % reduzierte. Auch die Bundesland-Radios („Ö2“) verloren 1,1 Prozentpunkte und kamen auf eine durchschnittliche TRW von 20 % für das Jahr 2012.

Enttäuschend verlief das Jahr 2012 hinsichtlich der TRW bei den 14- bis 49-Jährigen auch für „Ö1“ und das Jugendprogramm „FM4“. „Ö1“ war es in den vergangenen Jahren stetig gelungen, ein wenig mehr junge Hörer mit seinem Informations- und Kulturprogramm anzusprechen, und fiel nun von zuletzt 5,9 % TRW auf den Stand von 2008 mit 5,3 % TRW zurück. Auch „FM4“ sackte in seiner Kernzielgruppe zum zweiten Mal in Folge ab, mit einem Minus von einem halben Prozentpunkt allerdings noch deutlicher als 2011, und steht nun ebenfalls bei einer TRW von 5,3 %.

Die Privatradios dagegen blieben auch 2012 auf ihrem seit Jahren anhaltenden Gewinnkurs und steigerten ihre TRW in dem fast schon als üblich zu bezeichnenden Rahmen um 1,6 Prozentpunkte auf 36,2 % bei den Hörern 14 bis 49 Jahre.

Abbildung 27: Entwicklung Tagesreichweiten ORF vs. Privatradios 2007 bis 2012

Personen 14 bis 49 Jahre, Gesamt-Österreich.

Quelle: Radiotest

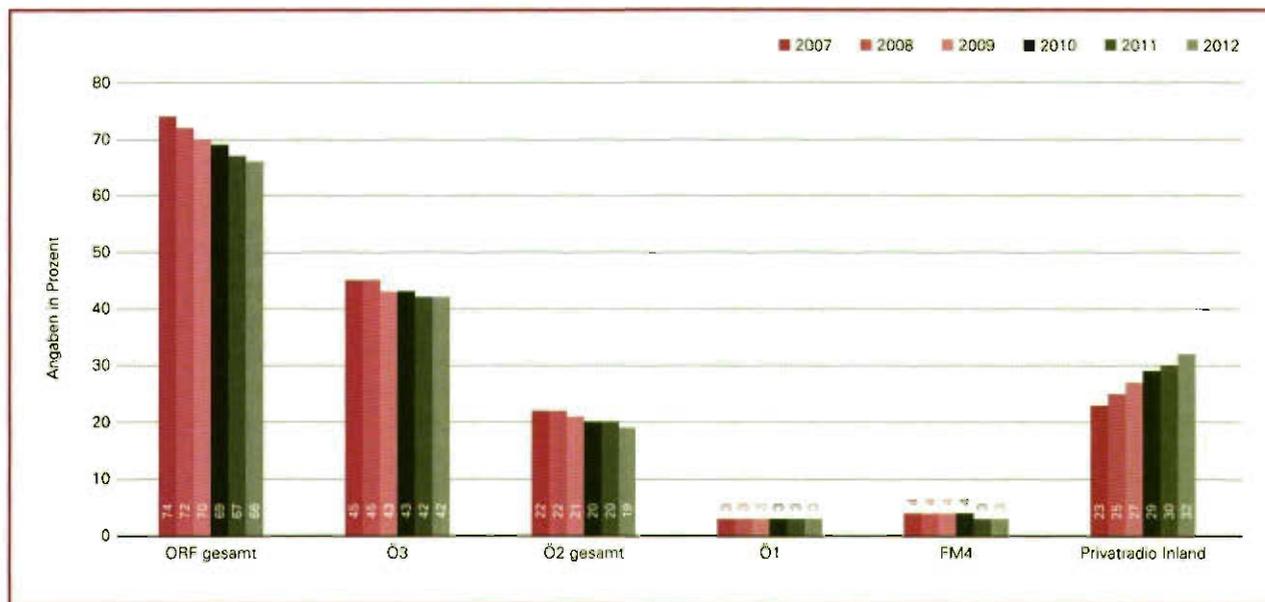
Erneut war es vor allem „KRONEHIT“, das maßgeblich zur TRW-Verbesserung der „Privatradios Inland“ beigetragen hat.²² Mit einem Zuwachs von 1,9 Prozentpunkten (2011: zwei Prozentpunkte) erzielte der Privatsender im Jahr 2012 eine TRW von bundesweit 16,5 % (2011: 14,6 %). In fast allen Bundesländern konnte „KRONEHIT“ die TRW ausweiten, vor allem aber in Wien (von 10,5 % auf 14 %), in Vorarlberg (von 11,9 % auf 14,7 %) und in Kärnten (von 11,6 % auf 14,5 %). Lediglich im Burgenland ging die TRW von „KRONEHIT“ bei den 14- bis 49-Jährigen von 20,4 % auf 19,5 % zurück.

Der direkte Konkurrent „Ö3“ gab dagegen durchgehend in allen Bundesländern im Bereich von etwa ein bis zwei Prozentpunkten nach.

Bei den Privatradios in den Bundesländern verbesserten sich in der TRW vor allem die „Welle 1“ in Oberösterreich (von 5,3 % auf 6,8 %), die „Antenne Kärnten“ (von 24 % auf 25,2 %) und die „Antenne Steiermark“ (von 24,1 % auf 24,8 %) nennenswert. 1,3 Prozentpunkte einbüßen musste „Radio U1 Tirol“ (von 7,8 % auf 6,5 %), gefolgt von „Life Radio Oberösterreich“ (von 16,3 % auf 15,4 %).

Trotz Tagesreichweitenverlust konnte „Ö3“ seinen Marktanteil bei den 14- bis 49-jährigen Hörern behaupten und lag hier auch 2012 noch bei 42 %.

²² Siehe Tabelle 19: Radio in Österreich: Tagesreichweiten 2012.

Abbildung 28: Entwicklung Marktanteile Radio 2007 bis 2012

Personen 14 bis 49 Jahre, Gesamt-Österreich.

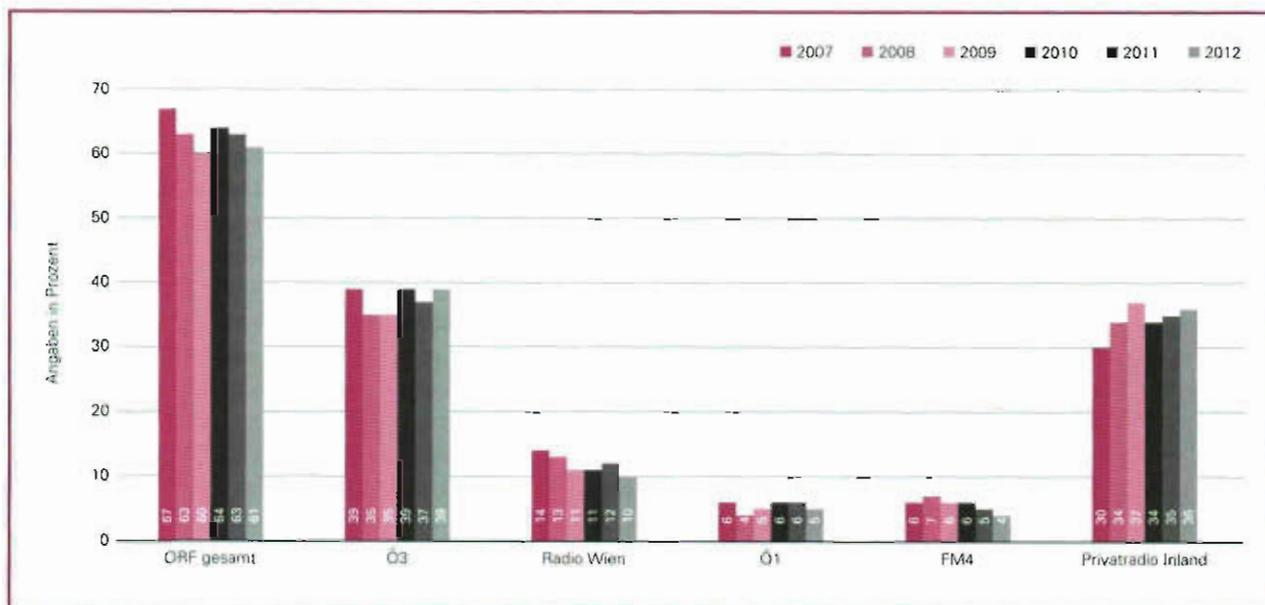
Quelle: Radiotest

Der Marktanteil gibt an, wie groß der prozentuelle Anteil eines Senders/einer Sendergruppe an der gesamten Hördauer ist. Bei den ORF-Programmen waren es lediglich die Bundesländer-Radios, die in Summe um einen Prozentpunkt auf 19 % Marktanteil nachgaben und so den Marktanteil der gesamten ORF-Radioflotte (nach Rundung) um einen Prozentpunkt auf 66 % senkten.

Die Privatradios können ihren Erfolg in der Tagesreichweite auch in Marktanteile ummünzen und legen um zwei Prozentpunkte auf 32 % Marktanteil bundesweit zu.

10.1.3.3 Der Radiomarkt in Wien

Der bundesweiten Entwicklung folgend, knickte die Tagesreichweite von „Ö3“ auf dem Wiener Markt um 1,8 Prozentpunkte auf 33,3 % ein. Dennoch konnte „Ö3“ seinen Marktanteil in Wien um zwei Prozentpunkte auf 39 % steigern und eroberte sich damit den Wert des Jahres 2010 zurück. Aufgrund der besonders dichten Angebotsvielfalt auf dem Wiener Radiomarkt sind die 14- bis 49-jährigen Hörer hier besonders **heiß umworben und der Gewinn** von „Ö3“ ist als durchaus bemerkenswert einzustufen.

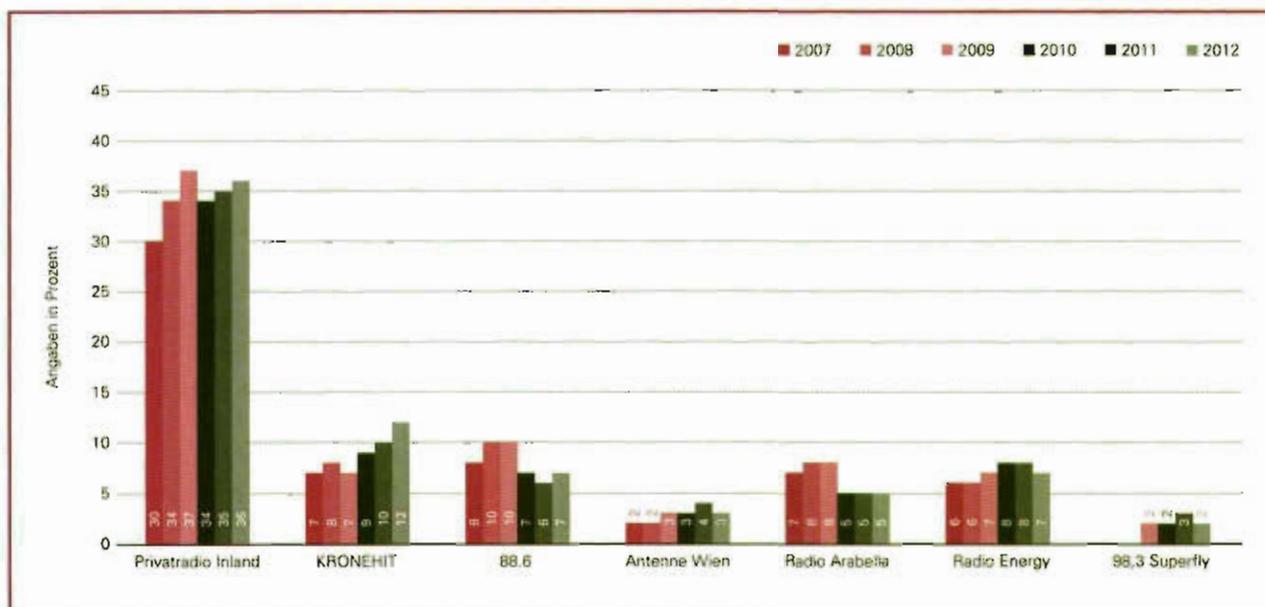
Abbildung 29: Entwicklung Marktanteile Radio in Wien 2007 bis 2012

Personen 14 bis 49 Jahre, Wien.

Quelle: Radiotest

Die anderen ORF-Hörfunkprogramme mussten hingegen in Wien Einbußen hinnehmen. Für „Radio Wien“ und „Ö1“ endete damit ein ca. dreijähriger Aufwärtstrend. „Ö1“ verlor 2012 einen Prozentpunkt auf 5 % Marktanteil, „Radio Wien“ musste sogar zwei Prozentpunkte abgeben und kam auf nur noch 10 % Marktanteil. Für „FM4“ ging es weiterhin bergab auf nun 4 % Marktanteil. In Summe verloren die ORF-Programme in Wien bei den 14- bis 49-jährigen Hörern zwei Prozentpunkte und finden sich nun bei einem Marktanteil von 61 % wieder. Damit ist nahezu der Tiefpunkt von 2009 (60 % Marktanteil) wieder erreicht.

Die Privatradios kämpfen sich dagegen von ihrem Rückschlag im Jahr 2010 stetig pro Jahr um einen Prozentpunkt nach oben und erreichen 2012 einen Marktanteil von 36 %. Dies ist allerdings auch hier vor allem dem Wachstum von „KRONEHIT“ zu verdanken, das ebenso bemerkenswert wie „Ö3“ um zwei Prozentpunkte auf 12 % Marktanteil klettert.

Abbildung 30: Entwicklung Marktanteile Privatradios in Wien 2007 bis 2012

Personen 14 bis 49 Jahre, Wien; 98,3 Superfly erstmalig 2009 ausgewiesen.

Quelle: Radiotest

Auf der Habenseite ist außerdem „88.6“, das um einen Prozentpunkt auf 7 % Marktanteil zugelegt hat. Nach der Fusion mit „HiT FM“ zur Mitte des Jahres 2012 hat sich „88.6“ deutlicher zu einem Formatradio entwickelt. Jedenfalls ließen sich 2012 dramatische Verluste der vorangegangenen Jahre bremsen und wieder in eine Aufwärtsbewegung umkehren. Hier wird die weitere Beobachtung interessant. Jeweils einen Prozentpunkt Marktanteil verlieren „Antenne Wien“, „Radio Energy“ und „98,3 Superfly“. Nachdem „Radio Arabella“ im Jahr 2010 bei den 14- bis 49-jährigen Hörern von 8 % auf 5 % Marktanteil verlor, hat es sich bei diesem Wert nun offenbar dauerhaft eingependelt.

Tabelle 19: Radio in Österreich: Tagesreichweiten 2012

	14-49 Jahre	Wien	Niederösterreich	Burgenland	Steiermark	Kärnten	Oberösterreich	Salzburg	Tirol mit Osttirol	Vorarlberg
Tagesreichweite gesamt										
Radio gesamt	80,4	69,7	82,7	85,8	83,7	85,4	83,3	81,6	84,0	81,7
ORF gesamt	63,5	50,3	69,0	77,2	64,7	69,6	64,7	67,6	66,4	65,2
Privat Inland gesamt	36,2	33,7	35,1	28,8	40,5	37,7	40,0	32,7	35,9	33,6
Anderer Sender gesamt	38,7	35,6	36,2	30,3	41,7	39,4	44,0	36,8	39,7	40,5
Sonstige Sender gesamt	3,9	3,4	2,1	2,0	2,3	2,6	5,6	5,8	5,4	9,5
Anderer sonstige Sender	2,7	3,3	2,0	1,9	2,3	2,5	2,6	3,1	2,5	4,2
Tagesreichweite ORF										
Ö1	5,3	7,3	4,8	5,5	4,8	4,3	4,9	6,2	3,9	4,1
Ö3	45,9	33,3	52,2	55,5	48,4	47,0	47,8	48,8	50,4	43,9
FM4	5,3	6,1	5,1	3,4	4,7	4,3	5,2	6,6	4,9	5,8
ORF Regionalradio gesamt	20,0	12,1	22,7	32,0	20,6	28,2	17,6	22,6	22,4	24,9
Radio Wien	3,4	9,9	5,9	4,3	0,0	0,1	0,1	-	0,2	0,0
Radio Niederösterreich	3,8	2,0	16,8	2,5	0,4	-	0,8	-	-	-
Radio Burgenland	1,2	0,8	0,6	26,4	0,5	-	-	-	-	-
Radio Steiermark	3,0	-	0,1	1,9	20,0	0,3	0,1	0,1	-	-
Radio Kärnten	1,8	0,0	-	0,1	0,2	27,9	-	0,0	0,2	-
Radio Oberösterreich	2,9	-	0,3	-	0,1	-	16,2	1,1	0,3	-
Radio Salzburg	1,7	0,2	0,2	-	0,2	0,1	1,1	21,9	0,2	0,1
Radio Tirol	2,0	0,0	-	-	0,1	-	0,2	0,4	22,1	0,4
Radio Vorarlberg	1,2	0,0	-	-	0,1	0,1	-	-	0,4	24,5
Tagesreichweite Privatradios										
RMS Top	35,9	33,0	34,7	28,7	40,5	37,4	39,9	32,7	35,7	33,6
KRONEHIT	16,5	14,0	22,0	19,5	15,8	14,5	19,1	9,3	13,9	14,7
Radio Arabella (W/NÖ/B/OÖ/Sbg.)	2,6	5,0	5,2	1,5	0,0	-	2,8	1,4	-	0,1
Radio Energy gesamt	3,8	11,3	3,8	1,6	0,0	0,1	0,3	5,2	3,2	0,1
LoungeFM gesamt	0,5	1,0	0,4	0,1	0,2	0,4	1,2	-	-	-
Welle 1 gesamt (Sbg./OÖ/Stmk.)	1,8	-	0,2	-	0,6	0,1	6,8	8,2	-	-
88.6 Der Musiksender/HIT FM	3,3	6,4	9,0	5,4	0,1	-	0,2	-	-	-
Antenne Wien	0,9	2,9	1,1	0,7	-	-	-	-	-	-
Radio Arabella (W/NÖ/B)	2,1	5,0	5,2	1,5	0,0	-	-	-	-	-
Radio Energy (W/NÖ/B)	3,2	11,3	3,8	1,6	0,0	-	-	-	-	-
98,3 Superfly	0,6	2,2	0,6	0,1	-	-	-	0,0	-	-
Antenne Steiermark	3,8	0,1	0,2	4,1	24,8	1,0	-	0,2	-	-
Radio Graz/Radio Elms	0,2	-	-	-	1,5	-	-	-	-	-
Soundportal	0,6	0,0	-	0,3	3,7	0,0	0,0	-	-	0,0
Radio Grün-Weiß	0,2	-	-	-	1,1	-	-	-	-	-
Radio West	0,1	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-
Welle 1 (Stmk.)	0,1	-	-	-	0,6	0,1	-	-	-	-
Antenne Kärnten	1,6	-	-	-	0,1	25,2	0,2	0,1	0,1	-
LoungeFM (Ktn.)	0,1	-	-	0,1	0,2	0,4	-	-	-	-
Life Radio (OÖ)	2,7	0,0	0,5	-	0,1	-	15,4	0,2	-	-
LoungeFM (OÖ)	0,3	-	0,4	-	-	-	1,2	-	-	-
Radio Arabella (OÖ)	0,5	-	-	-	-	-	2,8	-	-	-
Antenne Salzburg	1,2	-	0,0	-	0,1	0,2	1,6	14,2	0,2	0,1
Radio Arabella (Sbg.)	0,1	-	-	-	-	-	-	1,4	-	0,1
Radio Energy (Sbg.)	0,4	-	-	-	-	-	0,3	5,2	-	-
Welle 1 (Sbg./OÖ)	1,7	-	0,2	-	-	-	6,8	8,2	-	-
Life Radio (Tirol)	0,9	-	-	-	-	-	-	-	10,1	0,1
Antenne Tirol	0,4	-	-	-	-	0,1	-	-	4,2	-
Radio Energy (Tirol)	0,3	-	-	-	-	0,1	-	-	3,2	0,1
Radio Osttirol	0,2	-	-	-	-	0,5	-	-	1,4	-
Radio U1 Tirol	0,6	-	0,0	-	-	-	-	0,2	6,5	0,2
Welle (Tirol)	0,4	-	-	-	-	-	-	-	4,3	-
Antenne Vorarlberg	1,0	-	-	-	-	-	-	-	0,2	21,1

Vertikale Prozentuierung, Personen 14 bis 49 Jahre, Angaben in Prozent.

