

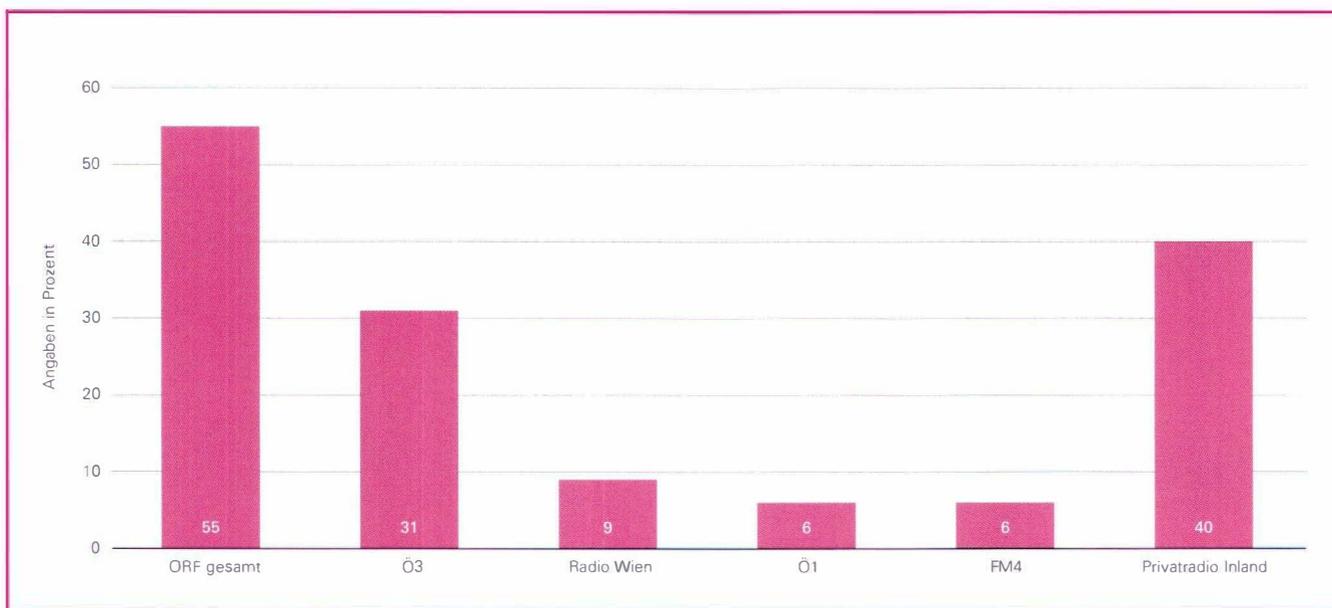
59,9 % nun nur noch 55,7 % erreicht. Geringfügig und ohnehin in der Schwankungsbreite wirkt die Korrektur auf „Ö1“ und „FM4“. Für „Ö1“ wird die Tagesreichweite statt mit 4,8 % nun mit 4,7 % ausgewiesen, „FM4“ wird von 6,2 % auf 6,1 % zurückgestuft.

Für die Privatradios wurde der Summenwert der Tagesreichweite mit der Korrektur geringfügig heraufgesetzt und liegt jetzt bei 37,4 % statt 37,2 %.

#### 10.1.3.4 Der Radiomarkt 2015 in Wien

Wie schon bei Betrachtung des nationalen Radiomarktes hat die korrigierte Fassung der Radiotest-Ergebnisse für das Jahr 2015 auch auf die Verhältnisse am besonders wettbewerbsintensiven Wiener Radiomarkt unter dem Strich nicht unerhebliche Auswirkungen auf die Marktanteile.

**Abbildung 20: Radio-Marktanteile 2015 in Wien, Zielgruppe 14 bis 49 Jahre**



Personen 14 bis 49 Jahre, Wien.

Quelle: Radiotest

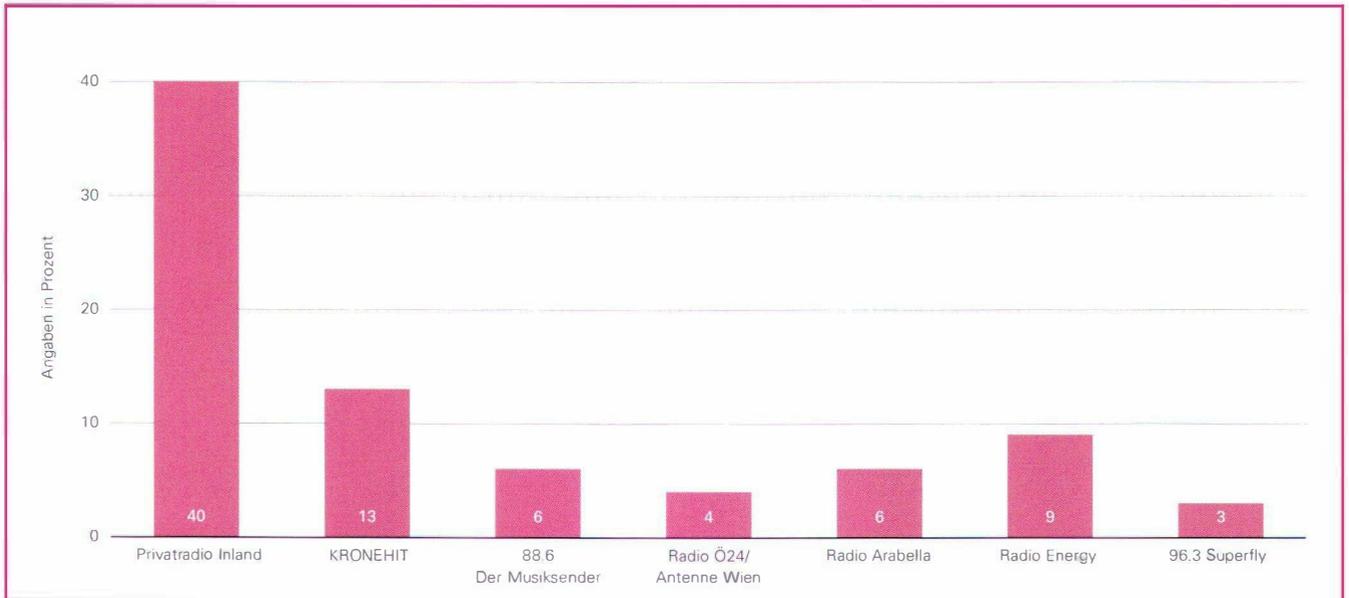
Zwar muss der Gesamt-Marktanteil der Wiener Privatradios in der Gruppe der 14- bis 49-jährigen Hörerinnen und Hörer nur um einen Prozentpunkt von 39 % auf 40 % heraufgesetzt werden, der Jahres-Marktanteil von „Ö3“ aber wird in dieser Hörschicht um minus vier Prozentpunkte von 35 % auf 31 % korrigiert. Damit wächst der Marktanteilsvorsprung der Privatradios in Summe einerseits und dem massenattraktiven Programm „Ö3“ andererseits sprunghaft von zunächst vier Prozentpunkten auf neun Prozentpunkte an.

Für das „Ö2“-Programm „Radio Wien“ mit 9 % Marktanteil und für das Jugendprogramm „FM4“ mit 6 % Marktanteil verläuft die Neuauswertung der Radiotest-Daten für Wien ohne Veränderungen in der werberelevanten Zielgruppe. Das Team von „Ö1“ hingegen darf sich freuen, denn nun bescheinigt der Radiotest dem Informations- und Kulturprogramm 6 % statt vorher nur 5 % Marktanteil.

Der Gesamt-Marktanteil der ORF-Programmflotte in der Hauptstadt (inkl. „Ö2“-Programme „Radio Burgenland“ und „Radio Niederösterreich“) sinkt von zuvor behaupteten 58 % auf nun 55 %. Der Vorsprung zum Gesamt-Marktanteil der Privatradios in Wien (40 %) verringert sich von zunächst 19 Prozentpunkten auf 15 Prozentpunkte.

Auch wenn der Gesamt-Marktanteil der Privatradios in Wien nach Korrektur der Radiotest-Daten um nur einen Prozentpunkt gestiegen ist, sind die Änderungen bei Einzelbetrachtung der überwiegend im einstelligen Prozentbereich angesiedelten Programme doch nicht ganz unwesentlich. Allerdings spielen dabei auch Rundungseffekte eine Rolle.

**Abbildung 21: Privatradio-Marktanteile 2015 in Wien, Zielgruppe 14 bis 49 Jahre**



Personen 14 bis 49 Jahre, Wien.

Quelle: Radiotest

Einzig der Marktanteil von „KRONEHIT“ verringert sich in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen um einen Prozentpunkt auf 13 %. Während sich für Radio „88.6“ (6 % Marktanteil) und „98.3 Superfly“ (3 % Marktanteil) keine Veränderungen ergeben, stehen nun drei Privatradioprogramme besser da als vor der Datenkorrektur. Jeweils um einen Prozentpunkt wachsen die Marktanteile von „Radio Ö24“ (4 %), „Radio Arabella“ (6 %) und des auf die besonders jungen Hörerinnen und Hörer fokussierten „Radio Energy“, das sich nun mit einem Marktanteil von 9 % bei den 14- bis 49-jährigen Hörerinnen und Hörern recht deutlich von allen Privatradios in Wien mit Ausnahme von „KRONEHIT“ absetzt. Der Rückstand von „Radio Energy“ auf „KRONEHIT“, Anfang des Jahres noch mit sechs Prozentpunkten ausgewiesen, verkürzt sich auf vier Prozentpunkte. Aber auch für „Radio Ö24“, das 2014 im Zuge der Namens- und Programmumstellung (bis September 2013 „Antenne Wien“) als das „Radio der neuen Generation“ vorgestellt wurde, bedeutet die Verbesserung auf 4 % Marktanteil einiges.

In einigen Bundesländern sind die Abweichungen zwischen zunächst gemeldeten und später korrigierten Werten gerade für Privatradios so massiv ausgefallen, dass dafür eine „Glättung nach Bauchgefühl“ als Erklärung nur schwer nachvollziehbar ist. Hier Beispiele zu Marktanteilsauswertungen in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen (Montag bis Sonntag):

Am spektakulärsten betroffen ist die „Antenne Vorarlberg“, die nach Korrektur der Radiotest-Daten nun auf einmal die Marktführerschaft in ihrem Bundesland übernimmt. Zunächst hatte der Radiotest der „Antenne“ für das 1. Halbjahr (1. Hj.) 2015 noch 21 % Marktanteil bescheinigt, den Wert dann aber auf 33 % korrigiert (Differenz zwölf Prozentpunkte!). In demselben Zeitraum wurde „Ö3“ in Vorarlberg zunächst mit 35 % Marktanteil ausgewiesen und dann auf 30 % herabgesetzt. Dem ORF-Regionalprogramm „Radio Vorarlberg“ wurde ein Marktanteil von 27 % zugesprochen, laut Korrektur waren es aber mit 17 % Marktanteil tatsächlich zehn Prozentpunkte weniger.

