

Haucap | Heimeshoff | Gösser

# Preis-Kosten-Scheren im Telekommunikationssektor



**Nomos**

Die Reihe „Wettbewerb und Regulierung von Märkten und Unternehmen“ wird herausgegeben von

Prof. Dr. Justus Haucap,  
Heinrich-Heine-Universität, Düsseldorf

Prof. Dr. Gregor Krämer,  
Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft, Alfter

Prof. Dr. Jürgen Kühling,  
Universität Regensburg

Prof. Dr. Gerd Waschbusch,  
Universität des Saarlandes, Saarbrücken

Band 45

Justus Haucap | Ulrich Heimeshoff | Niklas Gösser

# Preis-Kosten-Scheren im Telekommunikationssektor



**Nomos**



Onlineversion  
Nomos eLibrary

**Die Deutsche Nationalbibliothek** verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-7046-5 (Print)

ISBN 978-3-7489-1093-0 (ePDF)

1. Auflage 2021

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2021. Gesamtverantwortung für Druck und Herstellung bei der Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

## Vorwort

Die Liberalisierung der Telekommunikationsbranche kann wohl als eines der erfolgreichsten mikroökonomischen Reformprojekte der letzten Jahrzehnte betrachtet werden. Grund für den Erfolg war nicht nur die konsequente Liberalisierung der Märkte, also die Öffnung der Märkte für neue Wettbewerber, sondern auch eine konsequente Regulierung mit dem Ziel, Wettbewerb zu ermöglichen und zu schützen (vgl. Dewenter und Haucap, 2004; Haucap und Coenen, 2011; Heimeshoff, 2020). Besonderes Augenmerk galt dabei zum einen der Regulierung wesentlicher Vorleistungen und der Entgelte für Terminierungsleistungen (vgl. Haucap und Heimeshoff, 2005; Dewenter und Haucap, 2007). Zum anderen war ein Ziel der Regulierung auch stets zu verhindern, dass durch Verdrängungspreise oder Preis-Kosten-Scheren der Wettbewerb um Endkunden erheblich behindert wird (vgl. Haucap und Kruse, 2004; Haucap und Heimeshoff, 2009).

Im Laufe des Liberalisierungsprozesses hat der infrastrukturbasierte Wettbewerb in den vergangenen 20 Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen, sodass die Regulierung von Vorleistungsentgelten sukzessive immer weiter zurückgefahren werden konnte. Zur Sicherung des Wettbewerbs auf Endkundenmärkten kommt der richtigen Ausgestaltung von Tests zur Feststellung von Preis-Kosten-Scheren in diesem Kontext eine gestiegene und weiter wachsende Bedeutung zu, vor allem weil sowohl Preisdifferenzierung auf Endkundenmärkten als auch Produktbündelungen zunehmen, welche auf regulierten und unregulierten Vorleistungen beruhen.

Vor diesem Hintergrund hat die Telefónica Germany GmbH & Co. OHG uns beauftragt zu analysieren, welche Anpassungen von Preis-Kosten-Scheren-Tests im deutschen Telekommunikationsmarkt sinnvoll und notwendig erscheinen, um den Wettbewerb weiterhin zu sichern. Das vorliegende Gutachten ist das Ergebnis dieses Auftrags. Für hilfreiche Anmerkungen und Kommentare sowie Diskussionen möchten wir uns an dieser Stelle insbesondere bei Dirk Grewe, Broder Kleinschmidt, Sandra Mische, Peter Oefinger und Malte Pickarowitz bedanken.

Düsseldorf, November 2020

Justus Haucap

Ulrich Heimeshoff

Niklas Gösser



# Inhaltsverzeichnis

1. Executive Summary	11
2. Einleitung	15
2.1 Hintergrund der Studie	16
2.2 Zielsetzung des TKG	20
2.3 Weiterer Gang der Untersuchung	21
3. Ökonomische Theorie	23
3.1 Definition und Theorie von PKS	23
3.2 PKS und Bündelangebote	26
3.3 Fazit	30
4. Umsetzung der Theorie auf Telekommunikationsmärkten	32
4.1 Europäische Fallpraxis	32
4.1.1 Leitlinien und Studien	33
4.1.2 PKS-Fälle in Europa	35
4.2 Die relevante Produktebene bei Produktbündeln	37
4.3 Vorgehen in Bezug auf PKS-Tests der BNetzA gemäß TKG	40
5. Ökonomische Bewertung der Regulierungspraxis	44
6. Mögliche Umsetzung in der Praxis	63
6.1 Entwicklung eines Prüfschemas	63
6.2 Anwendung des Prüfschemas	68
6.2.1 PKS-Test für MagentaZuhause M	68
6.2.2 PKS-Test für MagentaZuhause M Young	74
6.2.3 PKS-Test für MagentaEins M	78
6.2.4 Sensitivitätsprüfung: PKS-Test für Layer-2	83
6.3 Entwicklung eines Fragebogens zur Marktbefragung	84

*Inhaltsverzeichnis*

7. Fazit	87
Literaturverzeichnis	91



## Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1:	Schema PKS	25
Abbildung 2:	Schema PKS und Bündelung	29
Abbildung 3:	Schema PKS und Bündelung II	30
Tabelle 1:	Auswahl von PKS-Fällen im Telekommunikationssektor in Europa	36
Tabelle 2:	Schema Kostenrechnung eines effizienten Unternehmens	41
Tabelle 3:	Schema Erlösrechnung	41
Tabelle 4:	Notwendige Aspekte einer adäquaten PKS-Test- Ausgestaltung	44
Abbildung 4:	Rabatte der DTAG in Abhängigkeit des Vertriebskanals	49
Abbildung 5:	Rabatte der DTAG in Abhängigkeit des Vertriebskanals	50
Abbildung 6:	Nicht monetäre Zugaben der DTAG zum Breitbandbündel MagentaZuhause M	52
Tabelle 6:	Ersparnis im Young Tarif über Telekom Homepage – 24 Monate Kundenverweildauer	56
Tabelle 7:	Ersparnis im Young Tarif über Check24 – 63 Monate Kundenverweildauer	57
Tabelle 8:	Ersparnis im Young Tarif über Check24 – 24 Monate Kundenverweildauer	57
Tabelle 9:	Stellschraube Konvergenz	61