Quelle: Radiotest

10.1.4 Der Printmarkt

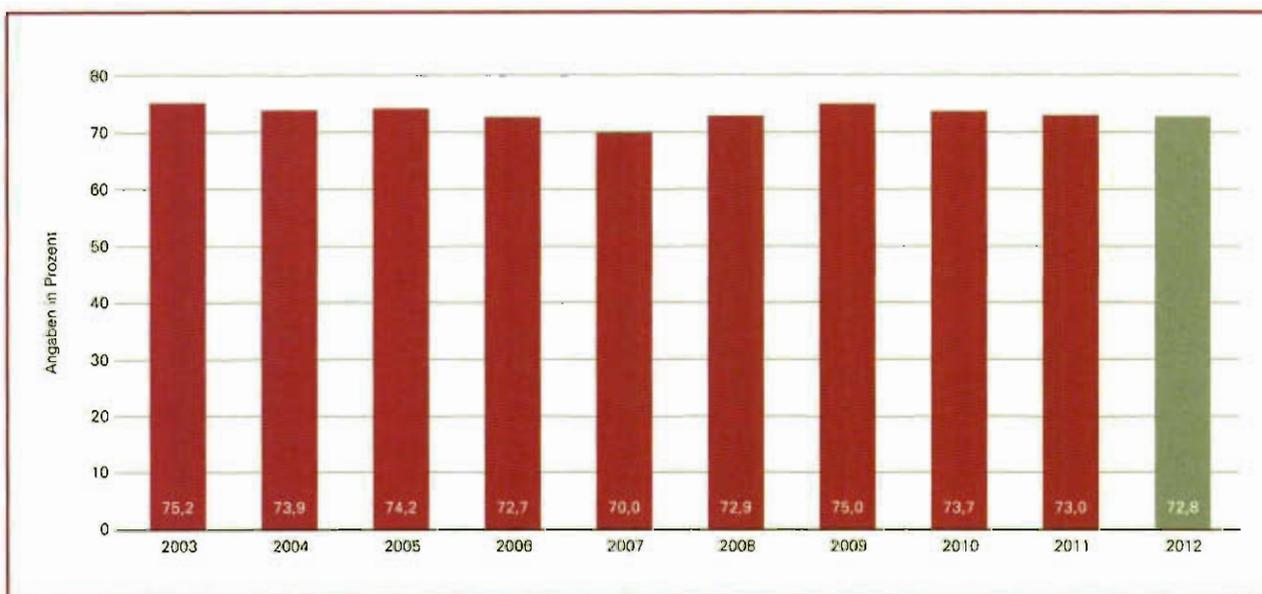
10.1.4.1 Tageszeitungen

Während die Tageszeitungen bei den Bruttowerbeerlösen unter einem signifikanten Abschmelzen des jährlichen Wachstums zu leiden haben, konnten sie hinsichtlich der Entwicklung der Tagesreichweite gesamt aufatmen. Ein Rückgang um zwei zehntel Prozentpunkte auf 72,8 % der Bevölkerung ab 14 Jahren bestätigt zwar den Abwärtstrend, ist jedoch nur von geringer Bedeutung und zeugt eher von Stabilität in einem rauen Wettbewerbsumfeld. Schon der Rückgang um sieben zehntel Prozentpunkte von 2010 auf 2011 war im Vergleich zum Vorjahr (2009/2010: minus 1,3 Prozentpunkte) eher als Entspannung denn als Bedrohung einzustufen.

Besonders fällt für das Jahr 2012 auf, dass sich die Auswirkungen der Gratisblätter „Heute“ und „Österreich“ auf die Gesamt-Tagesreichweite der Tageszeitungen verändert haben. Hatten die beiden kostenlos erhältlichen Zeitungen bei ihrer Aufnahme in die Media-Analyse in den Jahren 2008 und 2009 noch zu einem Ansteigen der Gesamt-Tagesreichweite der Tageszeitungen geführt, so verpufft dieser Effekt nun allmählich. Ein Teil der neuen Zeitungsleser, die von den Gratisblättern angezogen wurden, sind wieder verschwunden. Andere, die einst Käufer der „Kronen Zeitung“ waren, greifen inzwischen ausschließlich zu einer Gratiszeitung. Demgegenüber konnten die übrigen Kaufzeitungen ihre Talfahrt vorerst stoppen und haben möglicherweise einen Reichweiten-Boden mit einem treuen Leserstamm gefunden oder konnten sogar wieder leicht an Reichweite hinzugewinnen. So ist es im Jahr 2012 mit der Zeitung „Österreich“ ausgerechnet ein Gratistitel, der im gleichen Ausmaß wie die „Kronen Zeitung“ an Reichweite verliert. Nur „Heute“ kann weiterhin zulegen. Die Verluste in der Tagesreichweite der Tageszeitungen insgesamt waren im Jahr 2012 also vor allem von dem Wettkampf bestimmt, den die Boulevardtitel untereinander austragen.

Aufgrund von demografischem Wandel und Zuwanderung stieg im Jahr 2012 die absolute Zahl der täglichen Zeitungsleser ab 14 Jahren sogar geringfügig von 5,21 Mio. (2011) auf 5,22 Mio. an. Von größerer und positiver Bedeutung für die meisten Kauftitel ist schon eher die Tatsache, dass 2012 die Gratisblätter „Österreich“ und „Heute“ den Wettkampf ausschließlich untereinander bzw. gegen die „Kronen Zeitung“ ausgetragen haben.

Abbildung 31: Entwicklung Tagesreichweiten Tageszeitungen 2003 bis 2012



Personen ab 14 Jahre; seit 2008 inkl. „Österreich“, seit 2009 inkl. „Heute“.

Quelle: Media-Analyse

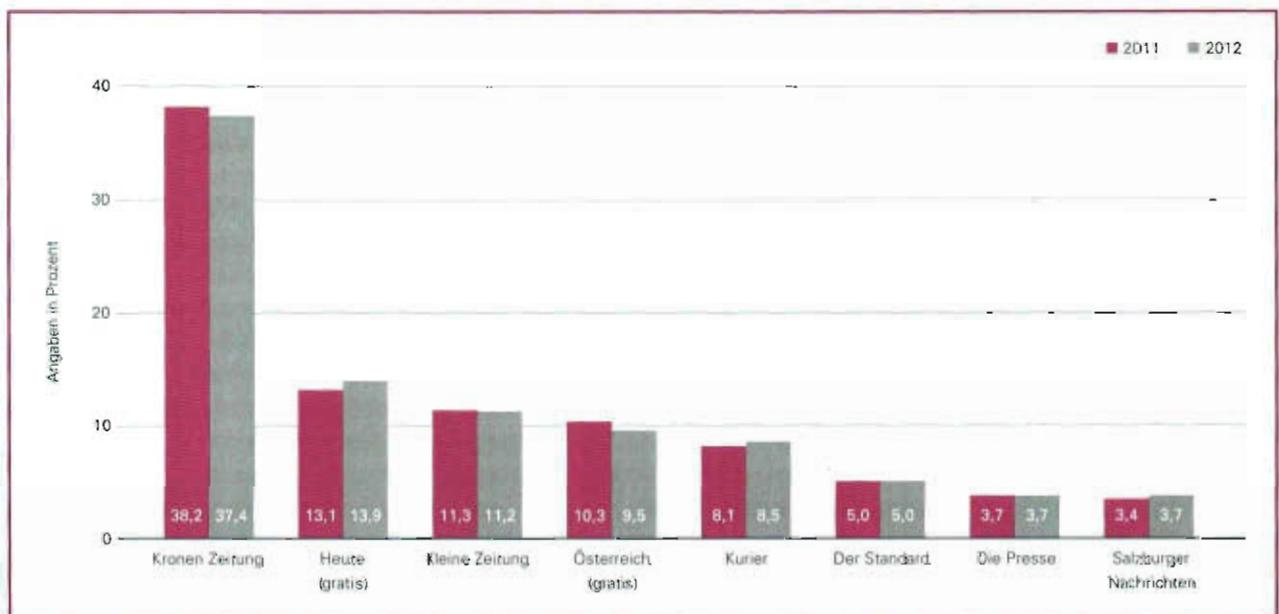
Die Media-Analyse wird jährlich im Auftrag des Vereins Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen von den Marktforschungsinstituten GfK Austria, Gallup, IFES und H.T.S. Informationssysteme durchgeführt. Dabei wird das Medien-nutzungsverhalten der Österreicher ab 14 Jahren untersucht. Im Jahr 2012 wurden dazu 15.146 Interviews geführt, die repräsentativ für 7,18 Mio. Österreicher (14+) in 3,65 Mio. Haushalten stehen.

Nachdem die Kauf titles im Jahr 2011 mit Ausnahme des „Kurier“ allesamt leichte Reichweitenverluste zu verbuchen hatten, hat sich das Blatt 2012 zwar nicht grundsätzlich gewendet, aber immerhin erfuhren die Kauf titles überwiegend eine Stärkung oder konnten sich am Markt behaupten. Der „Kurier“ verbesserte seine TRW von 8,1 % auf 8,5 % und die „Salzburger Nachrichten“ von 3,4 % auf 3,7 %. „Der Standard“ und „Die Presse“ konnten den Vorjahreswert halten, die „Kleine Zeitung“ verlor einen verkraftbaren zehntel Prozentpunkt auf 11,2 %, hatte allerdings im Vorjahresvergleich mit minus 0,7 Prozentpunkten überdurchschnittlich und im selben Umfang wie die „Kronen Zeitung“ nachgegeben. Letztere ist unter den Kauf titles die Verliererin des Jahres 2012 und musste mit einem Minus von 0,8 Prozentpunkten (37,4 % TRW) auf täglich rund 57.000 Leser verzichten.

Damit fand 2012 der Kampf um Tagesreichweiten praktisch ausschließlich unter den Boulevard titles statt, den das Gratisblatt „Heute“ erneut für sich entscheiden konnte und von 13,1 % auf 13,9 % TRW bzw. um 63.000 auf täglich 995.000 Leser zulegte. Erstmals seit Aufnahme in die Media-Analyse ging es für das zweite Gratisblatt, „Österreich“, bergab: ebenso wie die „Kronen Zeitung“ verlor „Österreich“ 0,8 Prozentpunkte auf 9,5 % TRW. Mit dieser Entwicklung blieb für die „Kleine Zeitung“ bundesweit der dritte Platz erhalten.

Das „Wirtschaftsblatt“ verließ die Media-Analyse mit Ende des Jahres 2011.

Abbildung 32: Tagesreichweiten nationale Tageszeitungen 2011 vs. 2012



Personen ab 14 Jahre.

Quelle: Media-Analyse

„Österreich“-Herausgeber Wolfgang Fellner hat die Richtigkeit der Werte aus der Media-Analyse für sein Blatt in Frage gestellt. Der Kontrollausschuss beschäftigt sich mit der Beschwerde. Ein Ergebnis lag zu Redaktionsschluss dieses Berichts noch nicht vor.

Das Internet, das im Jahr 2012 eine Tagesreichweite von 54,4 % erreichte (2011: 51,4 %), hat sich als Alternativquelle für die Versorgung der Konsumenten mit typischen Printinhalten etabliert, ohne dabei jedoch im Vergleich zum Vorjahr an Bedeutung gewonnen oder merklich verloren zu haben. Als Nutzungszweck des Internets **in den letzten vier Wochen** gaben 30,2 % der Internetnutzer an, auf Zeitungs- bzw. Zeitschrifteninhalte zugegriffen **zu haben**, 34,3 % lasen aktuelle Nachrichten.

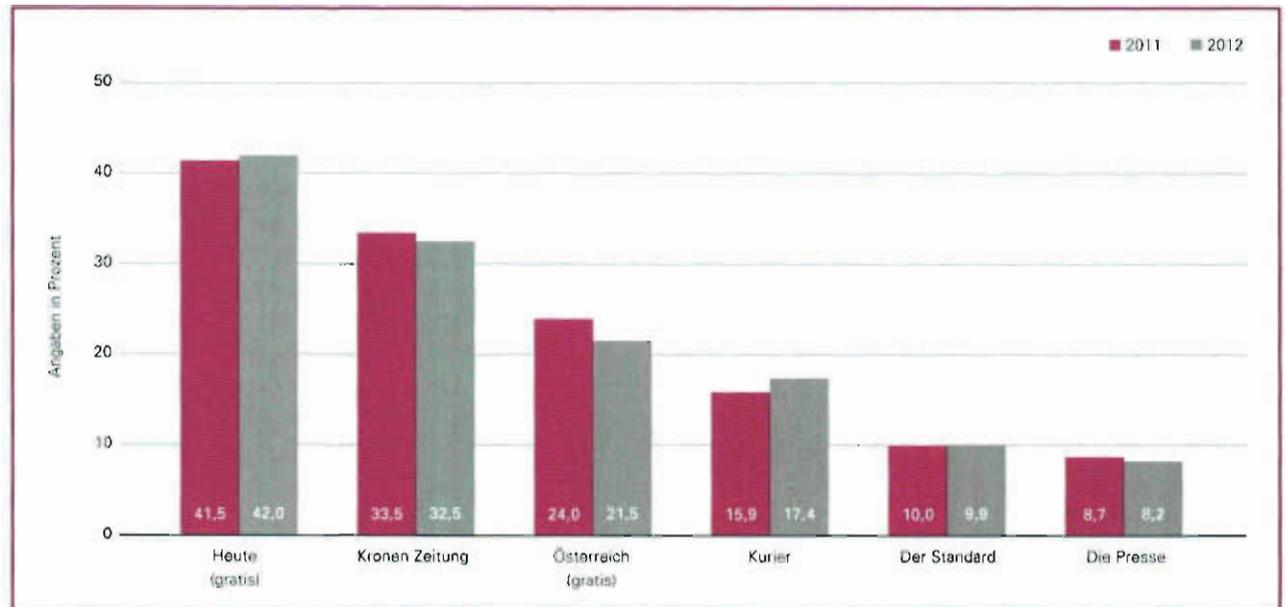
10.1.4.2 Tageszeitungen in Wien

Tendenziell spiegelt die Entwicklung der Tageszeitungen auf dem Wiener Markt den Bundestrend der Blätter im Jahr 2012 wider. Dennoch ist auffällig, dass sich die Aufwärtsbewegung der Gratiszeitung „Heute“ im Vergleich zu den Vorjahren wie die Rutschpartie in der Endphase einer Vollbremsung ausnimmt. Legte „Heute“ im Jahr 2011 noch um knapp vier Prozentpunkte auf 41,5 % TRW zu und baute damit seinen erstmals 2010 erreichten Vorsprung vor der „Kronen Zeitung“ deutlich aus, so konnte „Heute“ im Jahr 2012 nur noch um einen halben Prozentpunkt auf 42 % TRW wachsen. Dass sich der Abstand zwischen „Heute“ und „Kronen Zeitung“ (2012: 32,5 % TRW) nun von acht Prozentpunkten im Jahr 2011 auf 9,5 Prozentpunkte im Jahr 2012 vergrößert hat, hat „Heute“ also weniger einer Eigenleistung als dem Verlust der „Kronen Zeitung“ von einem Prozentpunkt zu verdanken, die damit allerdings die Geschwindigkeit ihrer Talfahrt auf dem Wiener Markt deutlich einbremst.

Etwas kräftiger als im Bundesdurchschnitt verliert „Österreich“ und rutscht mit einer TRW von 21,5 % (minus 2,5 Prozentpunkte) auf einen Wert unter den Stand von 2010 ab.

Der Gewinner unter den Tageszeitungen in Wien ist der „Kurier“, dem es mit einem Zugewinn von beachtlichen 1,5 Prozentpunkten auf 17,4 % TRW als Kauftitel gelingt, erfolgreicher zu wachsen als ein Gratisblatt.

„Der Standard“, der 2011 einen Verlust von knapp zwei Prozentpunkten auf 10 % TRW zu verkraften hatte, konnte sich davon 2012 zwar nicht wieder erholen, aber weitere Verluste (fast) vermeiden: minus ein zehntel Prozentpunkt auf 9,9 % TRW. „Die Presse“ traf es im Vergleich schwerer. Sie büßte den Zugewinn des Jahres 2011, einen halben Prozentpunkt, wieder ein und fiel auf 8,2 % TRW zurück.

Abbildung 33: Tagesreichweiten Tageszeitungen in Wien 2011 vs. 2012

Personen ab 14 Jahre, Wien.

Quelle: Media-Analyse

10.1.4.3 Zeitschriften

Im Printbereich Magazine und Zeitschriften, dessen Reichweitesieger schon längst und allesamt aus dem Gratissegment kommen, hatte das Jahr 2011 einigen Kauftiteln schwere Schläge versetzt. 2012 brachte diesen Publikationen dagegen eher eine Seitwärtsbewegung mit überwiegend nur geringfügigen Verlusten oder Gewinnen. So zeigten sich Magazine, die 2011 zu den großen Verlierern zählten, im Jahr 2012 tendenziell stabilisiert.

Beispiele aus dem News-Verlag: „tv-media“, das 2011 minus 1,2 Prozentpunkte auf 12,4 % Reichweite verlor, gab 2012 noch einmal zwei zehntel Prozentpunkte auf 12,2 % Reichweite nach; „NEWS“ (2011: minus ein Prozentpunkt auf 9,3 %) sank auf 9 %. Die „Autorevue“ blieb stabil bei 4,6 %, „GUSTO“ ebenso bei 8,4 %. „Gewinn“ legte wieder leicht zu (plus 0,2 Prozentpunkte auf 3,7 %), „profil“ erholte sich von 5,9 % auf 6,2 %.