Im 2. Halbjahr (2. Hj.) wird die „Antenne Vorarlberg“ anfänglich ebenfalls mit 21 % Marktanteil ausgewiesen, nach Korrektur kommt sie aber auf 30 %. „Ö3“ muss dagegen von 34 % um sieben Prozentpunkte auf 27 % Marktanteil herabgestuft werden und „Radio Vorarlberg“ fällt um acht Prozentpunkte von 24 % auf 16 % Marktanteil.

Die „Antenne Steiermark“ wird im 1. Hj. mit einem Marktanteil von 22 % zunächst um vier Prozentpunkte zu gering bewertet, während „Ö3“ mit einem Marktanteil von 38 % um vier Prozentpunkte zu hoch ausgewiesen wird. Im 2. Hj. ist die Abweichung noch deutlicher. Statt eines zunächst behaupteten Marktanteils von 24 % wird die „Antenne Steiermark“ um sieben Prozentpunkte auf 31 % Marktanteil korrigiert. „Ö3“ wird von anfänglich 37 % Marktanteil auf 32 % abgesenkt.

In Kärnten wird die „Antenne“ im 2. Hj. anfangs um vier Prozentpunkte zu niedrig bewertet und kommt nach Korrektur auf einen Marktanteil von 26 %. Für „Ö3“ ergeben sich mit 37 % Marktanteil keine Änderungen nach der Korrektur. Die vier Prozentpunkte jedoch, die der „Antenne Kärnten“ zugerechnet werden, müssen dem „Ö2“-Programm „Radio Kärnten“ abgezogen werden. Es fällt auf 22 % Marktanteil. So haben „Antenne Kärnten“ und „Radio Kärnten“ nach Korrektur der Radiotest-Daten die Plätze getauscht.

Die Auswertungen der Bundesländer-Daten zeigen noch weitere Abweichungen im Bereich von einem bis hin zu fünf Prozentpunkten zugunsten von ORF-Programmen auf, während weitere Privatsender zwischen einem bis drei Prozentpunkten zu negativ dargestellt wurden.

Zu Recht verweist der ORF in einer Presseaussendung vom 29. April darauf, dass auch seine Hörfunkprogramme in einigen Fällen zunächst zu niedrig bewertet wurden. Er listet dabei allerdings fast ausschließlich Beispiele aus der weniger werbe-relevanten Zielgruppe der Hörerinnen und Hörer ab zehn Jahren auf, in denen die Abweichungen ganz überwiegend nicht mehr als einen Prozentpunkt betragen. Lediglich in einem Fall berichtet der ORF von einer Abweichung zu seinen Ungunsten in Höhe von drei Prozentpunkten und dies auch in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen: In Tirol wird „Ö3“ im 2. Hj. 2015 zunächst mit einem zu niedrigen Marktanteil von 40 % ausgewiesen, der dann auf 43 % korrigiert werden muss. Allerdings wird „Ö3“ hier im 1. Hj. mit zunächst 41 % Marktanteil um drei Prozentpunkte zu hoch dargestellt.

## 10.2 Die Entwicklung der österreichischen Telekommunikationsmärkte

Die nachfolgenden Kapitel geben einen Überblick hinsichtlich der wesentlichen Marktentwicklungen in den Bereichen Mobilfunk, Breitband, Festnetz sowie Mietleitungen und Ethernet-Dienste.

### 10.2.1 Generelle Marktentwicklung

Während die Umsätze in den Bereichen Mobilfunk und Breitband erneut anstiegen, setzte sich der Trend der sinkenden Umsätze bei Festnetz-Sprachtelefonie im Jahr 2015 weiter fort.

Durch das immer größere Angebot an Diensten, die mobil genutzt werden können, erfuhr der mobile Datenverkehr weiterhin einen exponentiellen Anstieg. Andererseits kam es durch die weitere Verbreitung von Messaging- und Call-Applikationen wie WhatsApp oder Skype zu einem Rückgang bei mobilen Gesprächsminuten und SMS.

Im Bereich Festnetz-Sprachtelefonie können die sinkenden Umsätze sowohl am Endkunden- als auch am Vorleistungsmarkt durch einen weiteren Rückgang der Sprachtelefonieanschlüsse und Minuten erklärt werden. Bei Breitbanddiensten ist hingegen nach wie vor ein Wachstum bei Anschlüssen und Umsätzen zu beobachten.

In Tabelle 19 sind die Endkundenumsätze in den einzelnen Bereichen – Mobilfunk, Breitband, Festnetz, Mietleitungen – dargestellt. Während die Gesamtumsätze von 2013 auf 2014 um 0,4 % zurückgegangen sind, blieben sie von 2014 auf 2015 stabil.

**Tabelle 19: Entwicklung der Endkundenumsätze 2013 bis 2015**

	2013 in Mio. Euro	2014 in Mio. Euro	2015 in Mio. Euro	Änderung in % 2013-2014	Änderung in % 2014-2015	Anteil an Gesamt in % 2013	Anteil an Gesamt in % 2014	Anteil an Gesamt in % 2015
Mobilfunk	2.240	2.263	2.284	1,0	0,9	61,9	62,8	63,4
Breitband*	769	782	812	1,7	3,8	21,3	21,7	22,6
Festnetz**	560	511	461	-8,7	-9,7	15,5	14,2	12,8
Mietleitungen	49	46	44	-6,9	-4,0	1,4	1,3	1,2
<b>GESAMT</b>	<b>3.618</b>	<b>3.602</b>	<b>3.601</b>	<b>-0,4</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\* Umsätze aus mobilem Breitband sind in den Umsätzen Mobilfunk enthalten.

\*\* Umsätze enthalten Sprachtelefonieumsätze am Festnetzendkundenmarkt inkl. Umsätze aus öffentlichen Sprechstellen. Sprachtelefonieumsätze, die im Bündel mit Breitband erzielt wurden, sind Breitband zugeordnet.

Quelle: RTR-GmbH

Die Entwicklung der Verkehrswerte und der Anschlusszahlen der einzelnen Geschäftsbereiche ist in Tabelle 20 dargestellt.

**Tabelle 20: Gesamtentwicklung der Verkehrswerte und Anschlüsse bzw. Teilnehmer 2013 bis 2015**

	Einheit	2013 in Mio.	2014 in Mio.	2015 in Mio.	Änderung in % 2013-2014	Änderung in % 2014-2015
<b>Mobilfunk</b>	Gesprächsminuten	22.513,68	21.814,70	20.852,80	-3,1	-4,4
	Teilnehmer (Post- und Prepaid)*	13,27	12,95	13,47	-2,4	4,0
<b>Breitband</b>	Anschlüsse Festnetz	2,23	2,35	2,46	5,7	4,3
	Anschlüsse Mobilnetz	2,20	2,17	2,18	-1,3	0,4
	Up-/Downloadvolumen mobil** in Mio. GB	113,40	169,93	306,54	49,9	80,4
<b>Festnetz</b>	Gesprächsminuten***	3.835,67	3.515,35	3.142,41	-8,4	-10,6
	Anschlüsse	2,63	2,54	2,51	-3,4	-1,3
<b>Mietleitungen</b>	Anzahl 64-kbit/s- Äquivalente	6,69	7,44	17,90	11,2	140,7

\* Anzahl aktivierter Teilnehmernummern (SIM-Karten).

\*\* Mobiles Breitband inkl. Smartphone-Nutzung.

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

Anmerkung: Aufgrund von nachträglichen betreiberseitigen Korrekturen stimmen diese Werte nicht exakt mit den im Kommunikationsbericht 2014 angeführten Werten überein.

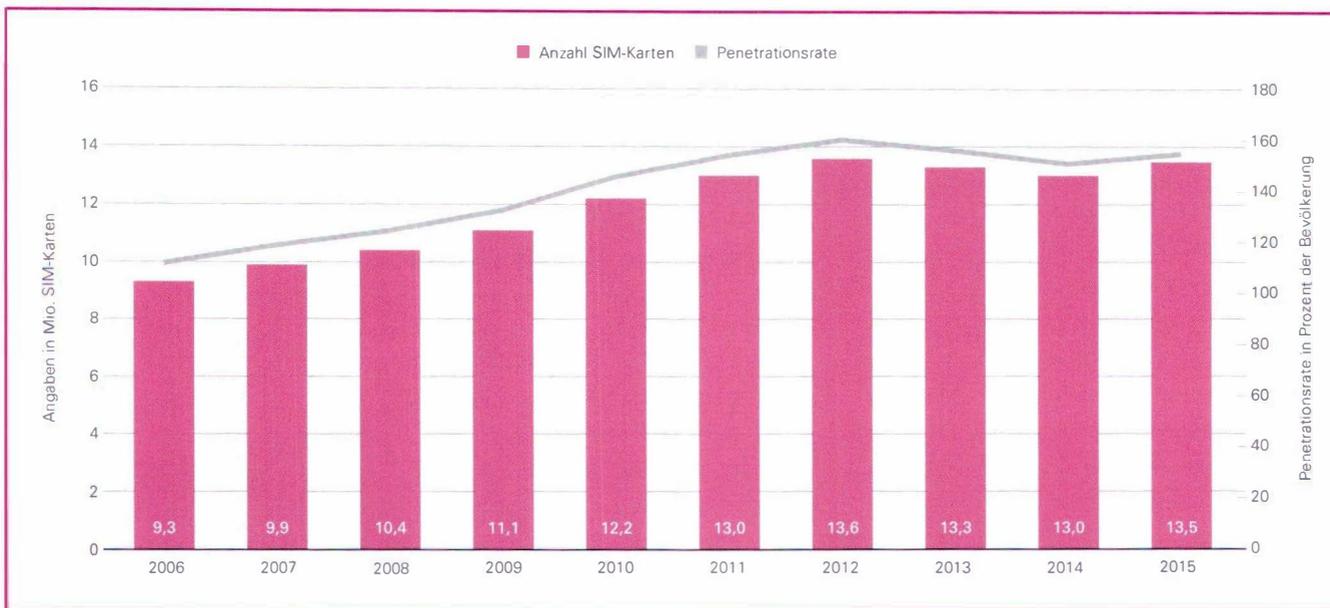
Quelle: RTR-GmbH

## 10.2.2 Mobilkommunikation

Die wesentlichen Trends betreffend Wettbewerb und Preise am Mobilfunkmarkt im Jahr 2015 sind im Kapitel 2 nachzulesen. Nachfolgend wird detaillierter auf die Entwicklung der Penetrationszahlen sowie die Nutzung von Minuten, SMS und mobilen Daten eingegangen.