Die Publikationen der Styria Multi Media wie „Wiener“, „Wienerin“, „Sportwoche“ oder „Motorradmagazin“ zeigen vor allem Stabilität, das „Sportmagazin“ wächst sogar um einen halben Prozentpunkt auf 4,6 % Reichweite.

Nachdem 2011 erstmals das „Red Bulletin“ aus dem Red Bull Media House in der Media-Analyse erschien und gleich 13,1 % Reichweite vorlegte (2012: 13,3 %), ist im Jahr 2012 aus demselben Haus das Hochglanzmagazin für ländlichen Lifestyle, „Servus in Stadt & Land“, hinzugekommen und reiht sich mit einer Reichweite von 9 % bzw. 649.000 Lesern in die Liste der Top-Ten-Magazine ein.

Spitzenreiter der Magazine bleibt die Mitglieder-Zeitschrift des ÖAMTC, „auto touring“ (24,2 % Reichweite), gefolgt von „Weekend Magazin“ (gratis, 15 %), „Die ganze Woche“ (13,4 %), „Red Bulletin“ (13,3 %), „tv-media“ (12,2 %), „Servus in Stadt & Land“ sowie „NEWS“ (jeweils 9 %), „GUSTO“ (8,4 %), „WOMAN“ und „Geo“ (jeweils 7 %).

10.2 Die Entwicklung der österreichischen Telekommunikationsmärkte

Nachdem das Jahr 2011 wesentliche Neuerungen im Hinblick auf regulatorische Tätigkeiten mit sich gebracht hatte – die siebte Novelle des TKG 2003 (kundgemacht im BGBl. I Nr. 102/2011) trat am 22. November 2011 in Kraft –, begann 2012 die neue Runde der Marktanalysen, die durch die Novelle des TKG wesentlich modifiziert worden waren. Zum einen wurden Marktdefinitions- und Marktanalyseverfahren zusammengelegt, zum anderen kam es zu einer Ausdehnung der Marktanalysezyklen auf drei statt wie bisher zwei Jahre.

2012 kam es darüber hinaus am Mobilfunkmarkt zu einer Marktconsolidierung durch die Übernahme von Orange Austria Telecommunication GmbH (Orange) durch Hutchison 3G Austria GmbH (Hutchison 3G) sowie von YESSSI durch die A1 Telekom Austria AG (A1 Telekom). Da die Übernahme jedoch erst Ende 2012 abgeschlossen wurde, spiegelt sie sich noch nicht in den Daten für 2012 wider.

Die nachfolgenden Kapitel geben einen Überblick hinsichtlich der Marktentwicklungen und ausgewählter Indikatoren. Anspruch auf Vollständigkeit kann hierbei nicht erhoben werden, vielmehr soll die Vielschichtigkeit von Marktzusammenhängen illustriert und über diejenigen Kennzahlen informiert werden, die von allgemeinem Interesse sind.

Den Darstellungen liegen als Datenquellen die von der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) in der Vergangenheit durchgeführten „Betreiberabfragen“ sowie die zeitlich komplementär und vierteljährlich erhobenen Datenwerte aus der „Kommunikations-Erhebungs-Verordnung“ (KEV) zugrunde. Hier brachte das Jahr 2012 ebenfalls eine Neuerung: Am 30. März 2012 ist die novellierte KEV in Kraft getreten und hat damit die KEV aus dem Jahr 2004 abgelöst. Die Novellierung war notwendig geworden, da sich in einer sehr schnelllebigen Materie wie der Telekommunikation in neun Jahren sowohl auf den Märkten als auch technologisch viel ereignet hat und diesem Umstand Rechnung getragen werden musste.

10.2.1 Generelle Marktentwicklung

Im Jahr 2012 sind die Endkundenumsätze wiederum zurückgegangen. In Tabelle 20 sind die Endkundenumsätze in den einzelnen Bereichen – Festnetz, Mobilnetz, Breitband, Mietleitungen – dargestellt. Während die Gesamtumsätze von 2010 auf 2011 um 5,7 % zurückgegangen sind, war der Rückgang von 2011 auf 2012 weniger stark (minus 1,8 %).

Fast zwei Drittel der Endkundenumsätze (62,5 %) machen Mobilfunkumsätze inkl. mobilem Breitband aus. Diese sind 2012 um 4,8 % zurückgegangen und betragen 2,36 Mrd. Euro. Das starke Wachstum bei den Breitbandumsätzen sowie der Rückgang bei den Festnetzumsätzen sind auf Umschichtungen zwischen Kategorien aufgrund der Novelle der KEV zurückzuführen. Ab 2012 werden jene Festnetzumsätze, die im Bündel mit Breitband erzielt wurden, nicht mehr unter den Festnetzumsätzen, sondern als Teil der Breitbandumsätze ausgewiesen. Summiert man Festnetz- und Breitbandumsätze auf, wurden 2011 insgesamt 1,31 Mrd. Euro und 2012 1,36 Mrd. Euro erzielt. Die Steigerung beträgt in Summe 3,5 %. Insgesamt machten 2012 Festnetz- und Breitbandumsätze (exkl. mobiles Breitband) 36 % der gesamten Endkundenumsätze aus. Die starke Verbreitung von Bündelangeboten, in denen Endkunden mehrere Dienste (z.B. Festnetztelefonie, Breitband, TV, mobiles Breitband) beziehen, erschwert die Aufteilung der Umsätze auf einzelne Dienste zunehmend. Den kleinsten Teil der Endkundenumsätze machten Mietleitungen aus (1,5 % des Gesamtumsatzes). Diese sind von 2011 auf 2012 um 9 % gestiegen und betragen damit 57 Mio. Euro.

Tabelle 20: Entwicklung der Endkundenumsätze 2010 bis 2012

	2010 in Mio. Euro	2011 in Mio. Euro	2012 in Mio. Euro	Änderung in % 2010-2011	Änderung in % 2011-2012	Anteil an Gesamt in % 2010	Anteil an Gesamt in % 2011	Anteil an Gesamt in % 2012
Festnetz*	945	885	632	- 6,3	- 28,6	23,2	23,0	16,7
Mobilnetz	2.642	2.481	2.361	- 6,1	- 4,8	64,8	64,5	62,5
Breitband**	430	427	725	- 0,7	69,9	10,5	11,1	19,2
Mietleitungen	59	52	57	- 12,5	9,0	1,5	1,4	1,5
GESAMT	4.076	3.844	3.775	- 5,7	- 1,8	100,0	100,0	100,0

* Umsätze enthalten Sprachtelefonieumsätze am Festnetzendkundenmarkt inkl. Umsätze aus öffentlichen Sprechstellen. Durch Änderungen in der Datenabfrage sind jedoch ab 2012 Sprachtelefonieumsätze, die im Bündel mit Breitband erzielt wurden, nicht mehr den Festnetzendkundenumsätzen, sondern Breitband zugeordnet.

** Umsätze aus mobilem Breitband sind in den Umsätzen Mobilnetz enthalten.

Quelle: RTR-GmbH

Die Entwicklung der Verkehrswerte und der Anschlusszahlen der einzelnen Geschäftsbereiche ist in Tabelle 21 dargestellt. Die Anzahl der Gesprächsminuten, die im Festnetz telefoniert werden, geht stetig zurück und betrug 2012 4,23 Mrd. Minuten (minus 11,6 % gegenüber dem Vorjahr). Die Anzahl der Anschlüsse geht Jahr für Jahr ebenso zurück. 2012 gab es 2,7 Mio. Festnetzanschlüsse, der Rückgang von 2011 auf 2012 betrug 2,6 %.

Im Mobilnetz ist nach wie vor ein deutliches Wachstum zu verzeichnen. Die Anzahl der Gesprächsminuten ist im Vergleich zum Vorjahr um 2,9 % auf 22,83 Mrd. Minuten gestiegen. Damit wurden 2012 84 % aller Gesprächsminuten mobil telefoniert. Die Anzahl der genutzten SIM-Karten ist um 4,3 % gewachsen, damit gab es 2012 insgesamt 13,6 Mio. Teilnehmer. Vergleicht man die Umsatzentwicklung in Tabelle 20 mit den Verkehrswerten bzw. Anschlusszahlen in Tabelle 21, zeigen sich zum Teil gegensätzliche Entwicklungen.

Auch die Anzahl der Breitbandanschlüsse ist weiterhin im Steigen begriffen. Feste Breitbandanschlüsse nahmen zwischen 2011 und 2012 um 1,6 % auf 2,12 Mio. Anschlüsse zu. Das Wachstum ist zwar wesentlich schwächer als zwischen 2010 und 2011 (plus 5,5 %), aber dennoch weiterhin gegeben. Im Hinblick auf mobile Breitbandanschlüsse lag das Wachstum bei 6,8 % und war damit noch etwas stärker als zwischen 2010 und 2011 (plus 6,6 %).

Auch bei den Mietleitungen gibt es ein Wachstum von 2,3 % und Ende 2012 insgesamt 5,49 Mio. 64-kbit/s-Äquivalente. Der Anstieg spiegelt sich allerdings nicht im selben Ausmaß in den Umsätzen wider, die etwas schwächer gewachsen sind (vgl. Tabelle 20).

Tabelle 21: Gesamtentwicklung der Verkehrswerte und Anschlüsse bzw. Teilnehmer 2010 bis 2012

	Einheit	2010 in Mio.	2011 in Mio.	2012 in Mio.	Änderung in % 2010-2011	Änderung in % 2011-2012
Festnetz	Gesprächsminuten*	5.622,69	4.785,80	4.229,50	- 14,9	- 11,6
	Anschlüsse	2,78	2,77	2,70	- 0,3	- 2,6
Mobilnetz	Gesprächsminuten	21.955,84	22.184,80	22.831,97	1,0	2,9
	Teilnehmer (Post- und Prepaid)**	12,20	13,00	13,60	6,4	4,3
Breitband	Anschlüsse Festnetz	1,98	2,09	2,12	5,5	1,6
	Anschlüsse Mobilnetz	1,94	2,07	2,21	6,6	6,8
Mietleitungen	Anzahl 64-kbit/s- Äquivalente	5,00	5,36	5,49	7,3	2,3

* Minuten inkl. Dial-in und öffentlichen Sprechstellen, ohne Diensterufnummern.

** Anzahl aktivierter Teilnehmernummern.

Aufgrund von nachträglichen Korrekturen mit Daten der Betreiberabfrage stimmen diese Werte nicht exakt mit den im Kommunikationsbericht 2011 angeführten Werten überein.

Quelle: RTR-GmbH

10.2.2 Festnetztelekommunikation

10.2.2.1 Festnetzendkundenmärkte

Marktteilnehmer

Die Anteile an Gesprächsminuten der fünf größten Anbieter am Festnetzendkundenmarkt für Sprachtelefonie sind in Tabelle 22 dargestellt. Gemeinsam decken diese fünf Anbieter mehr als 80 % der Gesprächsminuten am Endkundenmarkt ab.

Tabelle 22: Die größten Unternehmen am Festnetzendkundenmarkt für Sprachtelefonie 2012

Unternehmen	Anteil an Gesprächsminuten
A1 Telekom	ca. 55 %
Tele2	< 20 %
UPC	> 5 %
COLT	< 5 %
FINAREA	< 5 %

Quelle: RTR-GmbH

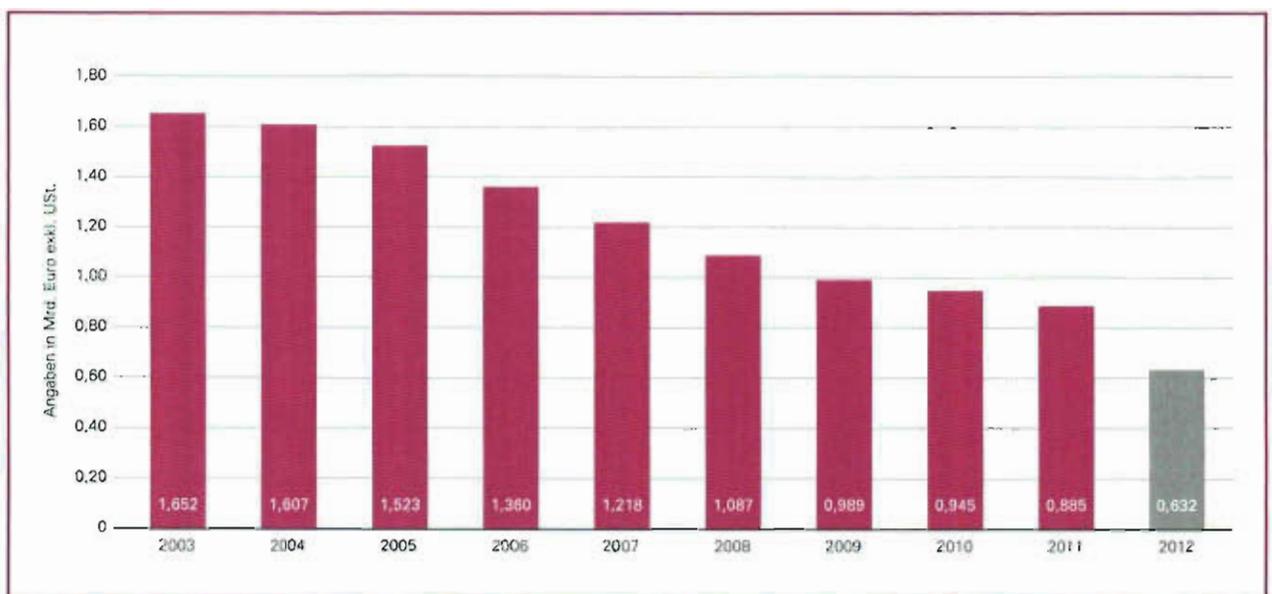
Entwicklungen in der Marktstruktur des Festnetzes

Die Umsatzentwicklung am Festnetzendkundenmarkt (Abbildung 34) zeigt einen deutlichen Rückgang im Zeitverlauf. Die hier dargestellten Umsätze berücksichtigen Verbindungsentgelte (Inland Regionalzone, Inland Fernzone, Inland Mobilnetz, Ausland, öffentliche Sprechstellen, Online-Dienste), Umsätze aus dem Verkauf von Calling-Cards

und Minuten an Reseller, Grundentgelte, Entgelte für besondere Versorgungsaufgaben und Entgelte für die Errichtung von Anschlüssen. Ab 2012 sind durch die geänderte Datenabfrage auf Grundlage der KEV jedoch Festnetzumsätze, die im Bündel mit Breitband erzielt werden, nicht inkludiert.

Seit 1999 ist im Bereich der Festnetztelefonie ein stetiger Umsatzrückgang zu beobachten. Von 2011 auf 2012 sind die Gesamtumsätze markant um 28,6 % zurückgegangen und liegen bei 632 Mio. Euro. Dieser Rückgang ist deutlich stärker als in den Vorjahren, da die novellierte KEV eine neue Berechnung der Umsätze mit sich brachte, in der fortan Festnetzumsätze, die im Bündel mit Breitband erzielt werden, nur noch in den Breitbandumsätzen inkludiert werden. Der Umsatzeinbruch unterstreicht damit auch die steigende Bedeutung von Festnetzbündeln für den Festnetzendenkundenmarkt. Die Umsätze in den letzten zehn Jahren haben sich um ca. zwei Drittel reduziert.

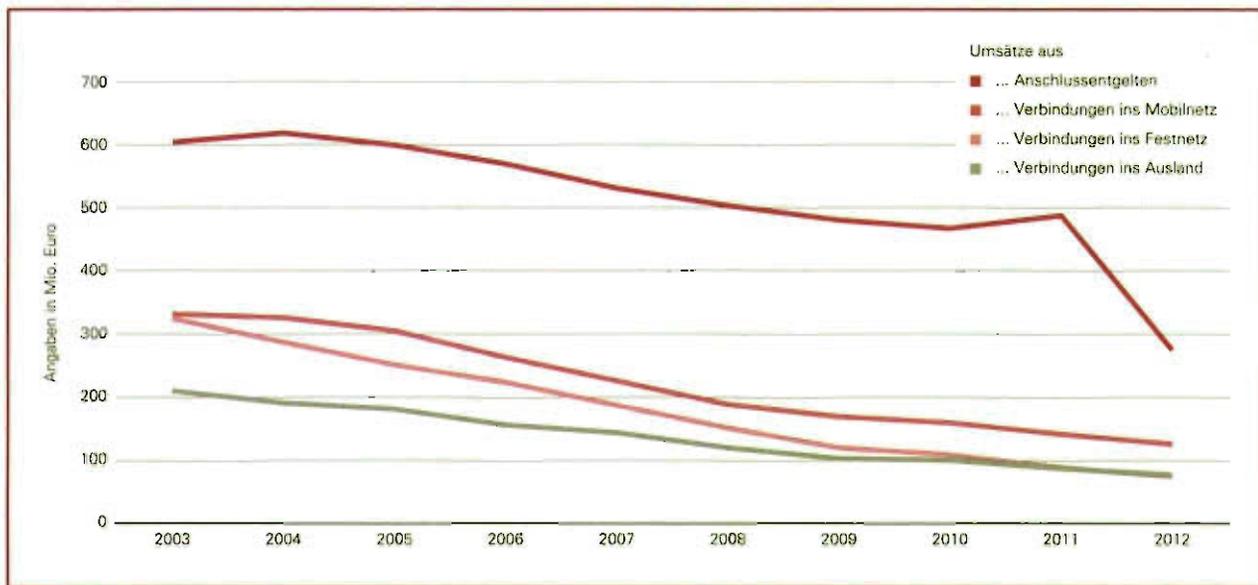
Abbildung 34: Entwicklung der Festnetzendenkundenumsätze 2003 bis 2012



Quelle: RTR-GmbH

Abbildung 35 zeigt die Umsatzentwicklung der vergangenen Jahre in den einzelnen Entgeltkategorien (Anschlussentgelte, Verbindungen ins Mobilnetz, ins Festnetz und ins Ausland). Bei Entgelten für Verbindungen ins Mobilnetz, ins Festnetz und ins Ausland hat sich der seit mehreren Jahren andauernde sinkende Trend fortgesetzt. Verbindungsentgelte aus Anrufen ins Festnetz sind um 15 % gegenüber dem Vorjahr gesunken. Bei Verbindungsentgelten ins Ausland beträgt das Minus 11 %. Auch die Verbindungsentgelte aus Gesprächen ins Mobilnetz sind seit 2003 kontinuierlich zurückgegangen, zuletzt wieder um 11 %. Der Rückgang bei Verbindungsentgelten ist primär auf den vom Mobilfunksektor ausgehenden intermodalen Wettbewerb zurückzuführen (Preissenkungen infolge der Absenkung der Terminierungsentgelte). Dieser kommt insbesondere im Privatkundenbereich bei Gesprächen in nationale Festnetze zum Tragen und führt dazu, dass immer weniger Gespräche über das Festnetz geführt werden. Folglich sinken die Umsätze in diesem Marktsegment.

Aufgrund der geänderten Datenabfrage in der KEV kommt es bei den Anschlussentgelten nach einem moderaten Zuwachs von 4 % im Jahr 2011 im aktuellen Berichtsjahr zu einem Umsatzeinbruch von 44 %. Dies verdeutlicht abermals die wichtige Rolle von Internetbündelprodukten im Festnetzendenkundensegment. Seit Beginn der hier dargestellten Zeitreihe haben sich die Umsätze im Bereich der Anschlussentgelte ungefähr halbiert.

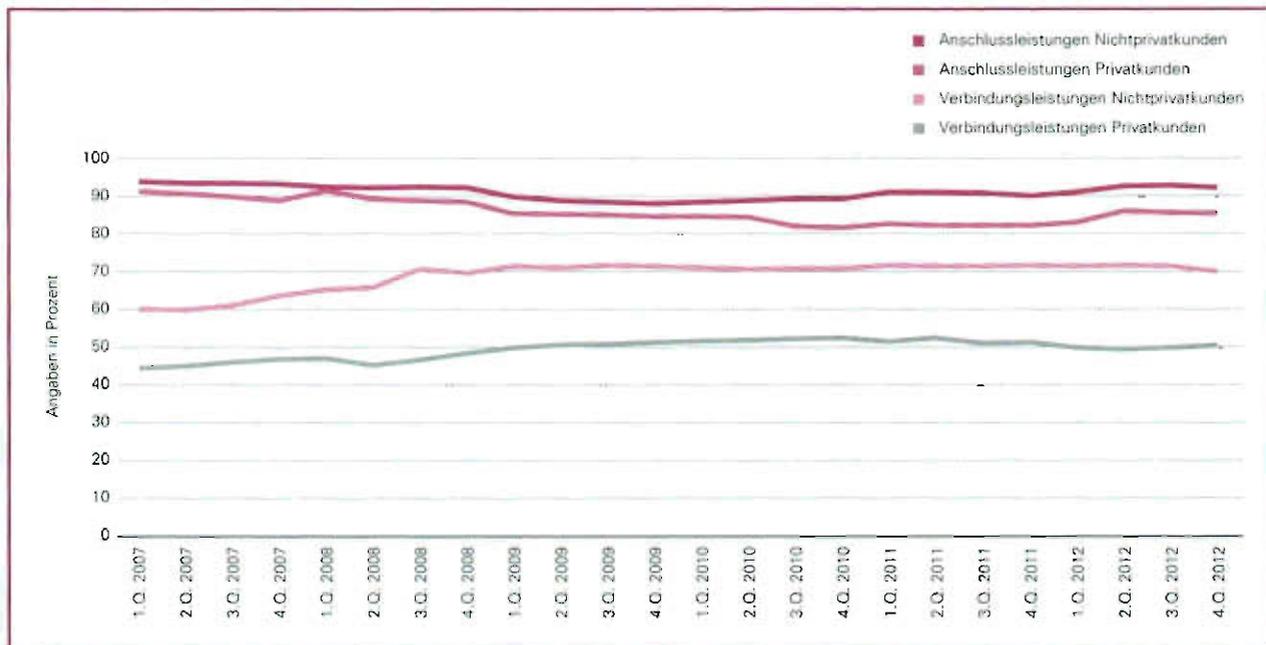
Abbildung 35: Entwicklung der Festnetzendkündenumsätze nach Geschäftsbereichen 2003 bis 2012

Quelle: RTR-GmbH

Die in Abbildung 36 dargestellten Umsatzmarktanteile der A1 Telekom haben sich im Laufe des Jahres 2012 geringfügig verändert. Bei Anschlussleistungen hat sich der Marktanteil der A1 Telekom gemessen in Umsätzen im Privatkundenbereich leicht auf 85 % erhöht. Bei Nichtprivatkunden ist der Marktanteil ebenso leicht auf 92 % angestiegen. Die etwas kompetitivere Situation bei Privatkunden ist insbesondere auf die Entbündelungsaktivitäten von Tele2 und die Zugewinne des Kabelnetzanbieters UPC zurückzuführen. Im Geschäftskundensegment konnten alternative Anbieter bisher nicht im selben Ausmaß Fuß fassen wie im Privatkundenbereich.

Die Umsatzmarktanteile der A1 Telekom bei Verbindungsleistungen sind deutlich niedriger als die im Bereich der Anschlussleistungen. Bei Nichtprivatkunden lag der Marktanteil bei 70 %. Dieser Wert ist seit Anfang 2009 **beinahe** unverändert. Am erfolgreichsten sind alternative Netzbetreiber im Bereich der Verbindungsleistungen (Gespräche ins Mobilnetz, ins Festnetz und ins Ausland) bei Privatkunden, wo der Umsatzmarktanteil der A1 Telekom im 4. Quartal 2012 mit 50 % deutlich niedriger war als in den übrigen Bereichen. **Auch dieser Wert unterlag** in den letzten drei Jahren kaum Schwankungen. Offensichtlich wird es für klassische **Verbindungsnetzbetreiber** in Zeiten geringer werdender Verkehrsmengen und Gewinnmargen **sowie** eines sich **intensivierenden Bündelwettbewerbs**, der eben über die klassischen Gesprächsleistungen deutlich hinausgeht, schwieriger, sich am Markt behaupten zu können.

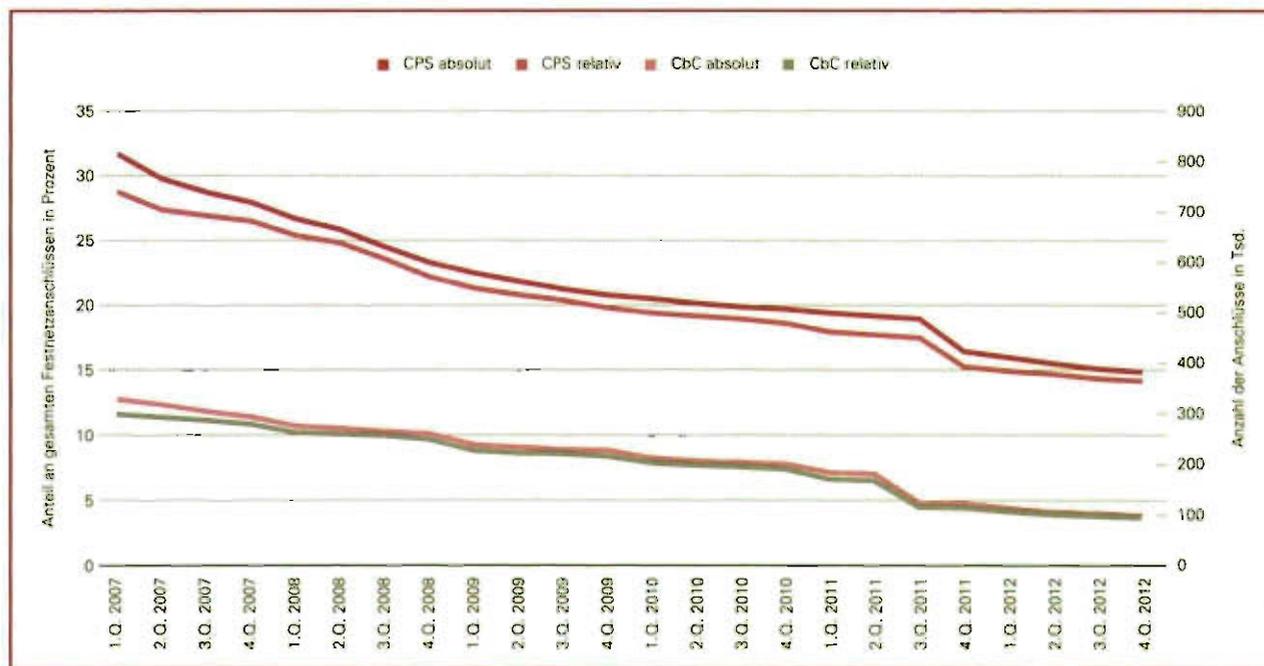
Abbildung 36: Entwicklung der Umsatzmarktanteile der A1 Telekom bei Anschluss- und Verbindungsleistungen nach Kundengruppe 2007 bis 2012



Quelle: RTR-GmbH

Die in Abbildung 36 nur implizit zum Ausdruck kommende Marktanteilsentwicklung bei Verbindungsleistungen aufseiten alternativer Betreiber steht in engem Zusammenhang mit der Marktentwicklung von CbC bzw. CPS, also Call-by-Call-Kunden sowie Preselected-Anschlüssen. Abbildung 37 zeigt die Absolutzahlen von CPS und CbC sowie den Anteil von CPS-Anschlüssen bzw. CbC-Kunden an den gesamten Festnetzanschlüssen. Sowohl bei CPS als auch CbC zeigt sich eine ähnliche – rückläufige – Entwicklung. Die Anzahl der CPS-Anschlüsse hat seit dem 4. Quartal 2011 um 9 % abgenommen und betrug Ende 2012 insgesamt rund 383.000 Anschlüsse (14 % aller Festnetzanschlüsse). CbC-Kunden zeigten eine noch stärker rückläufige Entwicklung und nahmen gegenüber dem Vergleichsquartal des Vorjahres bis Ende 2012 um 19 % ab. Insgesamt wurde die Möglichkeit zu Call-by-Call an 4 % aller Festnetzanschlüsse (99.000) genutzt.

Abbildung 37: Entwicklung CPS- und CbC-Kunden 2007 bis 2012



Quelle: RTR-GmbH

Die ausgewiesenen CPS- und CbC-Stände geben jeweils aggregierte Werte sowohl für Privat- als auch Nichtprivatkunden wieder, wobei die genannten Produkte hauptsächlich von Privatkunden in Anspruch genommen werden.

10.2.2.2 Festnetzvorleistungsmärkte

Märkte, auf denen Telekommunikationsbetreiber anderen Telekommunikationsbetreibern Leistungen zur Verfügung stellen, werden als Vorleistungsmärkte bezeichnet. Obwohl diese Märkte von den Konsumenten nicht bzw. kaum wahrgenommen werden, sind sie eine wichtige Voraussetzung für funktionierenden Wettbewerb. Einerseits dient die Zusammenschaltung von Netzen (welche zu Transaktionen auf den Vorleistungsmärkten führt) dazu, dass ein Kunde eines bestimmten Netzbetreibers die Kunden aller anderen Netzbetreiber erreichen kann. Ansonsten wären kleine Netze, die nur über wenige Kunden verfügen, benachteiligt bzw. wäre die „Any-to-any“-Erreichbarkeit nicht sichergestellt. Andererseits können Netzbetreiber Vorleistungen von der A1 Telekom oder anderen Betreibern beziehen und müssen somit weniger Infrastrukturinvestitionen vornehmen, um ihre Dienste Endkunden anbieten zu können. Damit werden die Markteintrittsschranken deutlich verringert.

Folgende Vorleistungsmärkte wurden von der RTR-GmbH im Bereich Festnetzsprachtelefonie analysiert:

- Der Markt für Originierung im öffentlichen Telefonnetz an festen Standorten (Originierung),
- die (betreiberindividuellen) Märkte für Terminierung in individuellen öffentlichen Telefonnetzen an festen Standorten (Terminierung) und
- der Markt für Transitdienste im öffentlichen Festtelefonnetz (Transit).

Originierung

Die Originierungsleistung ist die Übermittlung des Sprach- und Datenverkehrs vom Teilnehmer bis zur ersten zusammenschaltungsfähigen Vermittlungsstelle des Quellnetzes. Die erste zusammenschaltungsfähige Vermittlungsstelle bezeichnet grundsätzlich jene Vermittlungsstelle, an der mindestens ein Netzbetreiber mit diesem Quellnetz zusammenschaltet ist und an der der Verkehr übergeben werden kann.

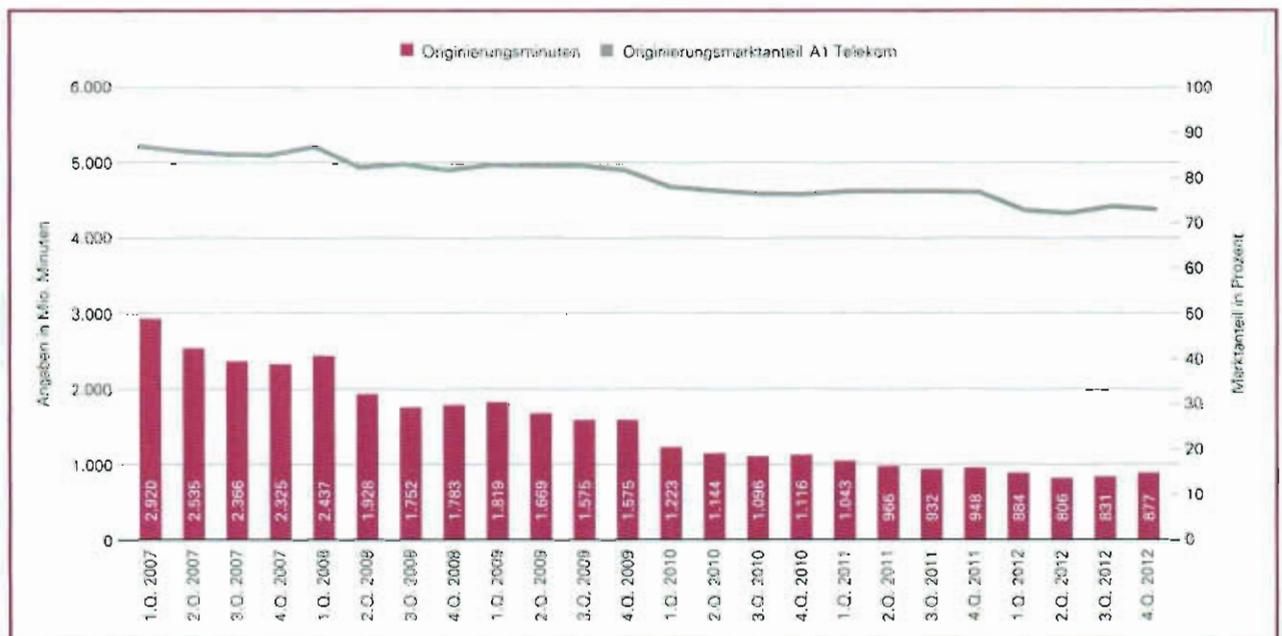
Je nachdem, über welche Infrastruktur ein Betreiber verfügt, kann er die Originierungsleistung selbst erbringen oder muss sie am Vorleistungsmarkt zukaufen. Falls ein Betreiber seine Kunden direkt an sein Netz angeschlossen hat, erbringt er die Originierungsleistung an sich selbst (als Eigenleistung) und erzielt auf Vorleistungsebene keinen Umsatz. Dies gilt für die überwiegende Zahl der Gespräche.

Verbindungsnetzbetreiber, die über keine direkt angeschlossenen Kunden verfügen, kaufen die Originierungsleistung im Rahmen der Betreiber(vor)auswahl von der A1 Telekom zu. Aufgrund ihrer marktbeherrschenden Stellung auf den Zugangsmärkten an festen Standorten ist die A1 Telekom verpflichtet, diese Leistung anzubieten. Durch diese Regulierung wurden die Barrieren für den Markteintritt in die Verbindungsmärkte auf Endkundenebene erheblich gesenkt.

Im Einklang mit der Entwicklung auf den Endkundenmärkten sind die originierenden Verkehrsminuten in ihrer Gesamtheit seit mehreren Jahren rückläufig (vgl. Abbildung 38). Die Gründe hierfür liegen im massiven Rückgang der Bedeutung der schmalbandigen Internetwahl (Dial-in) sowie der Fest-Mobil-Substitution in der Sprachtelefonie.

A1 Telekom verfügt am Originierungsmarkt (inkl. Eigenleistungen) nach wie vor über einen sehr hohen Marktanteil (vgl. Abbildung 38). Die größten alternativen Betreiber, die selbst Teilnehmer angeschlossen haben (über Entbündelung bzw. im Kabelnetz) und daher Originierungsleistungen erbringen, sind Tele2 und UPC.

Abbildung 38: Entwicklung Originierungsminuten und Marktanteil der A1 Telekom 2007 bis 2012



Quelle: RTR-GmbH

In Tabelle 23 sind die regulierten Originierungsentgelte der A1 Telekom für Peak- und Off-Peak-Zeiten angegeben. Für alle Vorleistungsmärkte gelten als Peak-Zeiten alle Zeiten von Montag bis Freitag (werktags) von 8.00 bis 18.00 Uhr, als Off-Peak-Zeiten gelten die übrigen Zeiten.

Tabelle 23: Originierungsentgelte der A1 Telekom per 31. Dezember 2012

Originierung lokal	Peak	Off-Peak
A1 Telekom zu Verbindungsnetzbetreibern	0,82	0,48

Angaben in Eurocent (exkl. USt.).

Quelle: RTR-GmbH

Terminierung

Terminierung ist eine Vorleistung jedes einzelnen Teilnehmernetzbetreibers, deren Zweck darin besteht, ankommenden Verkehr zu im eigenen Netz angeschlossenen Teilnehmern von der letzten zusammenschaltungsfähigen Vermittlungsstelle bis zum Teilnehmer zu führen.

Da die Leistung der Terminierung nur durch den Anbieter erbracht werden kann, an dessen Netz der Teilnehmer angeschaltet ist, sind die Terminierungsmärkte betreiberindividuell abgegrenzt. Jeder Teilnehmernetzbetreiber begründet einen eigenen Terminierungsmarkt und verfügt in diesem über einen Marktanteil in Höhe von 100 % und beträchtliche Marktmacht im Sinne des § 35 Telekommunikationsgesetz 2003 (TKG 2003). Alle Betreiber unterliegen daher einer Entgeltregulierung. Die regulierten Entgelte (lokal) sind in Tabelle 24 dargestellt. Aufgrund von Unterschieden in der Netzstruktur ist das Entgelt für alternative Betreiber höher als für die A1 Telekom.

Tabelle 24: Terminierungsentgelte der A1 Telekom und der alternativen Betreiber per 31. Dezember 2012

Terminierung	Peak	Off-Peak
A1 Telekom	0,82	0,48
Alternative Betreiber	1,28	0,71

Angaben in Eurocent (exkl. USt.).

Quelle: RTR-GmbH

Aufgrund der Vielzahl angeschlossener Teilnehmer, ihrer Größe sowie ihrer Stellung auf anderen Märkten treten bei der A1 Telekom bei fehlender Regulierung andere Wettbewerbsprobleme auf als bei kleineren Netzbetreibern. Diese Probleme erfordern zusätzliche Regulierungsinstrumente wie die Verpflichtungen zu einem Standardzusammenschaltungsvertrag, zu getrennter Buchführung und zur Gleichbehandlung.