Die Anzahl der aktivierten SIM-Karten sowie die Penetrationsrate sind in Abbildung 22 dargestellt. Die Penetrationsrate ist in den letzten Jahren relativ konstant geblieben und betrug Ende 2015 rund 155 %. Der Rückgang der SIM-Karten-Anzahl im Jahr 2013 und 2014 ist primär auf betreiberseitige Datenbereinigungen zurückzuführen. Im Verlauf der letzten zehn Jahre nahm die Penetrationsrate gemessen an der österreichischen Bevölkerung um rund 50 Prozentpunkte zu.

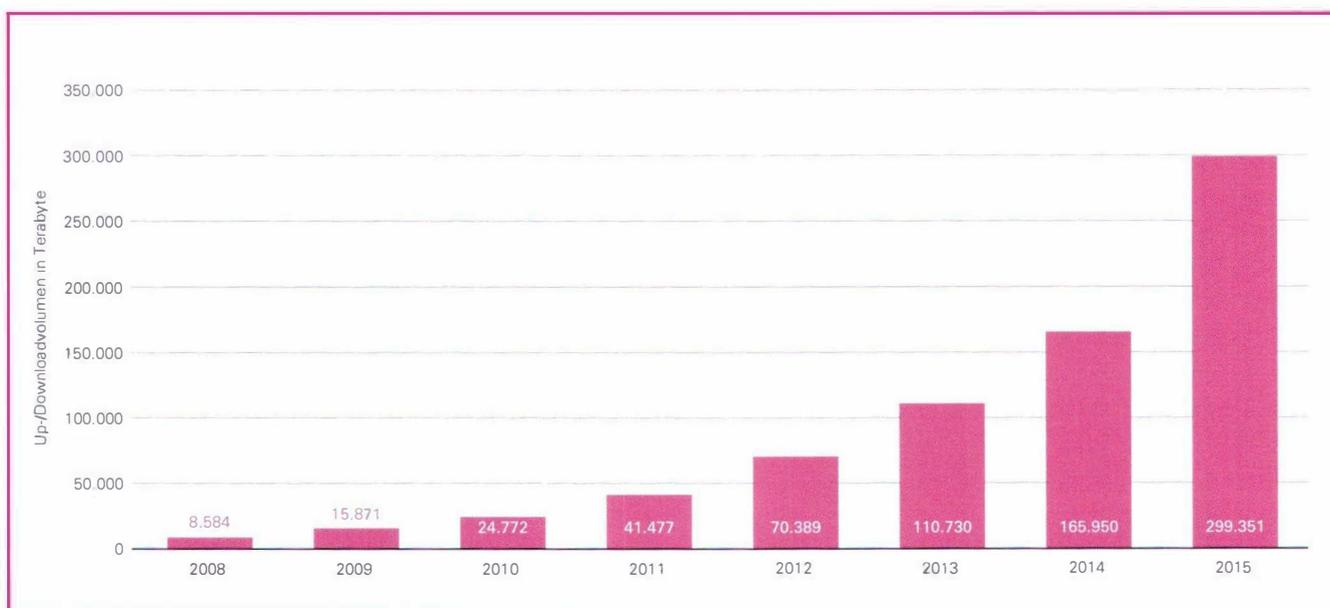
**Abbildung 22: Entwicklung der Anzahl der SIM-Karten 2006 bis 2015**



Quelle: RTR-GmbH

Beeindruckend ist das weiterhin rasante Wachstum an nachgefragtem Datenvolumen von Mobilfunkkundinnen und -kunden. Im Jahr 2008 betrug das Up-/Downloadvolumen 8.600 Terabyte, im Jahr 2015 wurden insgesamt rund 300.000 Terabyte genutzt – fast das 35-Fache des Datenvolumens von 2008. Die alltäglichen Nutzungsgewohnheiten der Kundinnen und Kunden haben sich durch das steigende Angebot an Diensten über die Jahre stark verändert. Den Großteil der Daten machen Streaming-Dienste wie TV, Video und Filme, die „on demand“ abgerufen werden, aus. Es ist zu erwarten, dass insbesondere durch LTE, den steigenden Videokonsum und das „Internet of Things“, die Vernetzung von Geräten im Internet, der Datenkonsum in Zukunft noch weiter wachsen wird.

**Abbildung 23: Entwicklung Datenvolumen am Mobilfunkendkundenmarkt 2008 bis 2015**



Quelle: RTR-GmbH

Bei Minuten und SMS setzt sich der rückläufige Trend der letzten Jahre weiter fort (siehe Abbildung 24). In Summe wurden im Jahr 2015 um ca. 800 Mio. SMS weniger verschickt und um ca. 1 Mrd. Minuten weniger telefoniert als im Jahr 2014. Seit dem Höchststand 2012 hat sich die SMS-Nutzung mehr als halbiert und die Minuten sind um ca. 10 % zurückgegangen. Dies ist vor allem auf die Verbreitung von mobilen Applikationen wie Instant-Messaging-Dienste (z.B. WhatsApp, iMessage etc.), soziale Netzwerke oder Voice-over-Internet-Dienste (z.B. Skype, FaceTime etc.) zurückzuführen.

**Abbildung 24: Entwicklung der Gesprächsminuten und SMS (technisch gemessen)\* am Mobilfunkendkundenmarkt 2006 bis 2015**



\* Technisch gemessen bezeichnet die von österreichischen Endkundinnen und Endkunden tatsächlich geführten Gesprächsminuten bzw. SMS. Dagegen ist die fakturierte Anzahl an Minuten/SMS die Anzahl, die der Endkundin bzw. dem Endkunden verrechnet wird.

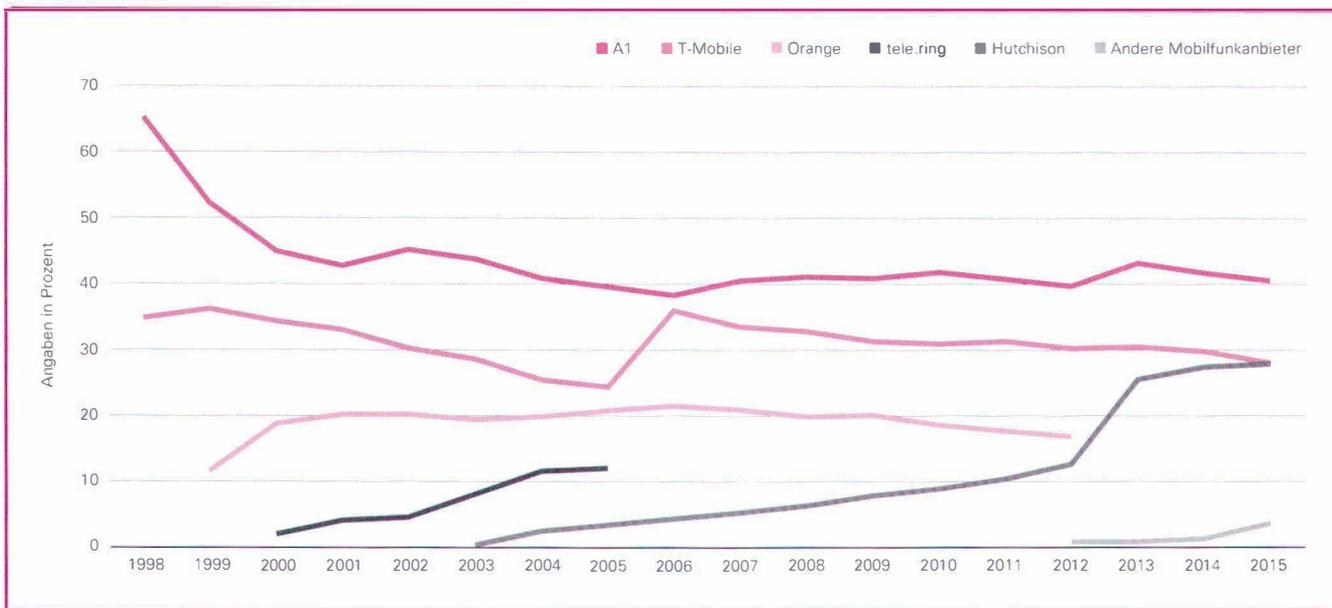
Quelle: RTR-GmbH

Abbildung 25 zeigt die Entwicklung der Marktanteile – gemessen an den Teilnehmern der Mobilfunknetzbetreiber. Eigentumsrechtlich verbundene Wiederverkäufer sind in den Angaben des Host-Netzbetreibers (jener Betreiber, von dem sie ihre Dienste beziehen) inkludiert.

A1 (inkl. aller Marken wie bob und yesss!) hält weiterhin den größten Marktanteil gemessen an den Teilnehmern und liegt seit 2004 unverändert bei rund 40 %. Hutchison ist durch die Orange-Übernahme sehr nahe an T-Mobile in Bezug auf Marktanteile herangerückt – Ende 2015 lag der Unterschied bei nur 0,1 Prozentpunkten, wobei T-Mobile mit 28,0 % vor Hutchison mit 27,9 % weiterhin der zweitgrößte Mobilfunkbetreiber in Österreich war.

Ein wesentlicher Sprung im Verlauf der Marktanteile 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 beinahe ident. Ende 2012 kam es erneut zu einer Marktkonsolidierung, die sich in der Grafik im Jahr 2013 widerspiegelt. Seit 2012 werden zudem die MVNOs und eigentumsrechtlich unabhängige Reseller separat ausgewiesen. Die Kategorie „Andere Mobilfunkanbieter“, worunter die neu in den Markt eingetretenen Anbieter wie zum Beispiel HoT, UPC, Lycamobile oder Spusu fallen, erreichte Ende 2015 bereits einen Marktanteil gemessen an den Teilnehmern von 3,6 %.

**Abbildung 25: Entwicklung der Mobilfunk-Marktanteile gemessen an Teilnehmern 1998 bis 2015**



Bis 2013 wird Orange inkl. yesss! dargestellt. Ab 2013 werden A1 inkl. yesss! und Hutchison inkl. Orange dargestellt. Die Kategorie „Andere Mobilfunkanbieter“ wird erstmals 2012 ausgewiesen.

Quelle: RTR-GmbH

### 10.2.3 Breitband

Breitbandinternetzugänge werden in Österreich hauptsächlich mittels DSL, Kabelbreitband und mobilem Breitband erbracht. In Tabelle 21 sind 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.

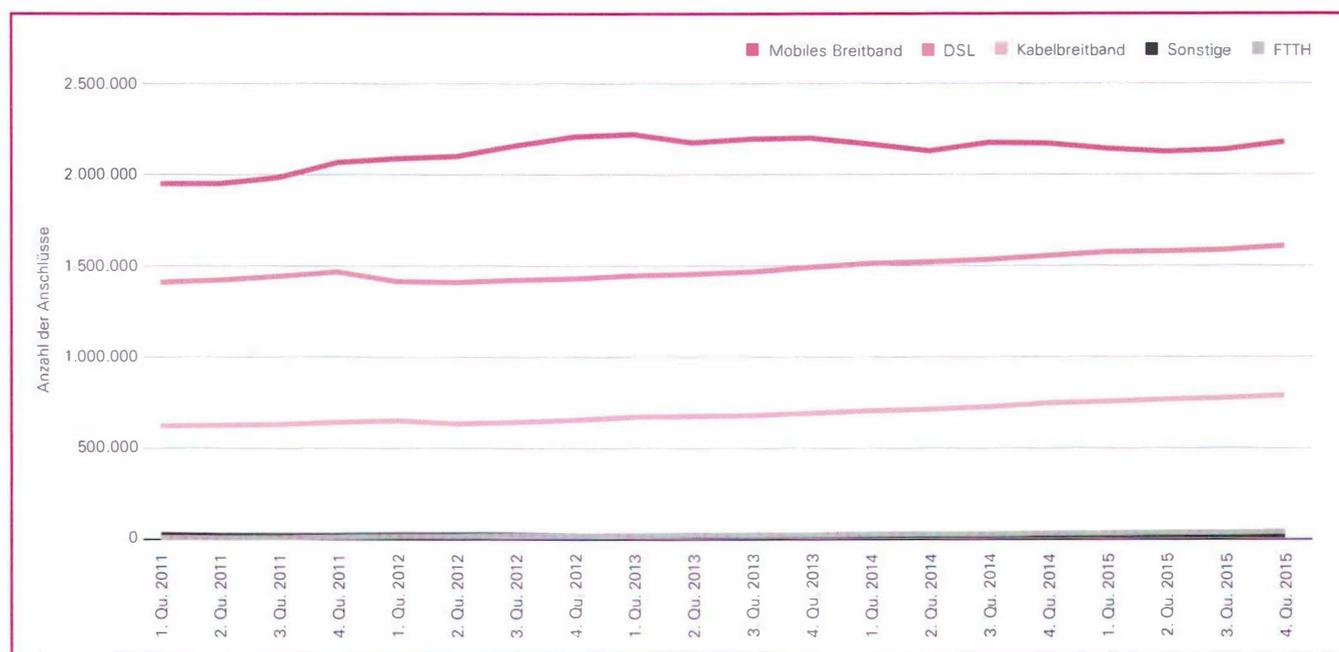
**Tabelle 21: Breitbandige Zugangstechnologien**

Zugangstechnologie	Größte Anbieter	Verfügbarkeit (in % der Bevölkerung)
<b>(x)DSL:</b> Übertragungstechnologie basierend auf Kupferdoppelader	A1 Tele2, UPC (Entbündelung)	> 99 % Entbündelung: ca. 65 %
<b>Kabelbreitband:</b> Übertragungstechnologie DOCSIS basierend auf Koaxialkabel	UPC, LIWEST, Salzburg AG, kabelplus	ca. 50 %
<b>Mobiles Breitband:</b> Übertragungstechnologie UMTS/HSPA/LTE in Mobilfunknetzen	A1 (inkl. bob und yesss!), T-Mobile (inkl. tele.ring), Hutchison („Drei“)	ca. 95 %
<b>FTTH (Fibre to the Home) / Glasfaser</b>	A1	< 5 % (Schätzung)

Quelle: RTR-GmbH

Ende 2015 wurden ca. 47 % aller Breitbandanschlüsse über mobiles Breitband realisiert, ca. 35 % über DSL und ca. 17 % über Kabelbreitband. Während Anschlüsse über DSL und Kabelbreitband in den letzten beiden Jahren kontinuierlich zunahmen, blieb die Anzahl mobiler Breitbandanschlüsse weitgehend stabil (siehe Abbildung 26). Dennoch ist das über mobile Netze übertragene Datenvolumen im letzten Jahr stark angestiegen (siehe Abschnitt 10.2.2 „Mobilkommunikation“).

**Abbildung 26: Entwicklung der Anzahl der Breitbandanschlüsse 2011 bis 2015**



**Mobiles Breitband:** Dedizierte mobile Breitbandanschlüsse, bei denen zumindest ein Datenvolumen von 250 MB im monatlichen Grundentgelt inkludiert ist oder über die – im Fall von Wertkarten – im entsprechenden Quartal zumindest ein Internetzugriff erfolgt ist.

**Anmerkung:** Aufgrund von nachträglichen betreiberseitigen Korrekturen stimmen diese Werte nicht exakt mit den im Kommunikationsbericht 2014 angeführten Werten überein.

Quelle: RTR-GmbH

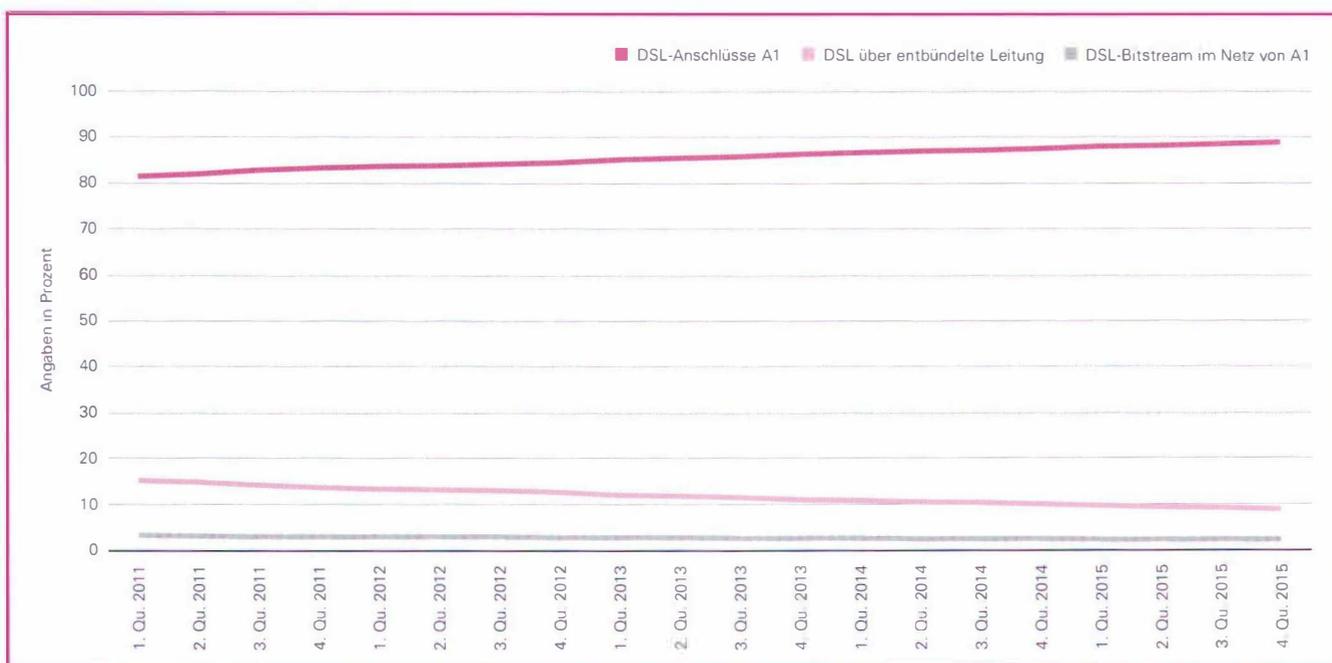
Auch im letzten Jahr wurde der Umbau der Zugangsnetze weiter fortgesetzt, um den Kundinnen und Kunden höhere Bandbreiten anbieten zu können. So schloss A1 weitere Kabelverzweiger mit Glasfaser an („Fibre to the Curb/Cabinet“ – FTTC) und baute punktuell auch Glasfaser bis zum Gebäude („Fibre to the Building“ – FTTB) oder direkt zur Endkundin bzw. zum Endkunden („Fibre to the Home“ – FTTH) aus. In einer zunehmenden Anzahl von Kabelverzweigern wurde dabei VDSL-Vectoring eingesetzt, eine Technologie, die die Störungen zwischen benachbarten Kupferleitungen („Nebensprechen“) kompensiert und so die erzielbare Bandbreite erhöht. Die Mobilfunkbetreiber setzten den LTE-Rollout weiter fort und können inzwischen den Großteil der Bevölkerung mit dieser Technologie versorgen.

Alternativen Betreibern, die über kein eigenes Zugangsnetz verfügen, stehen Vorleistungen zur Verfügung, die es ihnen erlauben, Breitbandinternetzugänge an Endkundinnen und Endkunden anzubieten. Regulierte Vorleistungen sind die Entbündelung von Kupferleitungen (Voll- und Teilentbündelung), die virtuelle Entbündelung (ein Ethernet-basierter Dienst, der wie die Vollentbündelung am Hauptverteiler übergeben wird) und Bitstreaming-(Bitstrom-)Dienste (die an zentralen Punkten in den Landeshauptstädten übergeben werden) im Netz von A1. In geringem Ausmaß werden (nicht regulierte) Vorleistungsprodukte auch von Kabelnetzbetreibern und Entbündlern angeboten. Schließlich gibt es auch (nicht regulierte)<sup>11</sup> Vorleistungen in Mobilfunknetzen, auf deren Basis alternative Betreiber als Wiederverkäufer oder virtuelle Betreiber (MVNOs) tätig werden können.

<sup>11</sup> Das Vorleistungsangebot von Hutchison („Drei“) ist allerdings eine Verpflichtung aus dem Fusionsverfahren Hutchison/Orange.

Abbildung 27 zeigt den Anteil der DSL-Breitbandanschlüsse auf Endkundenebene, die von A1 selbst bzw. von alternativen Betreibern über Entbündelung oder Bitstreaming realisiert sind. Der sinkende Trend bei Bitstream und Entbündelung setzte sich auch 2015 fort. Die virtuelle Entbündelung, die es alternativen Betreibern ermöglicht, höhere Bandbreiten anzubieten und die langfristig als Ersatz für die (physische) Entbündelung der Kupferleitung, über die nur geringere Bandbreiten erbracht werden können, gedacht ist, wird gegenwärtig von alternativen Betreibern noch kaum genutzt. Eine Neubewertung der entsprechenden Regulierung findet in dem im März 2015 eingeleiteten Verfahren M 1/15 der Telekom-Control-Kommission (TKK) statt. Ergebnisse sind im Laufe des Jahres 2016 zu erwarten.