Transit

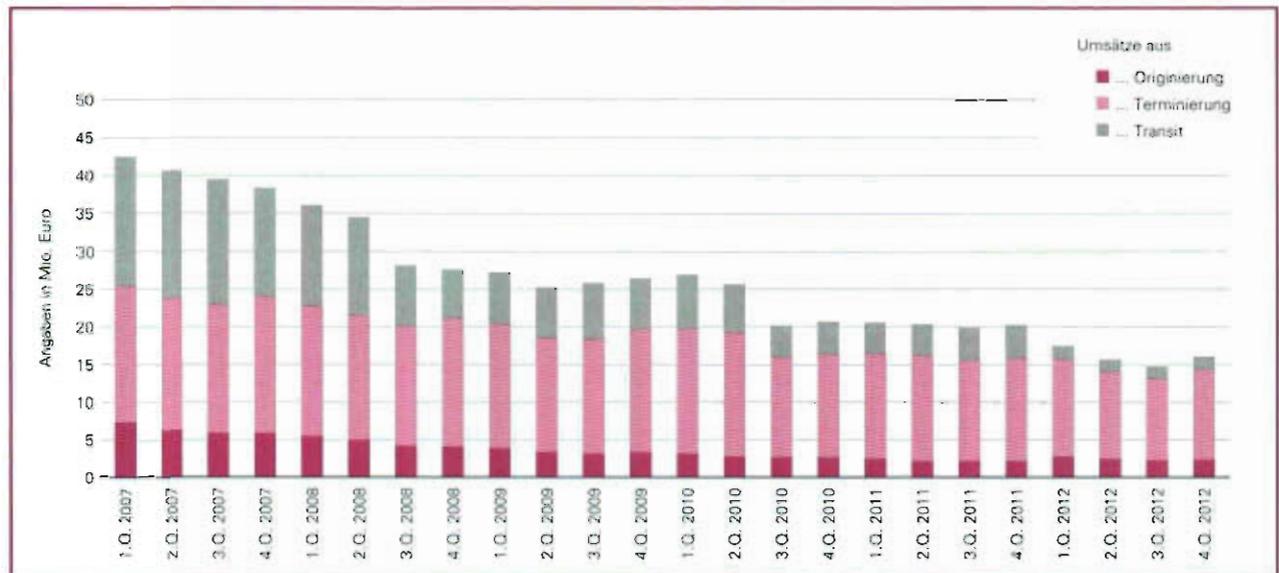
Als Transit wird der Transport des Verkehrs zwischen zwei Netzen oder zwischen zwei zusammenschaltungsfähigen Vermittlungsstellen in einem Netz bezeichnet. Transitleistungen sind daher diejenigen Leistungen, die von Kommunikationsnetzbetreibern zur Überwindung von Streckenabschnitten erbracht bzw. nachgefragt werden und weder als Originierung noch als Terminierung im oben dargestellten Sinn zu erfassen sind.

Da am Transitmarkt mehrere Unternehmen ihre Leistungen anbieten und miteinander in hinreichend intensiver Konkurrenz stehen, liegt am Transitmarkt effektiver Wettbewerb vor. Es unterliegt daher kein Unternehmen der sektorspezifischen Ex-ante-Regulierung.

Entwicklung der Umsätze auf den Vorleistungsmärkten

Im Jahr 2012 waren die Umsätze neuerlich leicht rückläufig. Der Rückgang vom 2. auf das 3. Quartal 2010 ist durch die Integration der mobilkom (A1) und der Telekom Austria in die A1 Telekom Austria AG bedingt, da die Umsätze zwischen den beiden Unternehmen nun wegfallen.

Abbildung 39: Entwicklung der Umsätze auf den Festnetzvorleistungsmärkten 2007 bis 2012



Quelle: RTR-GmbH

10.2.3 Mobilkommunikation

10.2.3.1 Marktteilnehmer

Zu Beginn des Berichtszeitraums waren am österreichischen Mobilfunkmarkt vier wirtschaftlich unabhängige Mobilfunknetzbetreiber (Mobile Network Operators – MNOs) tätig. Im Mai 2012 wurde bei der Europäischen Kommission die Übernahme von Orange durch die Hutchison 3G angezeigt. Zeitgleich wurde auch bei der Bundeswettbewerbsbehörde die Übernahme von YESSSI durch die A1 Telekom angemeldet. Sowohl bei der Europäischen Kommission als auch im österreichischen Verfahren wurden nach ersten Analysen ernsthafte Bedenken festgestellt und eine „Phase II“ (detailliertere Analyse der Auswirkungen durch die Fusion) eingeleitet. Im Dezember wurden schlussendlich beide Verfahren genehmigt. Des Weiteren waren in diesem Zusammenhang auch zwei Verfahren betreffend die Übernahme von Spektrum vor der Telekom-Control-Kommission (TKK) anhängig. Zum einen die durch die Verschmelzung von Orange mit Hutchison 3G einhergehende Änderung der Eigentümerstruktur gemäß § 56 Abs. 2 TKG 2003, zum anderen der Weiterverkauf von Frequenzen an die A1 Telekom durch Hutchison 3G. Beide Verfahren wurden in der Sitzung vom 13. Dezember 2012 unter der Verhängung von Auflagen genehmigt.

Mit der Verhängung der Auflagen – Abgabe von Frequenzen, Standorte für Basisstationen, die durch den Zusammenschluss der Netze von Hutchison 3G und Orange überflüssig werden, zur Verfügung zu stellen sowie ihr Netz für mehrere MVNOs (Mobile Virtual Network Operators) zu öffnen – und dabei insbesondere mit der Entscheidung der TKK zur Reservierung von 800 MHz in der für Herbst 2013 geplanten Multiband-Auktion hat die Europäische Kommission gemeinsam mit der Regulierungsbehörde die Voraussetzungen geschaffen, dass wiederum ein vierter Mobilfunkbetreiber in den österreichischen Markt eintreten kann.

Die Frequenzausstattungen vor und nach der Fusion sind in Tabelle 25 dargestellt.

Tabelle 25: Aufteilung Spektrum vor und nach der Fusion von Hutchison 3G und Orange

Vor Fusion	900 MHz	1800 MHz	2,1 GHz FDD	2,1 GHz TDD	2,6 GHz FDD	2,6 GHz TDD
A1 Telekom	34	30	29,6	10	40	25
T-Mobile	25,6	50,8	30	10	40	
Hutchison 3G			29,6	5	40	25
Orange	8	58	29,6		20	
Nach Weiterverkauf an die A1 Telekom und Abgabe des Divestment-Spektrums						
A1 Telekom	40,4	30	39,6	10	50	25
T-Mobile	25,6	50,8	30	10	40	
Hutchison 3G		58	49,2	5	30	25
Divestment-Spektrum für Neueinsteiger	1,6				20	

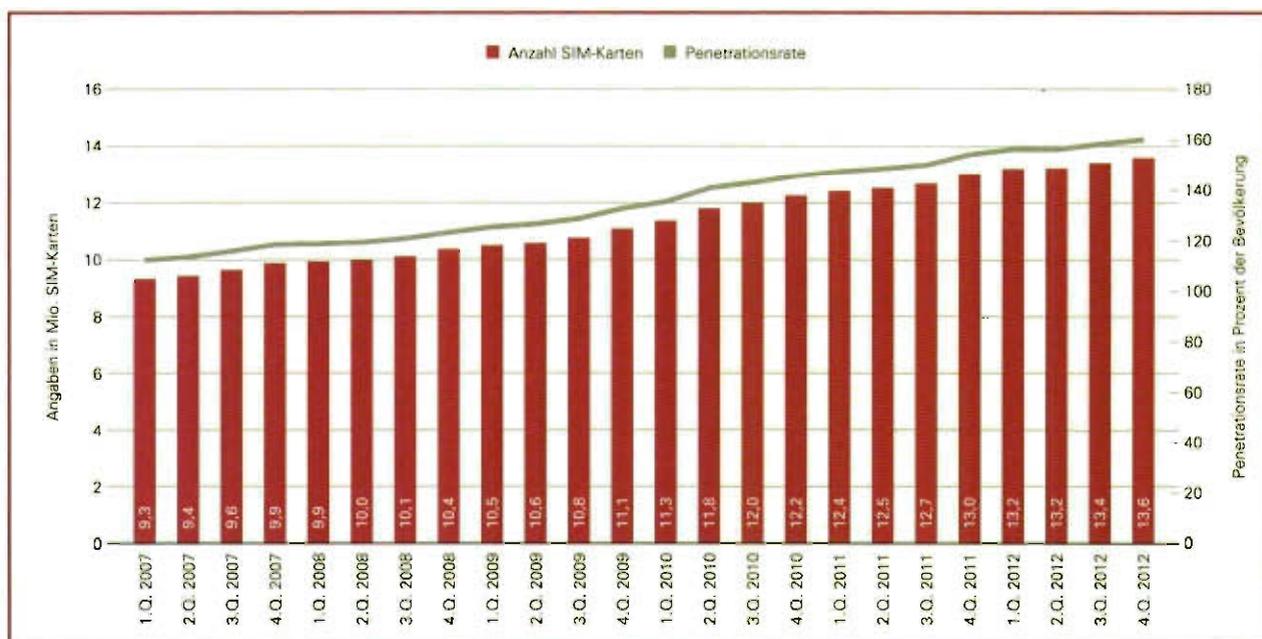
Quelle: RTR-GmbH

10.2.3.2 Marktentwicklung

Entwicklung bei 2G- bzw. 3G-fähigen SIM-Karten

Die Anzahl der aktivierten SIM-Karten ist in Abbildung 40 dargestellt. Zwischen dem 1. Quartal 2007 und dem 4. Quartal 2012 nahm die Anzahl der SIM-Karten um 46 % zu. Seit Ende 2011 ist die Anzahl um 4 % gewachsen und betrug im 4. Quartal 2012 in Summe 13,6 Mio. SIM-Karten. Die Penetrationsrate gemessen an der österreichischen Bevölkerung betrug demnach Ende 2012 160 %.

Abbildung 40: Entwicklung der SIM-Karten 2007 bis 2012

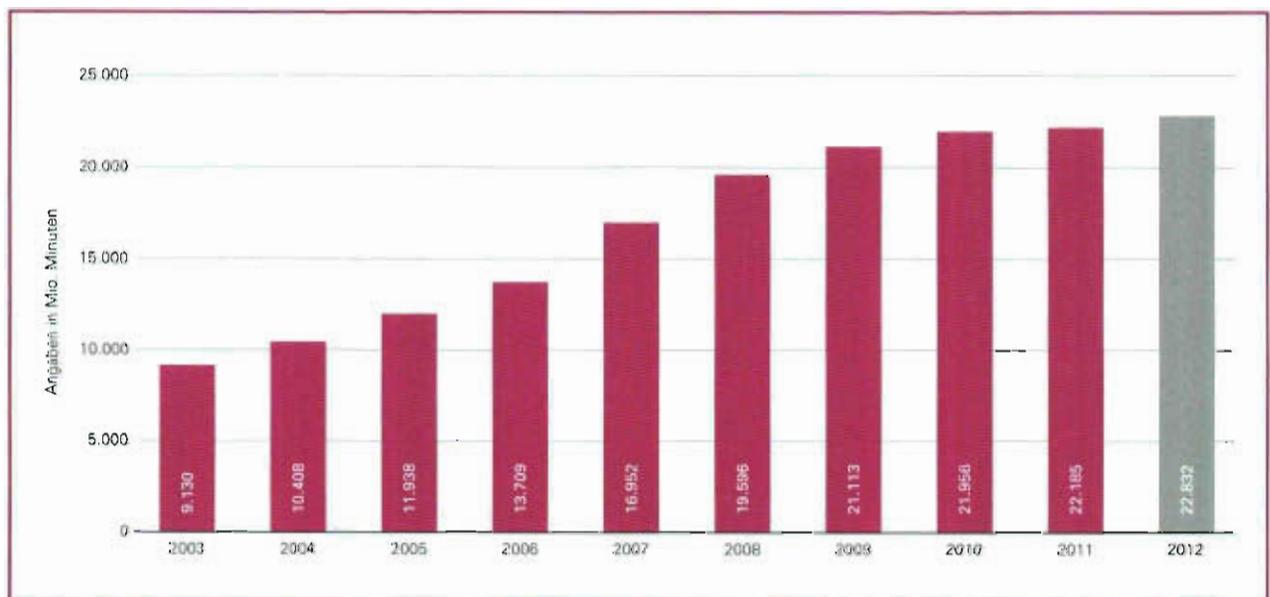


Quelle: RTR-GmbH

Entwicklung der Gesprächsminuten und SMS

Auch 2012 ist die Anzahl der Gesprächsminuten weiterhin gestiegen, das Wachstum ist jedoch im Vergleich zu den Entwicklungen der Vorjahre zurückgegangen. Abbildung 41 zeigt die Anzahl der technischen Gesprächsminuten am Mobilfunkendkundenmarkt, in Summe waren es im Jahr 2012 22,8 Mrd. Minuten. Die Gesprächsminuten wiesen von 2003 bis 2006 kontinuierlich sehr hohe Wachstumsraten von etwa 15 % auf. Im Jahr 2007, als Pauschaltarife für Mobiltelefonie eingeführt wurden, erreichte diese mit 24 % ihren Höhepunkt. In den darauffolgenden Jahren ging die Wachstumsrate schließlich immer weiter zurück. Im vergangenen Jahr ist die Anzahl der in Mobilnetzen telefonierten Minuten nur noch um 3 % gegenüber dem Vorjahr gestiegen.

Abbildung 41: Entwicklung der Gesprächsminuten (technisch gemessen)* am Mobilfunkendkundenmarkt 2003 bis 2012

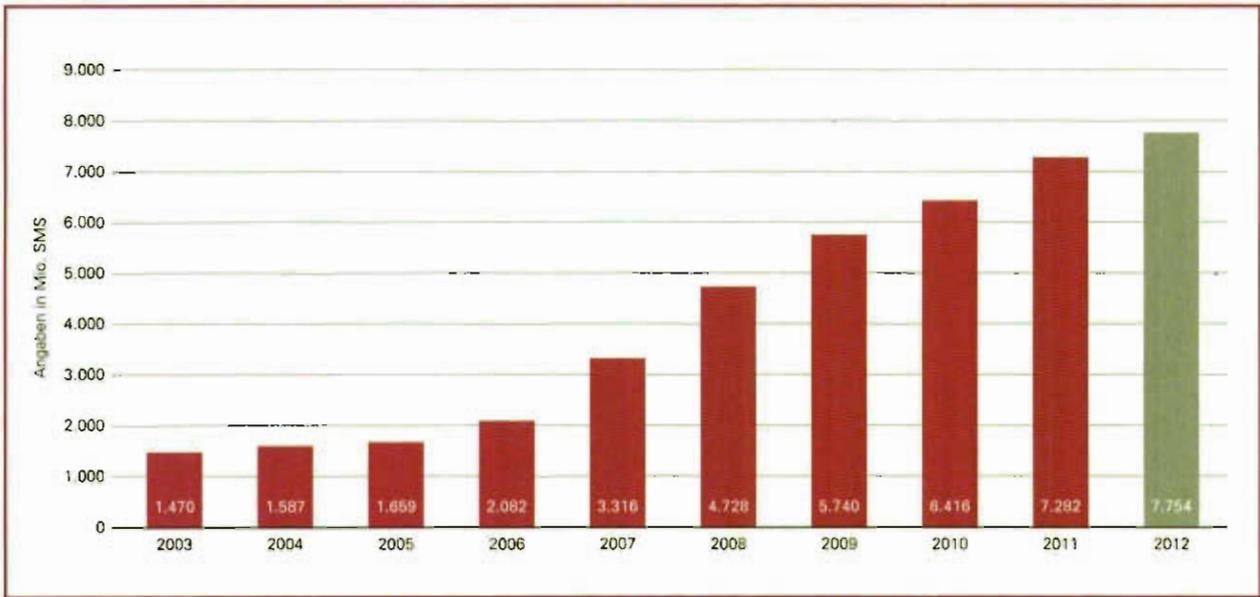


* Diese bezeichnen die tatsächlich geführten Gesprächsminuten der Endkunden (ohne Taktung). Dagegen ist die fakturierte Anzahl der Minuten die Menge, die dem Endkunden unter Berücksichtigung der Taktung verrechnet wird.

Quelle: RTR-GmbH

Bedingt durch die erwähnte Einführung der Pauschaltarife hatte die Wachstumsrate der SMS ebenso wie die der Gesprächsminuten im Jahr 2007 mit 59 % ihren Höhepunkt erreicht. In den Folgejahren nahm das Wachstum wieder ab und erreichte 2012 mit 6 % Wachstum den niedrigsten Wert der letzten sieben Jahre. Wie in Abbildung 42 ersichtlich, wurden von Kunden österreichischer Betreiber 2012 etwa 7,8 Mrd. SMS versendet. Das gebremste Wachstum ist unter anderem auf die weite Verbreitung von Instant-Messaging-Diensten wie WhatsApp oder iMessage zurückzuführen, die durch ihre Möglichkeit zum Versand von Fotos und Videos für Smartphone-Nutzer eine attraktive Alternative zu klassischen SMS darstellen.

Abbildung 42: Entwicklung der SMS (technisch gemessen)* am Mobilfunkkundenmarkt 2003 bis 2012

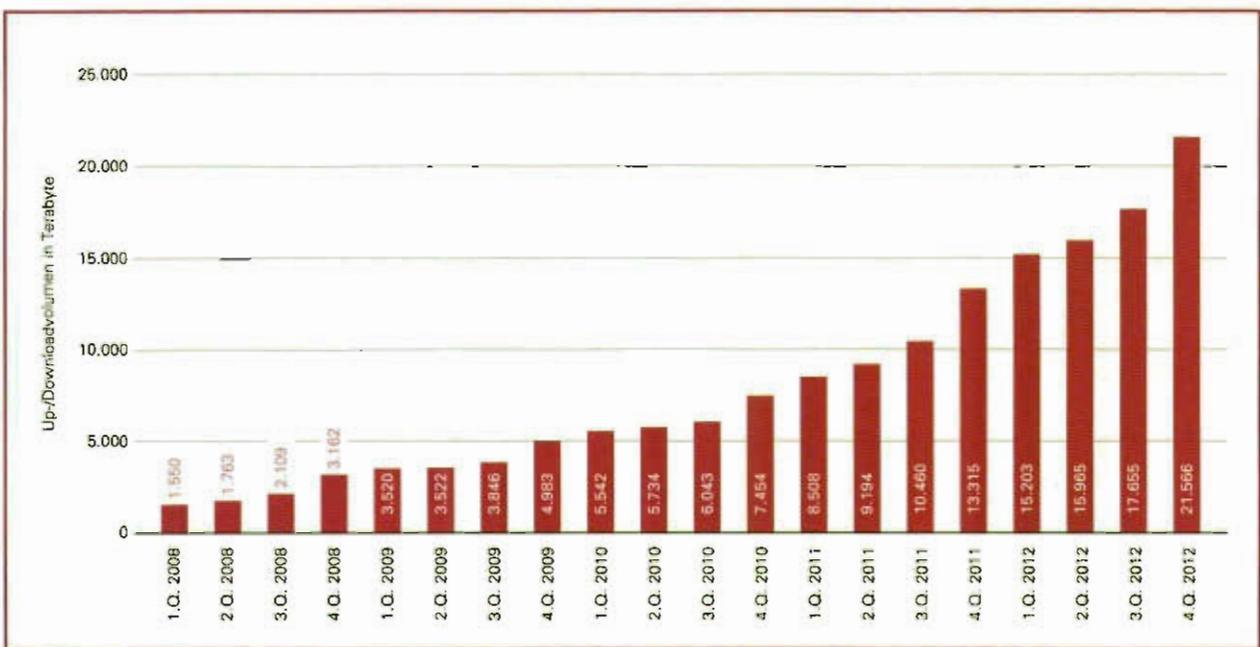


* Diese bezeichnen die tatsächlich gesendeten SMS der Endkunden. Dagegen ist die fakturierte Anzahl die Menge an SMS, die dem Endkunden verrechnet wird.