**Abbildung 27: Entwicklung der Anteile der DSL-Anschlüsse über Bitstream und Entbündelung 2011 bis 2015**



Anmerkung: Aufgrund von nachträglichen betreiberseitigen Korrekturen stimmen diese Werte nicht exakt mit den im Kommunikationsbericht 2014 angeführten Werten überein.

Quelle: RTR-GmbH

#### 10.2.4 Festnetztelekommunikation

Im Festnetzbereich können verschiedene Geschäftsmodelle beobachtet werden, die sich nach Art und Umfang der genutzten Netzinfrastruktur unterscheiden. Als Incumbent verfügt A1 als einziges Unternehmen über eine flächendeckende Netzinfrastruktur, während alternative Teilnehmernetzbetreiber nur in eingeschränktem Rahmen auf eigene Infrastruktur zurückgreifen können. Verbindungsnetzbetreiber und Reseller erbringen primär Verbindungsleistungen auf Grundlage von Call-by-Call (CbC) und Carrier Preselection (CPS).

#### Endkundenmärkte

Die Entwicklungen der letzten Jahre auf den Festnetzendkundenmärkten haben sich 2015 fortgesetzt. Die Marktanteile von A1 stagnieren auf hohem Niveau und der Anteil von CbC und CPS am Gesamtmarkt ist weiterhin rückläufig. Die fünf größten Anbieter am Festnetzendkundenmarkt verbuchen insgesamt über 80 % der Gesprächsminuten (Tabelle 22).

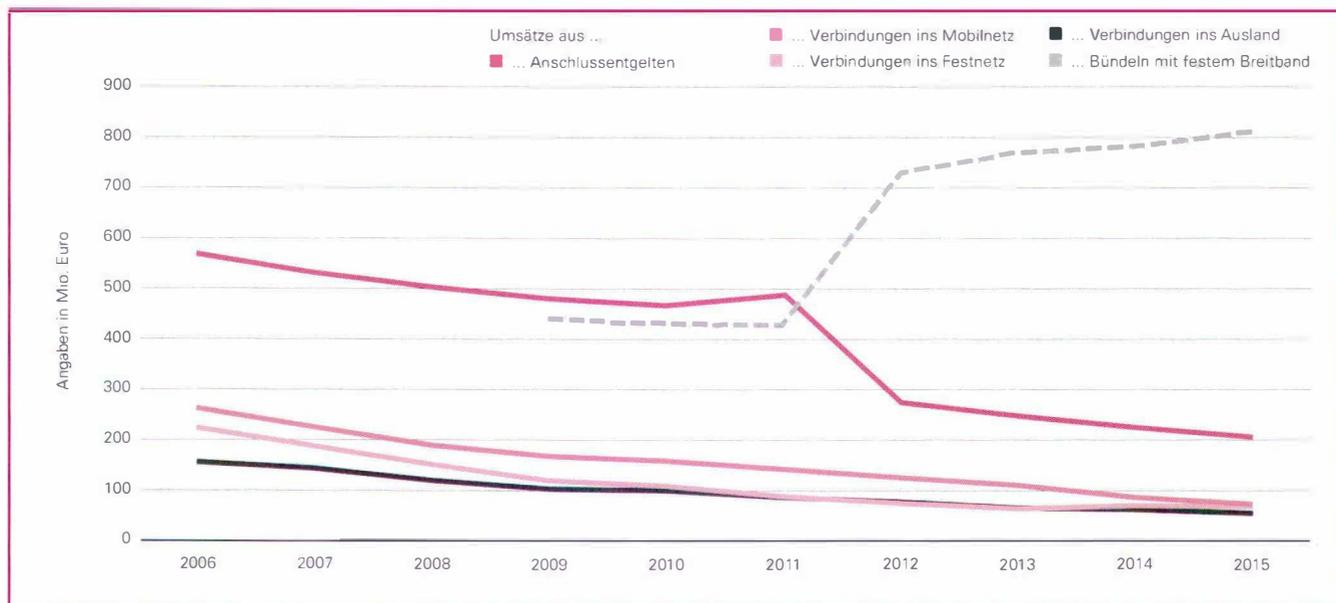
**Tabelle 22: Die größten Unternehmen am Festnetzendkundenmarkt 2015**

Unternehmen	Anteil an Gesprächsminuten
A1	> 50 %
Tele2	< 20 %
COLT	> 5 %
UPC	< 5 %
FINAREA	< 5 %

Quelle: RTR-GmbH

In Abbildung 28 wird die Umsatzentwicklung der vergangenen Jahre in den einzelnen Entgeltkategorien (Anschlussentgelte, Verbindungen ins Mobilnetz, ins Festnetz und ins Ausland) dargestellt. Die Trends der letzten Jahre setzen sich dabei auch 2015 fort. Davon ausgenommen sind die Umsätze bei Verbindungsleistungen ins Festnetz, welche im Jahr 2014 einen überraschenden Zuwachs von ca. 8 % erreichen konnten. Diese Steigerung war auf die mit 1. Mai 2014 erfolgte Anhebung der Festnetzgesprächstarife ins Festnetz für Privatkundinnen und -kunden von A1 zurückzuführen. Im Jahr 2015 kam es wieder zu einem leichten Rückgang dieser Umsätze (minus 1 %). Bei Entgelten für Verbindungen ins Mobilnetz und ins Ausland hat sich die seit mehreren Jahren andauernde sinkende Tendenz weiter fortgesetzt. Bei Verbindungsentgelten ins Ausland beträgt das Minus 13 % und bei Verbindungsentgelten aus Gesprächen ins Mobilnetz sind es 15 %.

Der Umsatz aus Anschlussentgelten ging 2015 abermals um 9 % zurück. Aufgrund der geänderten Datenabfrage im Rahmen der Kommunikations-Erhebungs-Verordnung (KEV), bei der alle Umsätze, die im Bündel mit Breitband erzielt werden, dem Breitbandbereich zugeordnet werden, sind die Umsätze im Jahr 2012 um 44 % eingebrochen. Die Breitbandendkundenumsätze sind im Gegenzug dazu gestiegen, da sie nun auch Bündelumsätze mit Festnetz (und anderen Diensten) beinhalten. In Abbildung 28 kann dieser Effekt anschaulich nachvollzogen werden.

**Abbildung 28: Entwicklung der Festnetzendkundenumsätze nach Geschäftsbereichen 2006 bis 2015**

Anmerkung: Aufgrund von nachträglichen betreiberseitigen Korrekturen stimmen diese Werte nicht exakt mit den im Kommunikationsbericht 2014 angeführten Werten überein.

Quelle: RTR-GmbH

## Vorleistungsmärkte

Um netzübergreifende Sprachtelefoniedienste im Festnetz erbringen zu können, sind bestimmte Vorleistungen notwendig, also Leistungen, die Telekommunikationsbetreiber anderen Telekommunikationsbetreibern zur Verfügung stellen. Dabei sind drei Arten von Vorleistungen von Bedeutung: Originierung, Terminierung und Transit.

Originierung bezeichnet die Übermittlung des Verkehrs vom Teilnehmer bis zu einer zusammenschaltungsfähigen Vermittlungsstelle. Originierung als (entgeltliche) Vorleistung wird einerseits von Verbindungsnetzbetreibern genutzt, die Vorleistungen von A1 beziehen, um ihren Kundinnen und Kunden Verbindungsleistungen anzubieten, andererseits von Diensteanbietern, um die Erreichbarkeit ihres Dienstes zu gewährleisten.

Terminierung bezeichnet die Zustellung von Verkehr von einer zusammenschaltungsfähigen Vermittlungsstelle bis zum Teilnehmer im eigenen Netz. 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 Teilnehmer-netzbetreiber verfügt auf seinem Terminierungsmarkt über eine marktbeherrschende Stellung und muss Terminierung zu regulierten Entgelten anbieten.

Als Transit wird der Transport des Verkehrs zwischen Netzen bezeichnet. Wenn Netze nicht (oder nicht überall) direkt zusammengeschaltet sind, können sie sich eines Transitnetzbetreibers bedienen, um eine „Any-to-any“-Erreichbarkeit sicherzustellen.

In Abbildung 29 ist die Entwicklung der Umsätze auf diesen Vorleistungsmärkten in den Jahren 2011 bis 2015 dargestellt. Die Umsätze aus Terminierung sind 2014 im Vergleich zu 2013 deutlich zurückgegangen, da mit 1. November 2013 die Festnetzterminierungsentgelte abgesenkt wurden.<sup>12</sup> Aufgrund der rückläufigen Minuten im Fest- und Mobilnetz kam es auch im Jahr 2015 zu rückläufigen Umsätzen.

**Abbildung 29: Entwicklung der Umsätze auf den Festnetzvorleistungsmärkten 2011 bis 2015**



Quelle: RTR-GmbH

<sup>12</sup> Siehe Entscheidung der TTK im Verfahren M 1.8/12 vom 30. September 2013, [www.rtr.at/de/tk/M\\_1\\_8\\_12](http://www.rtr.at/de/tk/M_1_8_12).

### 10.2.5 Mietleitungen und Ethernet-Dienste

Bei Mietleitungen handelt es sich um symmetrische bidirektionale Punkt-zu-Punkt-Verbindungen, über die Sprach- oder Datenverkehr übermittelt werden kann. Eine Mietleitung steht der Kundin bzw. dem Kunden exklusiv und durchgehend 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.

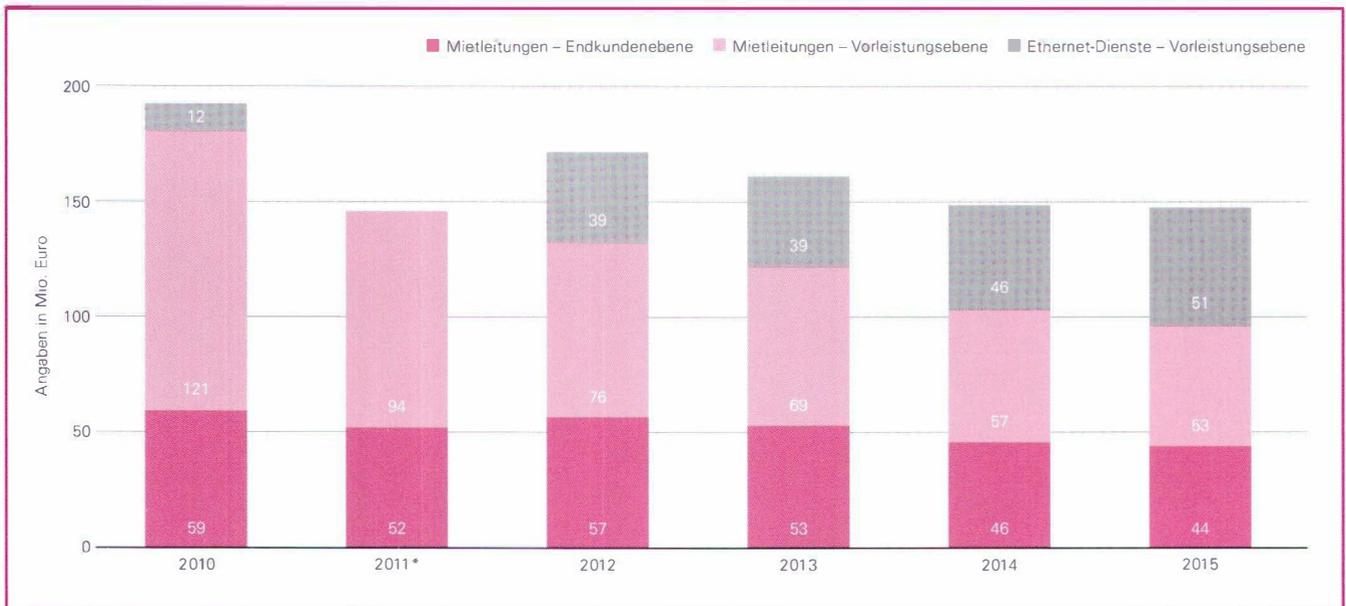
Klassische Mietleitungen mit traditionellen Schnittstellen sind mittlerweile ein Auslaufmodell, die Nachfrage von Telekommunikationsunternehmen (d.h. auf Vorleistungsebene) konzentriert sich zunehmend auf Ethernet-Dienste. Ethernet-Dienste können, wie Mietleitungen, zur Übertragung von z.B. Daten- und Sprachverkehr verwendet werden, sind aber in der Regel flexibler (mehr Bandbreitenabstufungen, Vermittlungsfunktion) und günstiger als Mietleitungen. Auf Vorleistungsebene setzt sich daher der Trend, Mietleitungen durch Ethernet-Dienste zu ersetzen, weiter fort. Neue Nachfrage betrifft mittlerweile zu fast 100 % Ethernet-Dienste. Telekommunikationsunternehmen verwenden Mietleitungen und Ethernet-Dienste zum Netzaufbau. So werden etwa mittels Mietleitungen und Ethernet-Diensten Mobilfunksendestationen oder entbündelte Hauptverteiler angebunden oder Geschäftskunden an das Netz herangeführt. Andere Unternehmen (Endkundenebene) setzen Mietleitungen und Ethernet-Dienste 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 Kundinnen und Kunden (also zum Aufbau des „Extranets“).

Auf Vorleistungsebene ist zwischen Trunk-Segmenten und terminierenden Segmenten zu unterscheiden. Bei Trunk-Segmenten handelt es sich um Mietleitungen bzw. Ethernet-Dienste, die nicht bis zum Netzabschlusspunkt der Nutzerin bzw. des Nutzers reichen und Übergabepunkte in jenen 28 österreichischen Städten verbinden, in denen A1 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.

Die größten Anbieter von Mietleitungen und Ethernet-Diensten waren Ende 2015 A1, Energie AG Oberösterreich Telekom, Tele2, Salzburg AG, T-Systems Austria, kabelplus und Wien Energie.

Abbildung 30 zeigt das Umsatzvolumen mit nationalen Mietleitungen und Ethernet-Diensten in den Jahren 2010 bis 2015 nach Bereichen. Nachdem die Gesamtumsätze mit Mietleitungen und Ethernet-Diensten in den letzten Jahren kontinuierlich zurückgingen, war im Jahr 2015 wieder eine stabile Entwicklung zu beobachten. Zu beobachten ist aber weiterhin eine verstärkte Substitution von Mietleitungen durch günstigere und im Einsatz flexiblere Ethernet-Dienste.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Die Kategorie „Mietleitungen“ enthält auch Mietleitungen mit Ethernet-Schnittstellen, die aus Sicht der Nachfrager und teilweise auch preislich eher Ethernet-Diensten entsprechen.

**Abbildung 30: Entwicklung der Umsätze Mietleitungen und Ethernet-Dienste 2010 bis 2015**

\* Umsätze von Ethernet-Diensten 2011 nicht verfügbar.

Anmerkung: Aufgrund von nachträglichen betreiberseitigen Korrekturen stimmen diese Werte nicht exakt mit den im Kommunikationsbericht 2014 angeführten Werten überein.

Quelle: RTR-GmbH



# 11 Die RTR-GmbH als Kompetenzzentrum

## 11.1 Fachbereich Medien

### 11.1.1 Studie zur „Qualität des tagesaktuellen Informationsangebots in den österreichischen Medien“

Mit dieser Studie unter der Leitung von Dr. Josef Seethaler, stellvertretender Direktor des Instituts für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung, wurde erstmals eine inhaltliche Analyse von Nachrichtenangeboten durchgeführt, bei der die Kriterien Transparenz, Vielfalt, Relevanz und Professionalität crossmedial und systematisch in den vier Medien-sektoren Tagespresse, Radio, Fernsehen und Online geprüft wurden.

Für die Studie wurden im Jahr 2014 an 24 zufällig ausgewählten Tagen die tagesaktuellen Nachrichtenangebote von insgesamt 36 Medien untersucht; darunter elf verschiedene Qualitäts- und Boulevardzeitungen von „Der Standard“ und „Die Presse“ über „Kleine Zeitung“ bis zu „Heute“. Zu den ausgewerteten elektronischen Medien zählten die nationalen Fernsehprogramme des ORF (ohne „ORF SPORT +“) sowie „ATV“, „PULS 4“ und „ServusTV“, die bundesweiten und vier regionale ORF-Radios, das bundesweite Privatrado „KRONEHIT“ und fünf weitere, regionale Privatradios sowie die Online-Anbieter orf.at, derstandard.at, krone.at, oe24.at und gmx.at.

Zum einen bestätigt die Studie nun wissenschaftlich fundiert gängige Annahmen und hebt z.B. „Die Presse“, „Der Standard“ oder die Informationsangebote des ORF hervor, wobei sich der ORF laut der Studie allerdings aufgrund seiner gesetzlichen Objektivitätspflicht in einem engen Korsett von Darstellungsformen befindet. Zum anderen widerspricht die Studie aber auch einigen Vorurteilen und bescheinigt Privatsendern ebenfalls ein hohes Qualitätsmaß in der Information, da sie oft durch Einordnung des Tagesgeschehens und damit durch Orientierungshilfe punktet.

Gerade unter den Aspekten Orientierung und Einordnung schneiden aber vor allem Online-Angebote zum Teil hervorragend ab, da sie Themen vielfach ausführlicher behandeln (können) als die „klassischen“ Medienangebote und zudem durch Querverweise zu anderen, themenbezogenen Online-Publikationen oft ein besonders vielfältiges Informationsangebot zusammentragen.

Die hauptsächlich von der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) und der Österreichischen Akademie der Wissenschaften (ÖAW) finanzierte Studie „Qualität des tagesaktuellen Informationsangebots in den österreichischen Medien“ wurde auch von der Erste Bank und der Stadt Wien unterstützt und ist als Schriftenreihe der RTR-GmbH erschienen. Sie ist online unter [www.rtr.at/de/inf/SchriftenreiheNr12015](http://www.rtr.at/de/inf/SchriftenreiheNr12015) abrufbar.

### 11.1.2 REM – Forschungsinstitut für das Recht der elektronischen Massenmedien

REM wurde im Jahr 2005 gegründet und ist als nicht gewinnorientierter Verein mit Sitz bei der RTR-GmbH eingerichtet. Auch im Jahr 2015 widmete sich REM der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Bereich des Rechts der elektronischen Massenmedien.

Der REM-Vorstand setzt sich derzeit aus Univ.-Prof. Dr. Michael Holoubek (Wirtschaftsuniversität Wien und VfGH, Obmann), Prof. Dr. Hans Peter Lehofer (VwGH), Univ.-Prof. Mag. Dr. Barbara Leitl-Staudinger (Universität Linz, VfGH), Dr. Alfred Grinschgl (RTR-GmbH), Univ.-Prof. Dr. Walter Berka (Universität Salzburg), Univ.-Prof. DDr. Christoph Grabenwarter (Wirtschaftsuniversität Wien, VfGH), Mag. Michael Ogris (KommAustria) und Dr. Michael Traimer (Bundeskanzleramt) zusammen.

Das REM veranstaltete am 23. April 2015 einen Workshop zum Thema „Werbebeschränkungen im Rundfunk in der Praxis“.

Das „Österreichische Rundfunkforum“ des REM, eine dem Gedankenaustausch zwischen Wissenschaftlerinnen bzw. Wissenschaftlern und Praktikerinnen bzw. Praktikern dienende Tagung zu rundfunkrechtlichen Fragestellungen, fand am 15. und 16. Oktober 2015 zum insgesamt elften Mal statt und widmete sich unter dem Titel „BürgerInnen im Web“ den Aktivitäten Privater im Internet unter verschiedenen Blickwinkeln. Die Referate beschäftigten sich mit so unterschiedlichen Themen wie Bürgerjournalismus, Datenschutz im Web, „Shitstorms“ oder den (straf- und zivilrechtlichen) Grenzen für Weblogs, User-Foren und sonstige Kommentare im Netz.

## **11.2 Fachbereich Telekommunikation und Post**

### **11.2.1 Kompetenzzentrum Internetgesellschaft: Koordinator für die Förderung von IKT**

Das im Jahr 2010 gegründete Kompetenzzentrum Internetgesellschaft (KIG), für das die RTR-GmbH als Geschäftsstelle fungiert, treibt gemeinsam mit der Internetoffensive Österreich (IOÖ) die Entwicklung Österreichs im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) voran. Derzeit befindet sich Österreich im internationalen Vergleich nur im Mittelfeld der Industriestaaten, was die Fortschrittlichkeit des IKT-Sektors betrifft.

Ein Aufgabenschwerpunkt im Berichtsjahr 2015 war die Vorbereitung des 3. Prioritätenkatalogs, der 21 größtenteils neue Projekte aus dem Bereich der IKT vorstellt.