Quelle: RTR-GmbH

Ende 2012 hatten 59 % der österreichischen Haushalte einen mobilen Breitbandzugang, 30 % der Bevölkerung verfügten über einen Smartphone-Tarif. Diese hohen Penetrationsraten und die angebotenen Flatrates spiegeln sich auch im verbrauchten Datenvolumen wider. In den letzten Jahren ist das mobile Datenvolumen kontinuierlich gewachsen. Im Jahr 2008 betrug das Up-/Downloadvolumen 8.600 Terabyte, im Jahr 2012 wurden insgesamt rund 70.400 Terabyte up- bzw. downgeloadet – mehr als das Achtfache des Datenvolumens von 2008.

Abbildung 43: Entwicklung des Up-/Downloadvolumens im Mobilfunk 2008 bis 2012

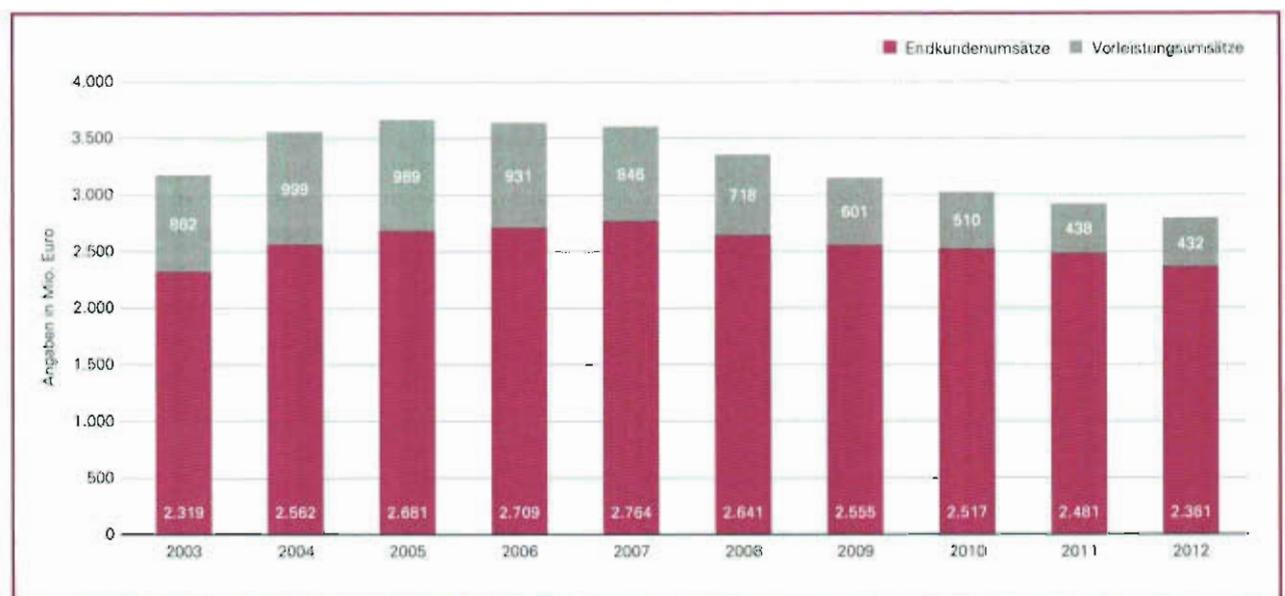


Quelle: RTR-GmbH

Umsatzentwicklung

Wie schon in den Vorjahren war 2012 eine ähnliche Entwicklung der Umsätze im Mobilfunksektor zu beobachten. Trotz deutlich wachsender Teilnehmerzahlen sowie weiterhin steigender Verkehrswerte sind die Gesamtumsätze, wie Abbildung 44 zu entnehmen ist, wieder leicht gesunken. Seit 2006 sind die Umsätze sowohl auf Endkunden- als auch auf Vorleistungsebene konstant zurückgegangen. Im Jahr 2012 betragen die Endkundenumsätze 2,36 Mrd. Euro und damit 4,8 % weniger als 2011. Die Umsatzrückgänge auf Vorleistungsebene, die 2012 432 Mio. Euro betragen (minus 1,3 % gegenüber dem Vorjahr), sind nicht zuletzt durch die weitere Absenkung der Terminierungsentgelte sowie der Entgelte für internationales Roaming gemäß EU-Roamingverordnung bedingt. Da die Umsätze auf Vorleistungsebene starke Rückgänge aufweisen, bedeutet dies allerdings auch, dass es vonseiten der Betreiber auch zu Aufwandrückgängen bzw. Kosteneinsparungen kommt. Bei ausgeglichenen Verkehrsmengen zwischen zwei Betreibern würde dies sogar zu einem Nullsaldo führen. Daher ist der Umsatzrückgang nur teilweise ergebniswirksam.

Abbildung 44: Entwicklung der Mobilfunkumsätze 2003 bis 2012



Quelle: RTR-GmbH

Die Berechnung der Umsätze in Abbildung 44 setzt sich aus folgenden Erlösen zusammen:

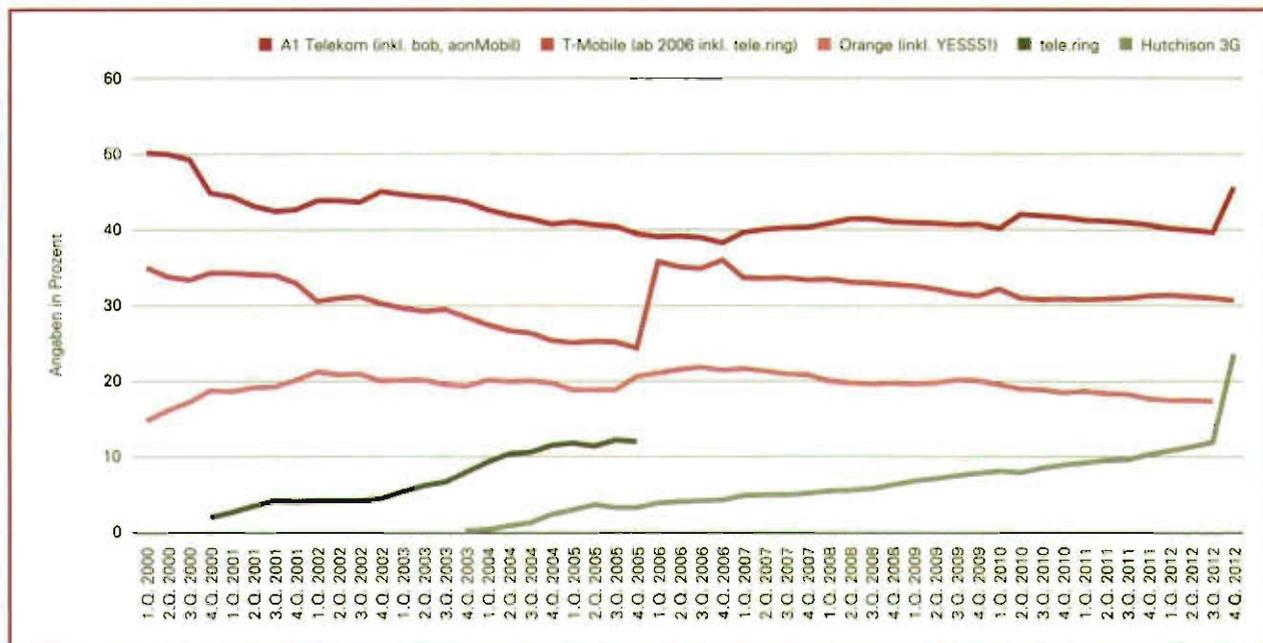
- Umsätze Endkundenebene: Verbindungsentgelt Sprache, SMS und Datendienste, Grundentgelte und Freischaltungsentgelte;
- Umsätze Vorleistungsebene: Umsätze aus Terminierung Sprache und SMS, Umsätze aus Inbound International Roaming (ausländische Kunden setzen in Österreich einen Anruf ab).

10.2.3.3 Marktanteile und Konzentration

Abbildung 45 zeigt die Entwicklung der Marktanteile – gemessen an den Teilnehmern der Mobilfunknetzbetreiber – seit 2000. Eigentumsrechtlich verbundene Wiederverkäufer sind in den Angaben des Host-Netzbetreibers (jener Betreiber, von dem sie ihre Dienste beziehen) inkludiert.

Ein wesentlicher Sprung im Marktanteil von T-Mobile ist durch die Übernahme von tele.ring im Jahr 2006 zu erklären. Ende 2006 waren die Marktanteile von T-Mobile und A1 Telekom beinahe ident. 2012 kam es erneut zu einer Marktkonsolidierung, die sich in der Grafik im 4. Quartal 2012 widerspiegelt. Damit lag der Marktanteil der A1 Telekom (inkl. YESSSI) Ende 2012 bei 45,7 % und der der Hutchison 3G (inkl. Orange) bei 23,6 %. T-Mobile wies Ende 2012 einen Marktanteil von 30,7 % auf und ist damit weiterhin der zweitgrößte Mobilfunkbetreiber.

Abbildung 45: Entwicklung der Mobilfunkmarktanteile gemessen an Teilnehmern 2000 bis 2012



Ab dem 4. Quartal 2012 werden A1 Telekom inkl. YESSSI und Hutchison 3G inkl. Orange dargestellt.

Quelle: RTR-GmbH

10.2.4 Breitband

10.2.4.1 Einführung

Das Internet ist im letzten Jahrzehnt zur bedeutendsten Plattform für Information und Kommunikation in unserer Gesellschaft geworden. Der Zugang zum Internet ist somit sowohl für private Haushalte als auch für Unternehmen ein entscheidender Faktor für die Teilnahme am gesellschaftlichen bzw. wirtschaftlichen Leben. Da die Nutzung von immer mehr Applikationen hohe Bandbreiten erfordert, ist ein adäquater Gebrauch des Internets de facto nur mehr über einen breitbandigen Zugang möglich. Als breitbandig werden hier jene Internetzugänge verstanden, die nicht über Einwahlmodem erfolgen (also über POTS oder ISDN mit max. 144 kbit/s), sondern z.B. mittels DSL, Kabelnetzen, Glasfaser oder über Mobilfunknetze der 3. bzw. 4. Generation (3G, LTE).

Im vorliegenden Kapitel werden zunächst die wesentlichen breitbandigen Zugangstechnologien sowie die aufgrund von regulatorischen Verpflichtungen verfügbaren Vorleistungsprodukte beschrieben. Darauf aufbauend werden die Entwicklungen der letzten Jahre am Breitbandendkundenmarkt, anschließend jene am Breitbandvorleistungsmarkt dargestellt. Das Kapitel schließt mit einer Darstellung der wesentlichen Entwicklungen bei der Errichtung von Zugangsnetzen der nächsten Generation („Next Generation Access“ – NGA).

10.2.4.2 Grundlegendes zum Thema Breitband

Zugangstechnologien

Im Folgenden werden die wichtigsten breitbandigen Zugangstechnologien sowie ihre Verfügbarkeit und die größten Anbieter dargestellt. Die in der Tabelle angeführten Anbieter stellen mehr als 95 % aller Breitbandzugänge bereit.

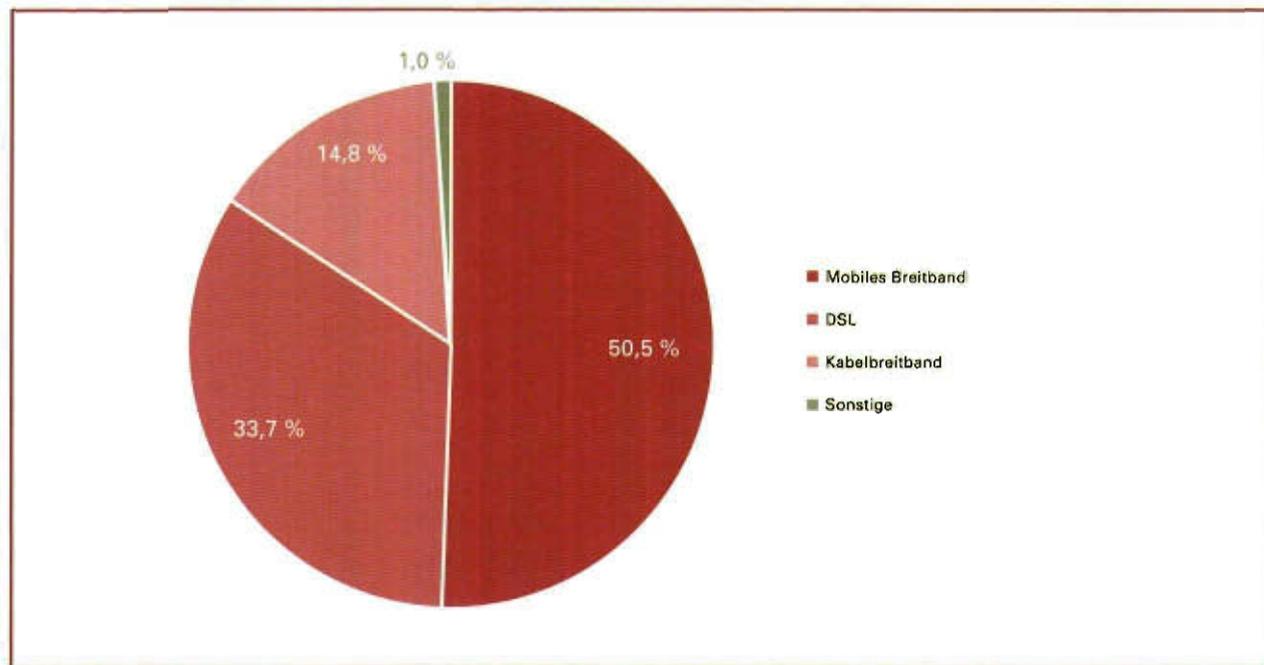
Tabelle 26: Breitbandige Zugangstechnologien

Zugangstechnologie	Größte Anbieter	Verfügbarkeit (in % der Bevölkerung)
(x)DSL: Übertragungstechnologie basierend auf Kupferdoppelader	A1 Telekom Tele2, UPC (Entbündelung)	> 99 % Entbündelung: ca. 65 %
Kabelbreitband: Übertragungstechnologie DOCSIS basierend auf Koaxialkabel	UPC, LIWEST, Salzburg AG, kabelplus, Teleport, Cablecom	ca. 50 %
Mobiles Breitband: Übertragungstechnologie UMTS/HSPA/LTE in Mobilfunknetzen	A1 Telekom (inkl. bob), T-Mobile (inkl. tele.ring), Orange (inkl. YESSSI!), Hutchison 3G	ca. 95 % (HSPA)

Quelle: RTR-GmbH

Andere breitbandige Zugangstechnologien wie Funknetze (W-LAN/WiFi/WiMAX), PLC (Powerline), Glasfaser (FTTH) oder Satellit hatten Ende 2012 insgesamt nur einen Anteil von ca. 1 % aller Breitbandanschlüsse. Hervorzuheben ist allerdings die Rolle von FTTH, da hier in den nächsten Jahren ein weiterer Ausbau zu erwarten ist (siehe dazu Abschnitt 10.2.4.5).

In Abbildung 46 sind – basierend auf der Anzahl der aktiven Anschlüsse – die relativen Anteile der unterschiedlichen Zugangstechnologien für Ende 2012 dargestellt. Bei mobilem Breitband wurden dabei all jene dedizierten Breitbandanschlüsse gezählt, bei denen zumindest ein Datenvolumen von 250 MB im monatlichen Grundentgelt inkludiert ist oder über die – im Falle von Wertkarten – im entsprechenden Quartal zumindest ein Internetzugriff erfolgt ist. Der Anteil der mobilen Breitbandanschlüsse ist inzwischen deutlich höher als der von DSL bzw. Kabelbreitband. Dabei werden auch mobile Breitbandanschlüsse gezählt, die komplementär zu festen Breitbandanschlüssen genutzt werden, bzw. werden mehrere mobile Breitbandanschlüsse in einem Haushalt oder Unternehmen auch mehrfach gezählt.

Abbildung 46: Anteile der Breitbandzugangstechnologien per 31. Dezember 2012

Quelle: RTR-GmbH

Vorleistungsprodukte

Produkte und Leistungen von Unternehmen, die für andere Unternehmen zur Verfügung gestellt werden und zur Erbringung von Kommunikationsdiensten an Endkunden dienen, bezeichnet man als **Vorleistungsprodukte**. Die wichtigsten Vorleistungsprodukte für die Erbringung von Breitbandinternetdiensten an Endkunden sind die Entbündelung der Teilnehmeranschlussleitung und Bitstreaming(Bitstrom)-Dienste. Beide Produkte werden von der A1 Telekom aufgrund regulatorischer Verpflichtungen erbracht. Zusätzlich wurde die A1 Telekom 2010 dazu verpflichtet, in Gebieten, in denen neue Technologien ausgebaut werden (NGA-Ausbaugebieten), „virtuelle Entbündelung“ anzubieten.

- Entbündelung der Teilnehmeranschlussleitung:** Entbündelung bedeutet, dass alternative Betreiber die Teilnehmeranschlussleitungen ihrer Kunden (oder Teilabschnitte davon) von der A1 Telekom anmieten und darüber unter Einsatz eigener technischer Ausrüstung Telekommunikationsleistungen anbieten können. Als Teilnehmeranschlussleitung wird die Kupferdoppelader zwischen Teilnehmer und Hauptverteiler (HVT) bezeichnet. Um an einem der mehr als 1.400 HVT der A1 Telekom entbündeln zu können, muss ein alternativer Betreiber über einen Raum zur physischen Übergabe (Kollokation) sowie eine Anbindung von dort an sein eigenes Netz (Backhaul z.B. mittels Mietleitungen oder Ethernet-Diensten) verfügen. Über einen Großteil der entbündelten Anschlüsse wird Breitbandinternet (meist im Bündel mit Sprachtelefonie) angeboten. Die Anzahl der über Entbündelung realisierten Breitbandzugänge betrug Ende 2012 rund 181.000, das sind 4,2 % aller Breitbandzugänge (inkl. mobilem Breitband) bzw. 12,6 % aller DSL-Zugänge.