Die 21 Projekte aus der öffentlichen Verwaltung, der Wirtschaft und der Wissenschaft wurden einerseits anhand ihrer Relevanz hinsichtlich der „Eckpunkte einer IKT-Strategie“ gewählt, die 2013 vom KIG veröffentlicht wurden und deren Weiterentwicklung im Regierungsprogramm verankert ist. Andererseits sollen die Projekte auch dazu beitragen, Österreichs Position im internationalen Vergleich, vor allem im Networked Readiness Index, einer Maßzahl für die Fortschrittlichkeit des IKT-Sektors eines Landes, zu verbessern. Der 3. Prioritätenkatalog wurde vom Ministerrat am 16. Februar 2016 zur Kenntnis genommen und am 18. Februar im Rahmen des IKT-Konvents, einer Veranstaltung der IOÖ, der breiten Öffentlichkeit vorgestellt.

### **11.2.2 Studie zum Nutzerverhalten bei Kommunikationsdiensten**

Telekommunikation ist sowohl für österreichische Haushalte als auch für Unternehmen ganz wesentlich und hat in den letzten Jahren insbesondere auch durch die Entwicklung datenbasierter Kommunikation zunehmend an Bedeutung gewonnen. Dies zeigen deutlich die Ergebnisse der Studie „Die österreichischen Telekommunikationsmärkte aus Sicht der Nachfrager im Jahr 2015“, die die RTR-GmbH im Rahmen des Marktanalyseprozesses im Jänner 2015 durchführte. Befragt wurden mehr als 2.000 österreichische Haushalte und mehr als 1.000 Unternehmen. Die Studie ist unter dem Link [www.rtr.at/de/inf/BerichtNASE2015](http://www.rtr.at/de/inf/BerichtNASE2015) abrufbar.

#### **Das Festnetztelefon wird zugunsten des Mobiltelefons aufgegeben**

Innerhalb von zehn Jahren hat sich der Anteil der Haushalte, die über keinen Festnetzanschluss verfügen, mehr als verdoppelt: 2015 waren das bereits knapp 60 % der österreichischen Haushalte. Ein mit 2,8 % äußerst geringer Anteil der österreichischen Haushalte hat nur einen Festnetzanschluss, aber keinen mobilen Anschluss.

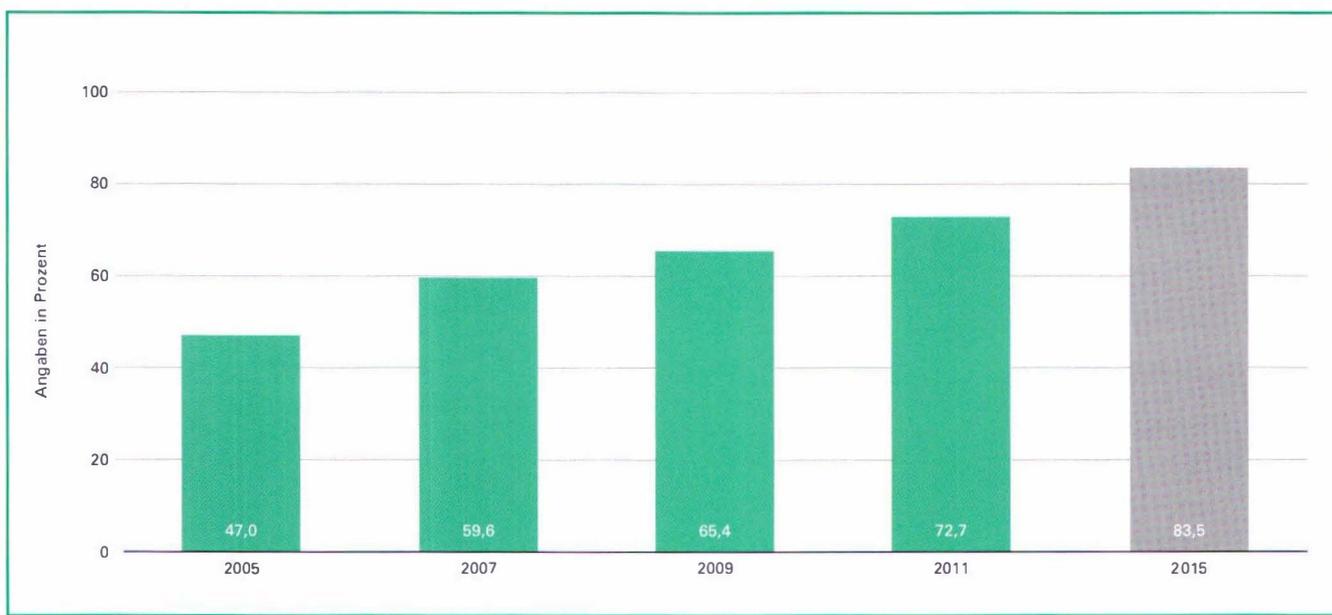
#### **Bei Mobiltelefonie geringe Wechselbereitschaft trotz Preiserhöhungen**

Eher verblüffend ist das Ergebnis zum Thema Wechselbereitschaft. Obwohl 40,3 % der befragten Handybesitzer in den letzten zwei Jahren von Preiserhöhungen betroffen waren, haben nur 6,7 % davon den Betreiber gewechselt. 56,2 % nannten als Grund, dass es keine günstigeren Alternativen gäbe, für 35,7 % waren die Preiserhöhungen nicht hoch genug, um den Betreiber zu wechseln.

### Internetausstattung österreichischer Haushalte seit 2005 deutlich gestiegen

Im Jahr 2015 verfügten bereits 83,5 % der österreichischen Haushalte über einen Internetanschluss. Seit der ersten im Jahr 2005 durchgeführten RTR-Erhebung hat dieser Anteil um 36,5 Prozentpunkte zugelegt.

**Abbildung 31: Haushalte mit Internetanschluss der Jahre 2005, 2007, 2009, 2011 und 2015**



Quelle: RTR-GmbH

Die Internetpenetration der Bevölkerung im Alter zwischen 16 und 49 Jahren ist mit rund 85 % am höchsten, bei der älteren Bevölkerung ab 70 Jahren liegt sie nur mehr bei rund 40 %.

Der Anteil der österreichischen Haushalte ohne Internetanschluss machte 2015 immerhin noch 16,5 % aus. Als Gründe wurden genannt, dass man das Internet nicht brauche, woanders als zu Hause nutze, keinen Computer habe oder sich nicht auskenne. Diese Ergebnisse zeigen, dass für eine möglichst vollständige Inklusion aller Bevölkerungsgruppen noch einiges an Aufklärungsarbeit und Hilfestellungen erforderlich ist.

#### 11.2.3 Der RTR-Netztest

Der RTR-Netztest wurde von der RTR-GmbH entwickelt und bietet Konsumentinnen und Konsumenten seit Anfang 2013 die Möglichkeit, die Geschwindigkeit und Qualität ihrer Internetverbindung kostenlos, betreiberunabhängig und zuverlässig zu überprüfen.

Gemessen werden verschiedene Parameter der Internetverbindung. Dazu zählen die Up- und Download-Geschwindigkeit, die Latenz (Ping) und die Signalstärke. Zusätzlich liefert der RTR-Netztest Ergebnisse zur Art des Zugangs (GPRS, EDGE, UMTS, HSPA, LTE, LAN oder WLAN), zum Standort einzelner Messungen sowie zum Betreiber des festen oder mobilen Internetzugangs. Er steht als mobile App für Android und iOS sowie als Browser-Test unter [www.netztest.at](http://www.netztest.at) zur Verfügung.

#### RTR-Netztest: vielseitig einsetzbar

Aber auch die RTR-GmbH selbst verwendet den RTR-Netztest, um ihren gesetzlichen Verpflichtungen aus dem Telekommunikationsgesetz nachzukommen. So wird der RTR-Netztest von der Schlichtungsstelle für Telekommunikation in relevanten Schlichtungsfällen eingesetzt. Weiters haben Festnetz- und Mobilfunkbetreiber sowie Dritte mit dem RTR-Netztest-Tool eine valide und zuverlässige Datengrundlage zur statistischen und wissenschaftlichen Auswertung und Analyse.

Im abgelaufenen Jahr wurden in Österreich rund 477.000 Messungen (mit einer Standortgenauigkeit von < 2 km) mit dem RTR-Netztest durchgeführt. Davon beliefen sich ca. 236.000 Tests auf Mobilfunkmessungen, wobei die Anzahl der 4G-Messungen rund 140.000 Messungen betrug.

### **11.3 Öffentlichkeitsarbeit: Information und Transparenz**

Um die behördliche Sacharbeit zu kommunizieren, setzen die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria), die Telekom-Control-Kommission (TKK), die Post-Control-Kommission (PCK) und die RTR-GmbH auf zahlreiche öffentlichkeitswirksame Maßnahmen.

So wurden im Berichtsjahr in Summe 54 Presseaussendungen veröffentlicht und vier Pressekonferenzen abgehalten, um zeitnah über Regulierungsentscheidungen sowie regulierungsnahe Themen zu informieren. Weiters wurden zahlreiche Presseanfragen beantwortet und Einzelinterviews mit Medienvertretern geführt.

#### **Neuer Webauftritt mit Fokus auf Verständlichkeit**

Der Webauftritt [www.rtr.at](http://www.rtr.at) ist das zentrale Kommunikationsmedium für die behördlichen Tätigkeiten sowie auch für die verschiedenen Fördermaßnahmen, um allumfassend zu informieren und Transparenz sicherzustellen. Weiters werden eine Reihe von E-Government- und Online-Services sowohl für Unternehmen als auch für Nutzerinnen und Nutzer angeboten. Um den in die Jahre gekommenen Webauftritt zeitgemäß zu gestalten und auch die Nutzung für mobile Endgeräte zu ermöglichen, wurde 2015 ein Relaunch durchgeführt. Ein weiteres Ziel der Überarbeitung des Webauftritts war, Inhalte für die jeweilige Zielgruppe gut auffindbar zu machen, die Verständlichkeit zu verbessern und die Vorgaben für Barrierefreiheit zu erfüllen.

Der neue Webauftritt ist seit Juli 2015 „on air“. Zu den bestbesuchten Seiten der RTR-Website zählen der RTR-Netztest ([www.netztest.at](http://www.netztest.at)), die Rufnummernsuche ([www.rtr.at/de/tk/Rufnummernsuche](http://www.rtr.at/de/tk/Rufnummernsuche)) sowie die Veröffentlichungen zum Medientransparenzgesetz ([www.rtr.at/de/m/veroeffentl\\_medkftg\\_datn](http://www.rtr.at/de/m/veroeffentl_medkftg_datn)).