- **Virtuelle Entbündelung:** Mit dem Bescheid M 3/09 der TKK vom 6. September 2010 (Markt für den physischen Zugang zu Netzinfrastrukturen) wurde die A1 Telekom dazu verpflichtet, in NGA-Ausbaugebieten (siehe dazu Abschnitt 10.2.4.5) „virtuelle Entbündelung“ anzubieten. Im Gegensatz zur physischen Entbündelung der Teilnehmeranschlussleitung (s.o.) wird hier nicht die Kupferdoppelader selbst übergeben, sondern ein Dienst, der es alternativen Betreibern erlaubt, dieselben Endkundenprodukte anzubieten wie über die physische Entbündelung.²³ Dieses Produkt stellt einen Ersatz für die physische Entbündelung dar, falls eine solche für alternative Betreiber technisch (z.B. bei Einsatz von Vectoring) oder wirtschaftlich nicht mehr möglich ist.
- **Bitstreaming:** Hier wird dem Nachfrager auf höherer Netzebene (bei der A1 Telekom beispielsweise an neun Übergabepunkten) ein Datenstrom („Bitstrom“) übergeben. Hierzu sind zwar weniger Investitionen vonseiten alternativer Anbieter erforderlich als im Falle der Entbündelung, dafür bestehen stärkere Einschränkungen in Bezug auf Preis- und Produktgestaltung. Bitstreaming für die Erbringung von breitbandigen Zugängen für Geschäftskunden wird von der A1 Telekom aufgrund regulatorischer Verpflichtungen²⁴ sowie von manchen alternativen Betreibern (Entbündlern, Kabelnetzbetreibern) angeboten. Über Bitstreaming der A1 Telekom wurden Ende 2012 etwa 41.300 Breitbandzugänge realisiert.

10.2.4.3 Die Entwicklung der Endkundenmärkte

Auf der Endkundenebene ist zwischen einem Markt für Privatkunden, der neben DSL- auch Kabel-, FTTH- und mobile Breitbandzugänge umfasst, und einem Markt für Geschäftskunden, der nur DSL- und FTTH-Zugänge umfasst, zu unterscheiden.²⁵ Während am Markt für Privatkundenprodukte somit weitgehend infrastrukturbasierter Wettbewerb herrscht und daher keine Regulierung am Breitbandvorleistungsmarkt (Bitstreaming) mehr erforderlich ist,²⁶ ist eine entsprechende Regulierung den Geschäftskundenbereich betreffend weiterhin notwendig. In der folgenden Darstellung der Entwicklung der Anschlusszahlen auf den Endkundenmärkten kann jedoch nicht in Privat- und Geschäftskunden unterschieden werden, da die entsprechenden Daten nicht für den gesamten Zeitraum auf dieser Ebene verfügbar sind. Es kann somit nur eine Entwicklung der Gesamtzahl der Anschlüsse dargestellt werden. Der Großteil der Anschlüsse (ca. 85 %) wird dabei von Privatkunden nachgefragt.

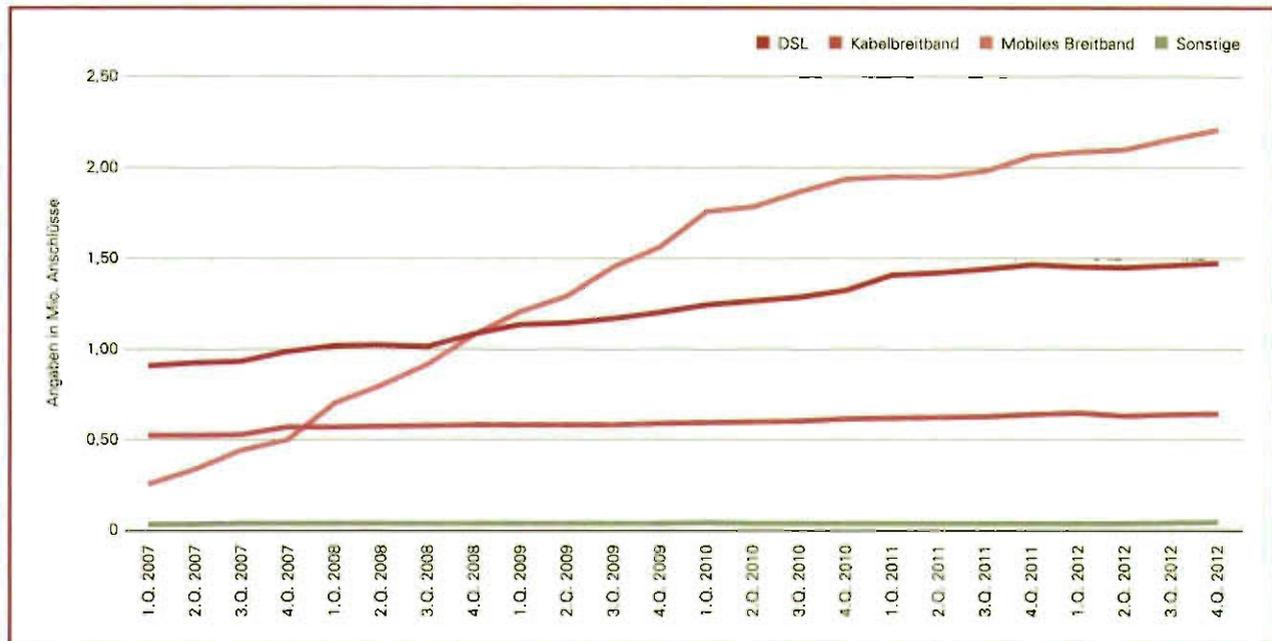
In Abbildung 47 ist die Entwicklung der Anzahl der Breitbandanschlüsse getrennt nach den wichtigsten Übertragungstechnologien dargestellt. Ende 2012 gab es ca. 4,3 Mio. Breitbandanschlüsse. Die Zahl der mobilen Breitbandanschlüsse wächst weiterhin deutlich stärker als die Zahl der DSL- bzw. Kabelbreitbandanschlüsse. Insgesamt ist weiterhin von einem signifikanten Wettbewerbsdruck von mobilem Breitband auf festes Breitband im Privatkundenbereich auszugehen.

²³ Nach Maßgabe der technischen Möglichkeiten im Netz der A1 Telekom.

²⁴ Die Regulierung erstreckt sich nur auf Bitstream-Produkte für die Bereitstellung von Anschlüssen an Nichtprivatkunden.

²⁵ Siehe „Abgrenzung des Marktes für breitbandigen Zugang auf Vorleistungsebene“, August 2009, www.rtr.at/de/komp/Konsultation_TKMV08/Begleittext1_zur_Novelle_der_TKMV_2008.pdf bzw. den Entwurf einer Vollziehungshandlung im Verfahren M 1.2/12, März 2013, www.rtr.at/de/komp/Kons_M_1_2_12.

²⁶ Entsprechende Vorleistungsprodukte werden jedoch von der A1 Telekom weiterhin angeboten.

Abbildung 47: Entwicklung der Anzahl der Breitbandanschlüsse 2007 bis 2012

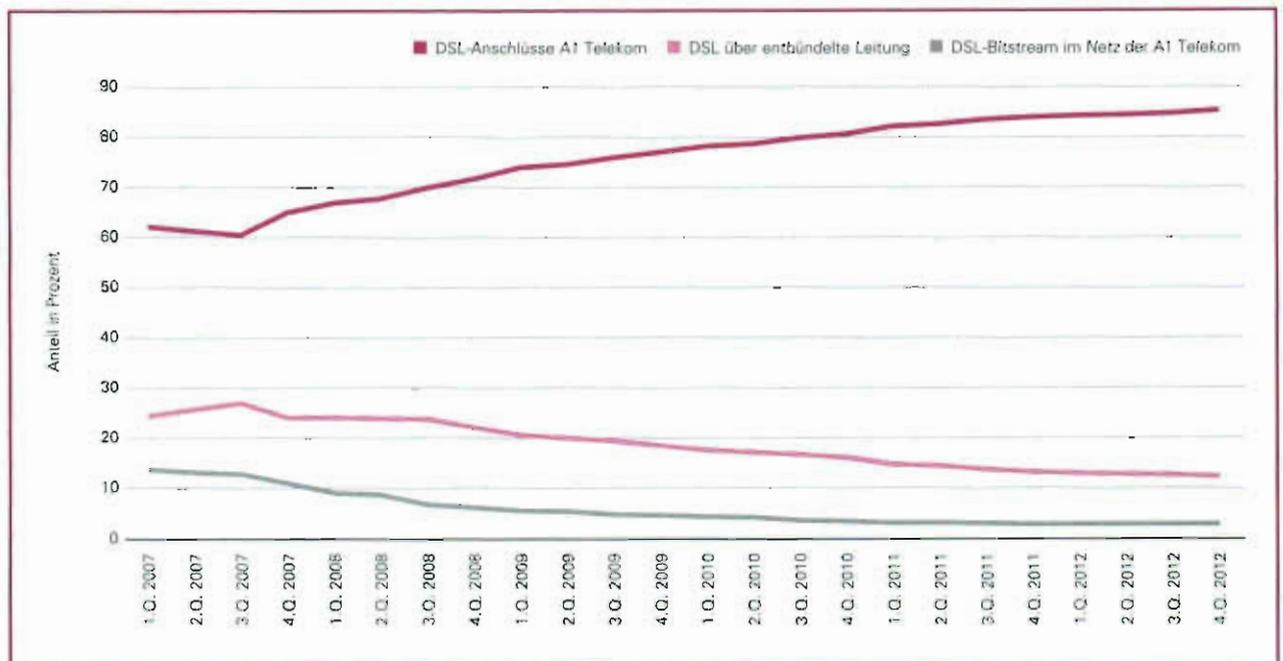
Aufgrund nachträglicher Betreiberkorrekturen stimmen die Werte nicht exakt mit den im Kommunikationsbericht 2011 angeführten Werten überein.

Quelle: RTR-GmbH

10.2.4.4 Die Entwicklung der Vorleistungsmärkte

In diesem Abschnitt wird auf die Entwicklungen der Vorleistungsmärkte für Bitstrom-Produkte (Bitstreaming) sowie für die entbündelte Teilnehmeranschlussleitung eingegangen (siehe dazu unter Abschnitt 10.2.4.2 „Vorleistungsprodukte“). Dabei wird auf die (teilweise) regulierten Vorleistungsprodukte der A1 Telekom fokussiert, da diese den weitaus größten Anteil der zur Verfügung gestellten Vorleistungsprodukte ausmachen.

Abbildung 48 zeigt den Anteil der DSL-Breitbandanschlüsse auf Endkundenebene, die von der A1 Telekom selbst bzw. von alternativen Betreibern über Bitstreaming oder Entbündelung realisiert sind. Während der Anteil der A1 Telekom bis Ende 2007 einen fallenden Trend aufweist, stieg er seit dem 4. Quartal 2007 wieder an und lag Ende 2012 bei ca. 85 % der DSL-Anschlüsse.

Abbildung 48: Entwicklung der Anteile der DSL-Anschlüsse über Bitstream und Entbündelung 2007 bis 2012

Quelle: RTR-GmbH

Hintergrund dieser Entwicklung sind die starken Preissenkungen der A1 Telekom Ende 2007, die wiederum eine Reaktion auf die Preissenkungen bei mobilem Breitband waren. Zwar wurden auch die Vorleistungsentgelte für Bitstream und Entbündelung stark reduziert, insgesamt ist es aber für alternative Betreiber, die diese Produkte nutzen, deutlich schwieriger geworden, die A1 Telekom bzw. Kabelnetzbetreiber und die Anbieter von mobilem Breitband so weit zu unterbieten, um deutlich wachsen zu können.

Diese Entwicklungen können aber nicht automatisch mit einer Reduktion des Wettbewerbs am Breitbandendkundenmarkt gleichgesetzt werden, da dieser – zumindest im Privatkundenbereich – zu einem wesentlichen Teil von Kabelnetz- und Mobilfunkbetreibern ausgeht, die nicht auf Vorleistungsprodukte der A1 Telekom angewiesen sind.

10.2.4.5 Entwicklung beim NGA-Ausbau

Unter „Next Generation Access“ (NGA, Zugangsnetze der nächsten Generation) wird im Allgemeinen der Ausbau von Glasfasernetzen hin zum Endkunden verstanden. Dabei gibt es verschiedene Varianten, wobei die Glasfaser entweder direkt bis zum Endkunden reicht („Fibre to the Home“ – FTTH) oder aber am letzten Stück weiterhin die bestehende Kupferdoppelader verbleibt („Fibre to the Curb“ – FTTC bzw. „Fibre to the Building“ – FTTB).

A1 Telekom setzte 2012 ihren FTTC-/B-/H-Ausbau weiter fort. Über FTTC-/B-Leitungen werden Bandbreiten bis 30 Mbit/s angeboten, über FTTH auch 50 und 100 Mbit/s. Ein flächendeckender FTTH-Ausbau ist jedoch weiterhin auf Teile des 15. und 19. Wiener Gemeindebezirks beschränkt. Darüber hinaus werden einzelne neu errichtete Wohneinheiten mit FTTH angeschlossen. Ende 2012 konnten ca. 435.000 Haushalte mit FTTC/B/H versorgt werden.²⁷ Schließlich wurden

²⁷ Siehe Präsentation der A1 Telekom am Capital Market Day 2013: www.telekomaustria.com/dateien/Austria.pdf, Seite 20.

von der A1 Telekom im Jahr 2012 erste Feldversuche mit der Technologie „Vectoring“ durchgeführt. Diese Technologie erlaubt es, auf bestehenden Kupferdoppeladern durch Reduktion des so genannten „Nebensprechens“ (die Störungen der Leitungen in einem Kabelbündel untereinander) deutlich höhere Bandbreiten zu erzielen. Ein weiterer Rollout in den nächsten Jahren ist geplant.

Auch in Kabelnetzen wurden teilweise mittels weiterem Glasfaserausbau und Einsatz der Übertragungstechnologie DOCSIS 3.0 die Bandbreiten deutlich erhöht. Inzwischen bieten die größten Kabelnetzbetreiber UPC, LIWEST, Salzburg AG und kabelplus Bandbreiten bis 100 Mbit/s an und decken damit ca. 45 % der Bevölkerung ab.

In Mobilfunknetzen können durch den Einsatz von HSPA+ Bandbreiten von bis zu 42 Mbit/s erzielt werden. Die tatsächlich erzielbaren Bandbreiten sind abhängig von einer Reihe von Faktoren wie der Anzahl der gleichzeitigen Nutzer in einer Zelle, die Dämpfung des Signals (Indoor), die Anbindung der Basisstation etc., sind aber durchaus vergleichbar mit jenen der am häufigsten nachgefragten Festnetzprodukte. In Ballungsräumen können mit der nächsten Generation der Übertragungstechnologien LTE/4G Bandbreiten bis 100 Mbit/s erzielt werden.

10.2.5 Mietleitungen

10.2.5.1 Einführung

Bei Mietleitungen handelt es sich um symmetrische bidirektionale Punkt-zu-Punkt-Verbindungen, über die Sprach- oder Datenverkehr übermittelt werden kann. Eine Mietleitung steht dem Kunden exklusiv und durchgängig (24 Stunden/365 Tage) mit einer garantierten Bandbreite zur Verfügung. Mietleitungen werden über verschiedene Infrastrukturen (z.B. Kupferdoppelader, Glasfaser, Richtfunk) und über verschiedene Übertragungstechnologien (etwa Synchron Digital Hierarchy – SDH oder Plesiochrone Digitale Hierarchie – PDH) realisiert.

Von Telekommunikationsunternehmen werden Mietleitungen dazu verwendet, um ihre Netze zu ergänzen bzw. aufzubauen. So werden etwa mittels Mietleitungen Mobilfunksendestationen oder entbündelte Hauptverteiler (siehe Kapitel 10.2.4) angebunden oder Geschäftskunden an das Netz herangeführt. Da Kommunikationsdienste- und -netzbetreiber mit ihrer Nachfrage nach Mietleitungen wiederum Kommunikationsdienste an Endkunden anbieten (z.B. Mobilkommunikation, Internetanbindung), spricht man von Mietleistungsvorleistungskunden. Endkundenseitig setzen Unternehmen Mietleitungen in der Regel zur Vernetzung von zwei oder mehreren Standorten eines Betriebes ein, z.B. zur Anbindung einer Filiale an die Zentrale („Intranet“) oder zum Zweck der Anbindung von Geschäftspartnern, Zulieferern oder Kunden (also zum Aufbau des „Extranets“).

In den letzten Jahren ist es insbesondere auf Vorleistungsebene zu einer verstärkten Nachfrage nach Ethernet-Diensten gekommen. Ethernet-Dienste können wie Mietleitungen zur Übertragung von z.B. Daten- und Sprachverkehr verwendet werden, sind aber in der Regel flexibler (mehr Bandbreitenabstufungen) und günstiger als „traditionelle“ Mietleitungen, die meist auf SDH-Technologie basieren. Auf Vorleistungsebene werden daher in zunehmendem Maße „traditionelle“ Mietleitungen durch Ethernet-Dienste ersetzt (siehe dazu auch die Entwicklung der Umsätze in Abbildung 49).

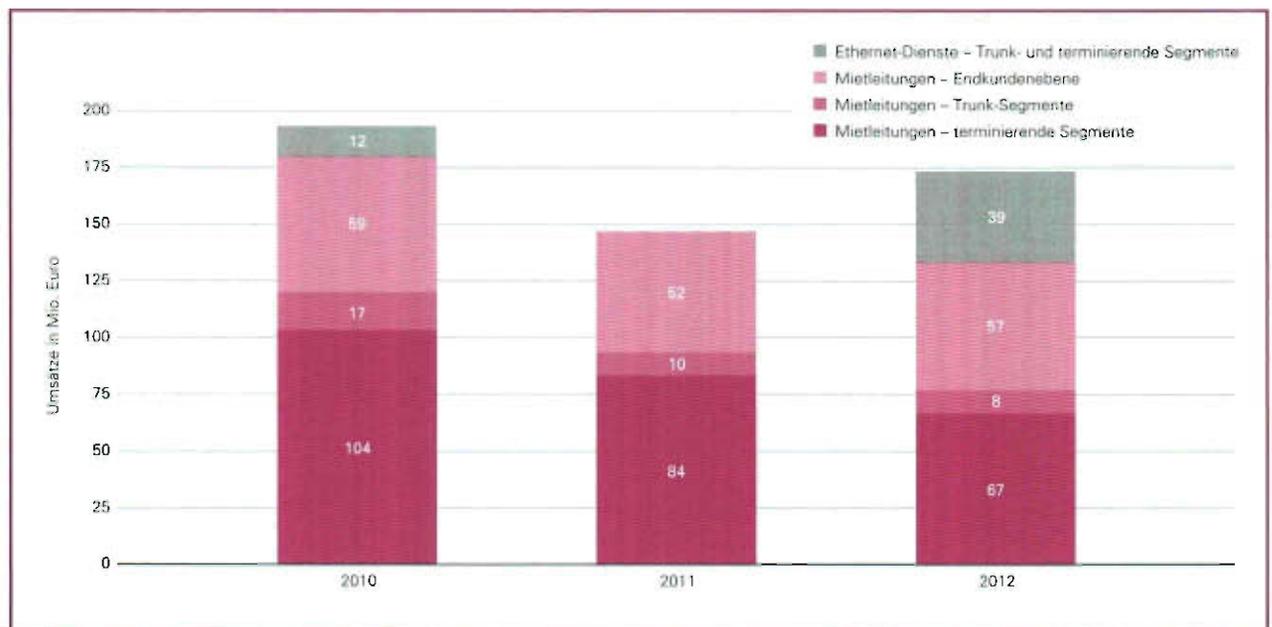
Je nach Art der Anwendung werden Mietleitungen und Ethernet-Dienste in unterschiedlichen Bandbreiten nachgefragt. Diese reichen von 64 kbit/s über 2 Mbit/s bis zu 155 Mbit/s und darüber hinaus (im Ethernet-Bereich sind auch 1 Gbit/s und 10 Gbit/s üblich). Auf Vorleistungsebene ist weiters zwischen Trunk-Segmenten und terminierenden Segmenten zu unterscheiden. Bei Trunk-Segmenten handelt es sich um Mietleitungen bzw. Ethernet-Dienste, die in der Regel nicht bis zum Netzabschlusspunkt des Nutzers reichen und Übergabepunkte in jenen 28 österreichischen Städten verbinden, in denen die A1 Telekom ihre Netzübergabepunkte zu anderen Telekommunikationsbetreibern realisiert hat. Demgegenüber sind terminierende Segmente Mietleitungen oder Ethernet-Dienste auf Vorleistungsebene, die nicht als Trunk-Segmente zu klassifizieren sind.

10.2.5.2 Marktdaten

Die größten Anbieter von Mietleitungen und Ethernet-Diensten waren im 4. Quartal 2012 neben der A1 Telekom Tele2, Energie AG Oberösterreich Data, T-Systems Austria, kabelplus und Wien Energie.

Abbildung 49 zeigt das Umsatzvolumen mit nationalen Mietleitungen in den Jahren 2010 bis 2012 nach Bereichen. Die Umsätze mit Mietleitungen sind von 2010 auf 2012 kontinuierlich zurückgegangen, was vor allem auf die Substitution zu Ethernet-Diensten zurückzuführen ist.

Abbildung 49: Entwicklung der Umsätze Mietleitungen und Ethernet-Dienste 2010 bis 2012



Umsätze von Ethernet-Diensten 2011 nicht verfügbar.

Quelle: RTR-GmbH

11 Die RTR-GmbH als Kompetenzzentrum

11.1 Fachbereich Medien

11.1.1 Wissenschaftliche Studien im Auftrag der RTR-GmbH

Im April wurde die Studie „Zur Qualität im Privatrundfunk – Begleitforschung zum österreichischen Privatrundfunkfonds“ von Mag. Corinna Wenzel, Univ.-Prof. Dr. Josef Trappel und Bakk.Komm. Stefan Gadringer (Abteilung Medienpolitik und Medienökonomie, Fachbereich Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg) präsentiert. Diese Untersuchung stellt Strukturen, Arbeits- und Produktionsbedingungen bei privaten Fernseh- und Radioveranstaltern dar.

Im Februar fand die Präsentation der im Rahmen der RTR-Schriftenreihe veröffentlichten Studie „TV-Programmanalyse – Fernsehvollprogramme in Österreich 2011“ von Dr. Jens Woelke statt. Die im zweijährigen Rhythmus zum vierten Mal veröffentlichte Studie analysierte umfangreich die zwei großen Programmbereiche Unterhaltung und Fernsehpublizistik der Sender „ORF eins“, „ORF 2“, „ATV“, „PULS 4“ und erstmals auch bei „ServusTV“.

Im Berichtsjahr wurde Prof. (FH) Dr. phil. Jan Krone, Fachhochschule St. Pölten GmbH, Department Medienwirtschaft, mit einer Programmanalyse Freier Medien in Österreich beauftragt. Diese Studie wird 2013 abgeschlossen.

Die Studien können unter www.rtr.at/de/komp/Publikationen abgerufen werden.

11.1.2 REM – Forschungsinstitut für das Recht der elektronischen Massenmedien

Das im Frühjahr 2005 gegründete REM widmete sich auch im Jahr 2012 der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Bereich des Rechts der elektronischen Massenmedien auf internationaler und österreichischer Ebene.

REM ist als nichtgewinnorientierter Verein mit Sitz bei der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) eingerichtet worden. Der REM-Vorstand setzt sich aus Univ.-Prof. DDr. Christoph Grabenwarter (Wirtschaftsuniversität Wien), Univ.-Prof. Dr. Walter Berka (Universität Salzburg), Univ.-Prof. Dr. Michael Holoubek (Wirtschaftsuniversität Wien), Dr. Alfred Grinschgl (RTR-GmbH), HR Dr. Hans Peter Lehofer (VwGH), Mag. Michael Ogris (KommAustria) und Dr. Matthias Traimer (BKA) zusammen.

Ein am 3. Mai 2012 veranstalteter REM-Workshop widmete sich dem Thema „Unabhängigkeit und Organisation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks“ und damit zusammenhängenden Fragestellungen.

Wie jedes Jahr veranstaltete das REM das „Österreichische Rundfunkforum“, eine dem Gedankenaustausch zwischen Wissenschaftlern und Praktikern dienende Veranstaltung. Im Herbst 2012 widmete sich das Achte Österreichische Rundfunkforum unter dem Titel „Das Immaterialgüterrecht in elektronischen Medien“ den verschiedenen Aspekten dieses für die Kreativ-Branche aktuellen rechtlichen Themas. Die Referate spannten einen Bogen von der österreichischen zur europäischen Perspektive, boten Rechtsvergleiche und relevante Rechtsprechung, erörterten die Rechtslage der Verwertungsgesellschaften und beleuchteten das Verhältnis zwischen Rechteinhabern und Nutzern.

11.2 Fachbereich Telekommunikation und Post

11.2.1 IKT – Informations- und Kommunikationstechnologien

Die Stabsstelle IKT unterstützt als Geschäftsstelle das Kompetenzzentrum Internetgesellschaft (KIG), eine Einrichtung der Bundesregierung. Im Zuge des vom KIG unter der Mitwirkung der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) erstellten Prioritätenkatalogs wurden im Jahr 2012 zahlreiche Projekte initiiert und umgesetzt. Beispielsweise konnte auf intensives Betreiben der RTR-GmbH das Bundesministerium für Finanzen (BMF) für die Trägerschaft des Projekts „Home Office Day“ gewonnen werden. Dabei soll gemeinsam mit der Wirtschaft die Bedeutung des mobilen Arbeitens unterstrichen und aufgezeigt werden, welche Möglichkeiten der Mobilität IKT in der Arbeitswelt eröffnen. Im Rahmen des „Home Office Day“, der sowohl in der Schweiz als auch in Deutschland großen Anklang findet, konnte das Bewusstsein für dieses Thema gehoben werden und Unternehmen sowie die öffentliche Hand motiviert werden, diese Möglichkeit des Arbeitens ihren Mitarbeitern anzubieten. Dies soll auch in Österreich geschehen.

Ein weiteres Projekt, das in enger Zusammenarbeit zwischen dem Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung, der Wirtschaft und wissenschaftlichen Institutionen realisiert wird, ist das Projekt „Schnittstelle Wirtschaft und Wissenschaft“. Die RTR-GmbH hat dazu intensive Gespräche mit den Stakeholdern geführt und die Projektinitiierung vorangetrieben. Im Rahmen dieses Projekts wird eine Plattform mit dem Bibliothekenverbund errichtet, in der die Forschungsinteressen der Wirtschaft und der Wissenschaft verstärkt koordiniert werden. Diese Plattform stellt einen Marktplatz für Forschungsthemen dar. Interessierte Studierende können auf dieser Plattform praxisorientierte Forschungsgebiete für ihre Dissertationen oder Masterarbeiten finden. Ähnliche Plattformen findet man derzeit sporadisch an Universitäten, doch eine institutionsübergreifende Plattform fehlte bisher.

Das KIG nimmt den Networked Readiness Index (NRI) des Weltwirtschaftsforums als Maßstab für die Fortschritte Österreichs im IKT-Bereich. Dieser Index erscheint jährlich. 2012 hat sich die Struktur des Index stark verändert, von 71 Indikatoren wurde auf 53 reduziert. Die Subklassen, denen die Indikatoren zugeordnet waren, wurden völlig verändert. Die RTR-GmbH als Geschäftsstelle des KIG hat daher den NRI grundlegend untersucht und eine Sensitivitätsanalyse erstellt. In dieser Analyse ist ersichtlich, wie sich Veränderungen in den Indikatorenwerten auf das Gesamtranking auswirken. Damit können Maßnahmen und ihre Auswirkung auf den Index abgeschätzt werden.

Im Jahr 2012 legte die RTR-GmbH als Geschäftsstelle des KIG einen wichtigen Grundstein zur Entwicklung einer nationalen IKT-Strategie für den Zeitraum 2014 bis 2018. Ein Konsultationsdokument, das zukünftige Projekte rund um IKT vorschlägt, wurde erarbeitet und soll in den nächsten Monaten als Diskussionsgrundlage für die IKT-Wirtschaft und die öffentliche Hand dienen. Das Strategiepapier enthält vier Themenschwerpunkte, auf die sich Österreich in den kommenden Jahren konzentrieren soll mit dem Ziel, nicht nur die Lebensqualität für die Bevölkerung weiter zu verbessern, sondern gleichzeitig im europaweiten und internationalen Vergleich im Bereich IKT eine Vorreiterrolle einnehmen zu können.

2013 wird die RTR-GmbH als Geschäftsstelle des KIG dafür sorgen, dass die Umsetzung der Projekte weiterhin voranschreitet, sowie neuerlich eine Strategie ausarbeiten, die weitere Handlungsfelder identifiziert.

11.2.2 RTR-Netztest zur Stärkung der Nachfrageseite

Die RTR-GmbH bietet interessierten Nutzern unter www.netztest.at bzw. www.rtr.at/de/tk/KonsumentenService – Unterpunkt RTR-Netztest – mit dem RTR-Netztest die Möglichkeit, Informationen über die praktisch verfügbare Dienstleistungsqualität (u.a. Upload, Download, Ping, Signalstärke) ihres Internetzugangs zu beziehen. Dadurch soll Nutzern die Gelegenheit gegeben werden, ihre Internetverbindung zu überprüfen.

Der gesetzliche Auftrag der RTR-GmbH, den RTR-Netztest anzubieten, ergibt sich aus § 17 Abs. 4 und Abs. 5 Telekommunikationsgesetz 2003 (TKG 2003).

Neben einer Browserversion des RTR-Netztests steht auch eine mobile Version für Android-Geräte zur Verfügung. Der RTR-Netztest setzt sich aus zwei eigenständigen, völlig unabhängig voneinander nutzbaren Tests zusammen:

Der erste Test misst (= RTR-Multithreaded-Broadband-Test, RMB-Test) die Latenz (Ping), Download- und Upload-Datenrate sowie die Signalstärke (in der mobilen Version). Der zweite, optionale und vertiefende Test erfasst (= Network-Diagnostic-Tool-Test der Forschungsplattform M-Lab, NDT-Test) für den technisch interessierten Nutzer weitere Qualitätsparameter.

Das Angebot des RTR-Netztests umfasst u.a.:

- eine Kartenansicht, auf der die bisherigen Testergebnisse dargestellt werden,
- einen statistischen Vergleich aller Internetanbieter mit diversen Filtermöglichkeiten auf Basis aller durchgeführten Tests,
- eine Ampelbewertung des Messergebnisses, wobei grün ein gutes, gelb ein mittelmäßiges und rot ein schlechtes Ergebnis bedeutet,
- eine Möglichkeit, die Ergebnisse verschiedener Endgeräte zu synchronisieren und im Browser darzustellen,
- Abruf der eigenen Testhistorie,
- ausführliche Hilfe mit Hintergrundinformationen, die Hinweise auf mögliche Ursachen von mangelhaften Verbindungen geben.

In einer weiteren Entwicklungsstufe ist geplant, den RTR-Netztest für andere Plattformen (z.B. andere Betriebssysteme bzw. Formfaktoren) und auch um zusätzliche Funktionalität zu erweitern.

11.3 Öffentlichkeitsarbeit und Service

Die Sacharbeit der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria), der Telekom-Control-Kommission (TKK), der Post-Control-Kommission (PCK) und der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) sowie ihre Tätigkeiten als Kompetenzzentrum sind von großem Interesse für die Öffentlichkeit. Daher wurden 2012 zahlreiche öffentlichkeitswirksame Aktivitäten gesetzt, um Transparenz zu gewährleisten und dem Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit nachzukommen.

Das Schlüsselmedium der Öffentlichkeitsarbeit der Regulierungsbehörde ist die Website. Unter www.rtr.at wird die Sacharbeit der Regulierungsbehörden sowie die Entwicklung der Märkte in den Bereichen Medien, Telekommunikation, Elektronische Signaturen, Förderungen und Post umfassend dargestellt. Entscheidungen und zur Veröffentlichung bestimmte Informationen der Regulierungsaktivitäten sowie aus der Fördertätigkeit werden regelmäßig auf die Website der RTR-GmbH gestellt. Sofern man sich für das Informationsservice unter www.rtr.at/de/rtr/Informationsservice angemeldet hat, erhält man die dazugehörigen Links per E-Mail.

Publikationen

Einen weiteren Schwerpunkt der Öffentlichkeitsarbeit bildet jedes Jahr eine Vielzahl von Publikationen. Der Kommunikationsbericht der RTR-GmbH umfasst die Tätigkeitsberichte der RTR-GmbH, des Digitalisierungsfonds, des FERNSEHFONDS AUSTRIA, des Privatrundfunkfonds sowie des Nichtkommerziellen Rundfunkfonds gemäß den gesetzlichen Berichtspflichten, dokumentiert die behördliche Sacharbeit und gibt einen Einblick in die Entwicklung des Telekommunikations- und Medienmarktes.

Der Tätigkeitsbericht der Schlichtungsstelle erläutert die für das Berichtsjahr wesentlichen Problemstellungen und gibt ein detailliertes Bild über die Entwicklungen in der Endkundenstreitschlichtung.

Der RTR Telekom Monitor erscheint viermal pro Jahr und basiert auf den von der RTR-GmbH erhobenen Marktdaten aus den Bereichen Festnetz, Mietleitungen, Mobilfunk und Breitband. Eine Ausgabe des RTR Telekom Monitors („Jahresbericht“) enthält zusätzlich internationale Vergleiche. Die in regelmäßigen Abständen erscheinenden Medien- und Telekom-Newsletter RTR AKTUELL informieren zeitnah über regulatorische Entscheidungen und behördliche Tätigkeit der beiden Fachbereiche sowie über für das Regulierungsumfeld relevante internationale Themen.

Weiters wurden im Berichtsjahr 2012 zwei Ausgaben der RTR-Schriftenreihe veröffentlicht. Die Titel lauten „TV-Programmanalyse – Fernsehvollprogramme in Österreich 2011“ und „Zur Qualität im Privatrundfunk – Begleitforschung zum österreichischen Privatrundfunkfonds“.

Alle Publikationen werden als pdf-Dokumente auf der Website der RTR-GmbH in der Rubrik Kompetenzzentrum veröffentlicht.

Veranstaltungen

Die Vermittlung sachrelevanter Themen für die Marktteilnehmer sowie für die breite Öffentlichkeit erfolgt – national wie international – sowohl durch Vortragstätigkeit ausgewählter Mitarbeiter der RTR-GmbH als auch durch die Veranstaltung zahlreicher Fachtagungen, Diskussionsforen und Workshops. Hervorzuheben sind sieben Informationsveranstaltungen für meldepflichtige Rechtsträger zum Thema „Medientransparenzgesetz“, das Achte Österreichische Rundfunkforum zum Thema „Das Immaterialgüterrecht in elektronischen Medien“ sowie das 13. Salzburger Telekomforum zum Thema „Ultraschnelles Internet – Erreichen wir die Ziele der Digitalen Agenda?“.

Anfragenmanagement

Die RTR-GmbH verzeichnet täglich eine Vielzahl telefonischer und schriftlicher Anfragen, die zum überwiegenden Teil individuell beantwortet werden. Im Berichtsjahr wurden 3.572 schriftliche Anfragen an die E-Mail-Adresse rtr@rtr.at gesendet, das sind um insgesamt 16 % weniger als im Jahr davor. Inhaltlich umfassen die Anfragen den gesamten Tätigkeitsbereich der Regulierungsbehörden, der Schwerpunkt der schriftlichen Anfragen lag – wie in den Vorjahren – bei Endkundenangelegenheiten, die im Berichtsjahr um 25 % von 3.067 (2011) auf 2.325 sanken.

Tabelle 27: Anfragenvolumen (rtr@rtr.at) 2010 bis 2012

Jahr	2010	2011	2012
Anzahl der Anfragen	3.406	4.263	3.572

Quelle: RTR-GmbH

Die telefonische Erstberatung von Endkunden, beispielsweise zu den Themen Telefonrechnungseinspruch, Schlichtungsverfahren, mobile Datendienste etc. wird vom RTR-Callcenter unter der Hotline 0810 511 811 durchgeführt. Gleich wie bei den schriftlichen, über rtr@rtr.at eingebrachten Fragen ist ein starker Rückgang zu verzeichnen. Im Jahr 2012 wurden vom RTR-Callcenter 4.909 Anrufe entgegengenommen, um rund 25 % weniger als im Vorjahr.

Tabelle 28: Anfragenvolumen (Callcenter) 2010 bis 2012

Jahr	2010	2011	2012
Anzahl der Anrufe	5.818	6.578	4.909

Quelle: RTR-GmbH

Pressearbeit

Um die Öffentlichkeit über die behördliche Tätigkeit und regulatorische und andere rechtliche Entscheidungen zeitnah und kompetent zu informieren, wurden im Berichtsjahr zusätzlich zur Beantwortung von Presseanfragen und den mit Medienvertretern geführten Einzelinterviews zahlreiche Presseaussendungen verfasst und Pressekonferenzen veranstaltet.

Social Media: Twitter

Seit Oktober 2012 nutzt die RTR-GmbH die Social Media Plattform Twitter. In Ergänzung zum oben beschriebenen Informationsservice wird eine Vielzahl von Veröffentlichungen und Aktivitäten mit Tweets begleitet, die den entsprechenden Link zur jeweiligen Information enthalten. Die RTR-GmbH ist auf Twitter mit dem Link <https://twitter.com/RTRGmbH> vertreten.