#### **Publikationen: Vielfalt der Inhalte**

Das inhaltliche Spektrum der Publikationen, die jedes Jahr erscheinen, ist breit. 2015 wurden unter anderem der sämtliche gesetzliche Berichtspflichten umfassende Kommunikationsbericht, der Tätigkeitsbericht der Schlichtungsstelle zu Entwicklungen und Problemstellungen der Endkundenstreitschlichtung, der RTR Telekom Monitor sowie der RTR Post Monitor jeweils mit Marktdaten zu den entsprechenden Märkten sowie die RTR Newsletter „RTR AKTUELL“ veröffentlicht. Weiters wurden die Studien „Qualität des tagesaktuellen Informationsangebots in den österreichischen Medien“ und „Die österreichischen Telekommunikationsmärkte aus Sicht der Nachfrager im Jahr 2015“ publiziert.

#### **Anfragenmanagement: Komplexität der Anfragen steigt**

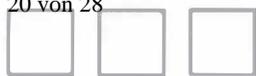
Die große Anzahl telefonischer und schriftlicher Anfragen, die das Team der RTR-GmbH jedes Jahr beantwortet, zeigt, dass die Regulierungsbehörde in der Öffentlichkeit als kompetente Anlaufstelle wahrgenommen wird. Die Anfragen sind zwar zahlenmäßig von 2014 auf 2015 zurückgegangen, die Komplexität der Fragestellungen hat aber in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Eine individuelle, ausführliche Beantwortung ist daher beim überwiegenden Teil der Anfragen erforderlich geworden. Die inhaltlichen Schwerpunkte umfassten im Berichtsjahr den gesamten Tätigkeitsbereich der Regulierungsbehörden, wobei Anfragen zu Endkundenangelegenheiten dominieren. Gerade im Bereich Endkundenangelegenheiten sind schriftliche und telefonische Anfragen ein wichtiger Indikator dafür, welche Problemstellungen sich in weiterer Folge in Schlichtungsverfahren niederschlagen könnten. Über die Jahre hinweg ist diesbezüglich zu beobachten, dass die quantitative Entwicklung bei den Anfragen im Gleichklang mit der Entwicklung der Schlichtungsverfahren erfolgt.

**Tabelle 23: Entwicklung des Anfragenvolumens 2011 bis 2015**

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Anzahl der Anfragen an rtr@rtr.at</b>	4.263	3.572	2.817	3.300	2.262
<b>Anzahl der telefonischen Anfragen</b>	6.578	4.909	3.497	4.034	2.640

Quelle: RTR-GmbH

Unter der Servicehotline 0810 511 811 steht werktags in der Zeit von 8.00 bis 17.00 Uhr ein Team für telefonische Beratungsgespräche zur Verfügung. Im Jahr 2015 wurden 2.640 telefonische Anfragen beantwortet. Wie bereits in den letzten Jahren kristallisierten sich als Schwerpunkte Contentdienste, Vertragsstreitigkeiten sowie die Verrechnung von Entgelten für mobile Datendienste heraus.



# 12 Anhang

## 12.1 Tabellen

Tabelle 1: Entwicklung des Personalstandes 2013 bis 2015	18
Tabelle 2: Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Jänner bis 31. Dezember 2015	22
Tabelle 3: Aufwand der RTR-GmbH nach Fachbereichen	23
Tabelle 4a: Bilanz zum 31. Dezember 2015 – Aktiva	24
Tabelle 4b: Bilanz zum 31. Dezember 2015 – Passiva	25
Tabelle 5: Anzahl der Frequenzkoordinierungsverfahren 2015	38
Tabelle 6: Anzahl der bewilligten DVB-T/T2-Sender per 31. Dezember 2015	40
Tabelle 7: Digitalisierungsfonds – Auszug Jahresabschluss 2015	54
Tabelle 8: FERNSEHFONDS AUSTRIA – Gender-Statistik der geförderten Projekte	56
Tabelle 9: FERNSEHFONDS AUSTRIA – Auszug Jahresabschluss 2015	57
Tabelle 10: Nichtkommerzieller Rundfunkfonds – Auszug Jahresabschluss 2015	59
Tabelle 11: Privatrundfunkfonds – Auszug Jahresabschluss 2015	60
Tabelle 12: Presseförderung – Entwicklung der Fördersummen, Ansuchen und Erfolgsquoten 2011 bis 2015	61
Tabelle 13: Presserat – Entwicklung der Fallzahlen und des Kostenzuschusses 2011 bis 2015	62
Tabelle 14: Publizistikförderung – Entwicklung der Fördersummen, Ansuchen und Erfolgsquoten 2011 bis 2015	63
Tabelle 15: Entwicklung der Mehrwertdienstbeschwerden 2011 bis 2015	76
Tabelle 16: Aufrechte Diensteanzeigen 2013 bis 2015	77
Tabelle 17: Anzahl der Rufnummernbescheide 2011 bis 2015	78
Tabelle 18: Anzahl eigen- und fremdbetriebener Post-Geschäftsstellen 2011 bis 2015	86
Tabelle 19: Entwicklung der Endkundenumsätze 2013 bis 2015	102
Tabelle 20: Gesamtentwicklung der Verkehrswerte und Anschlüsse bzw. Teilnehmer 2013 bis 2015	102
Tabelle 21: Breitbandige Zugangstechnologien	105
Tabelle 22: Die größten Unternehmen am Festnetzendkundenmarkt 2015	108
Tabelle 23: Entwicklung des Anfragenvolumens 2011 bis 2015	117

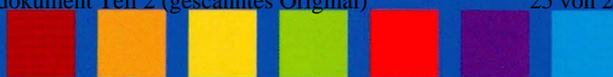
## 12.2 Abbildungen

Abbildung 1: Marktanteile der österreichischen Mobilfunkanbieter – Stand 4. Quartal 2015	13
Abbildung 2: Mobilfunkpreisindex der RTR-GmbH 2011 bis 2015	14
Abbildung 3: Servicebereiche, Fachbereich Medien und Fachbereich Telekommunikation und Post per 31. Dezember 2015	17
Abbildung 4: Beschäftigungsausmaß Teilzeitkräfte nach Geschlecht – Stand Mai 2015	19
Abbildung 5: Verteilung nach Geschlechtern und Hierarchieebenen – Stand Mai 2015	20
Abbildung 6: Empfangsebenenverteilung in österreichischen TV-Haushalten	45
Abbildung 7: FERNSEHFONDS AUSTRIA – Zugesagte Fördermittel 2015	55
Abbildung 8: FERNSEHFONDS AUSTRIA – Finanzierungsanteile der geförderten Fernsehprojekte 2015	56
Abbildung 9: Eingebraachte Schlichtungsfälle 2006 bis 2015 – Telekommunikation	74
Abbildung 10: Eingebraachte Schlichtungsfälle 2011 bis 2015 – Post	75
Abbildung 11: Eingebraachte Schlichtungsfälle 2006 bis 2015 – Medien	75
Abbildung 12: Entwicklung der Gesamtwerbeausgaben in Österreich 2006 bis 2015	89
Abbildung 13: Werbeausgaben in Österreich nach Gattungen 2014 vs. 2015	90
Abbildung 14: Anteile Bruttowerbeausgaben 2015, klassische Medien	91
Abbildung 15: Online-Werbeausgaben in Österreich ohne „Search“ 2006 bis 2015	92

Abbildung 16: Werbeausgaben in Deutschland nach Gattungen 2014 vs. 2015	93
Abbildung 17: Entwicklung Marktanteile TV-Ausland vs. TV-Inland 2011 bis 2015	95
Abbildung 18: Marktanteile österreichischer TV-Programme 2014 vs. 2015	96
Abbildung 19: Radio-Marktanteile 2015 national, Zielgruppe 14 bis 49 Jahre	98
Abbildung 20: Radio-Marktanteile 2015 in Wien, Zielgruppe 14 bis 49 Jahre	99
Abbildung 21: Privatrado-Marktanteile 2015 in Wien, Zielgruppe 14 bis 49 Jahre	100
Abbildung 22: Entwicklung der Anzahl der SIM-Karten 2006 bis 2015	103
Abbildung 23: Entwicklung Datenvolumen am Mobilfunkendkundenmarkt 2008 bis 2015	103
Abbildung 24: Entwicklung der Gesprächsminuten und SMS (technisch gemessen) am Mobilfunkendkundenmarkt 2006 bis 2015	104
Abbildung 25: Entwicklung der Mobilfunk-Marktanteile gemessen an Teilnehmern 1998 bis 2015	105
Abbildung 26: Entwicklung der Anzahl der Breitbandanschlüsse 2011 bis 2015	106
Abbildung 27: Entwicklung der Anteile der DSL-Anschlüsse über Bitstream und Entbündelung 2011 bis 2015	107
Abbildung 28: Entwicklung der Festnetzendkunderumsätze nach Geschäftsbereichen 2006 bis 2015	108
Abbildung 29: Entwicklung der Umsätze auf den Festnetzvorleistungsmärkten 2011 bis 2015	109
Abbildung 30: Entwicklung der Umsätze Mietleitungen und Ethernet-Dienste 2010 bis 2015	111
Abbildung 31: Haushalte mit Internetanschluss der Jahre 2005, 2007, 2009, 2011 und 2015	115







## Impressum

**Eigentümerin, Herausgeberin und Verlegerin:** Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Mariahilfer Straße 77–79, A-1060 Wien, Tel.: +43 1 58058-0, Fax: +43 1 58058-9191, E-Mail: rtr@rtr.at, Internet: www.rtr.at

**Für den Inhalt verantwortlich:** Dr. Alfred Grinschgl (Geschäftsführer Medien) und Mag. Johannes Gungl (Geschäftsführer Telekommunikation und Post), Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

**Konzept und Text:** Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

**Grafik und Layout:** Mag. Johannes Bulgarini Verlag und Werbeagentur, Gföhl 8, A-3053 Laaben, E-Mail: office@bulgarini.at

Dieses Werk ist in allen seinen Teilen urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere die Rechte der Verbreitung, des Nachdrucks, der Übersetzung, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder Vervielfältigung durch Fotokopie oder auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, der Herausgeberin vorbehalten.

Trotz sorgfältiger Prüfung sämtlicher Beiträge im „Kommunikationsbericht 2015“ sind Fehler nicht auszuschließen. Die Richtigkeit des Inhalts ist daher ohne Gewähr.

Copyright Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH 2016







**RUNDFUNK & TELEKOM  
REGULIERUNGS-GMBH**

A-1060 Wien, Mariahilfer Str. 77-79  
Tel.: +43 1 58058-0  
Fax: +43 1 58058-9191  
www.rtr.at E-Mail: rtr@rtr.at  
FN: 208312t HG Wien  
DVR-Nr.: 0956732 Austria