

Guido Honegger

# Voice over IP: Revolution, Evolution oder bleibt alles beim Alten?

Voice over IP gibt neuen Anbietern eine Chance, sich bedeutende Stücke vom Telefonie-Kuchen abzuschneiden und setzt gleichzeitig die Grossen der Branche unter Druck. Steht der Schweizer Telekommunikationsmarkt vor einer Restrukturierung oder gelingt es den etablierten Anbietern, die Technik zum eigenen Vorteil einzusetzen? *Alexander Müller*

Voice over IP (VoIP) wird den Telekommunikationsmarkt in den nächsten Jahren stark beeinflussen. Ebenfalls relativ einig sind sich die Experten darüber, dass sich die IP-Telefonie im Unternehmensbereich weitgehend durchsetzen wird. Der Unternehmensberater Deloitte rechnet beispielsweise damit, dass bis ins Jahr 2006 rund zwei Drittel der 2000 grössten internationalen Unternehmen VoIP implementiert haben werden.

Im Unternehmensbereich steht nicht mehr das Preisargument im Vordergrund. Natürlich sind nicht zu unterschätzende Kosteneinsparungen möglich, gerade auch für Unternehmen mit verschiedenen Standorten. Mit VoIP resultiert für die Unternehmen aber vor allem ein Mehrwert aus den verschiedenen Zusatzfunktionen wie Videokonferenzen, Instant Messaging, Audiokonferenzen, Collaboration-Tools wie Dokumentenaustausch sowie der Integration von Telefon- und PC-Anwendungen.

## VoIP ist den Telefonkunden noch kein Begriff

Weniger eindeutig sind die Einschätzungen bezüglich VoIP für den Con-

sumer-Bereich. So erwartet eco, der Verband der deutschen Internetwirtschaft, eine weitgehende Verdrängung der herkömmlichen Festnetz-Telefonie durch VoIP-Dienste im Laufe der nächsten zehn Jahre. Ebenfalls mit einer deutlichen Zunahme rechnet Point Topic, ein Marktforschungsinstitut aus Grossbritannien. Bereits heute würden weltweit rund 11 Millionen Menschen ab und zu per Internet telefonieren. Damit habe sich die Zahl innerhalb von neun Monaten mehr als verdoppelt, setzt Point Topic die Angaben in Relationen.

Allerdings sind nicht alle Marktbeobachter optimistisch. Die Marktforscher von Forrester konstatieren, dass rund 70 Prozent der europäischen Konsumenten noch nie etwas von VoIP gehört haben. Ausserdem ist Forrester deutlich vorsichtiger mit den Prognosen für die Zukunft: Man rechnet beim US-Marktforschungsinstitut damit, dass bis ins Jahr 2020 nur 30 Prozent der Konsumenten übers Internet telefonieren. Das klingt nicht nach einer Revolution. Forrester ist zudem überzeugt, dass es den kleinen VoIP-Anbietern nicht gelingen wird, sich durchzu-

setzen. Die grossen Telekommunikationsunternehmen werden ihre Position durch proaktives Verhalten behaupten können.

Die deutsche Stiftung Warentest - ebenso auch Comparis in der Schweiz - ist der Meinung, dass die Technik derzeit noch nicht massenmarktauglich ist. Mercer Management Consulting kommt zum Schluss, dass beim heutigen Qualitätsniveau der Technik nur zwei Prozent der Konsumenten von VoIP-Angeboten Gebrauch machen werden.

**Säbelrasseln bei den Kleinen**  
 Marktforscher hin oder her: Im Markt selbst herrscht eine regelrechte Goldgräberstimmung. Es stehen bereits über 30 Anbieter am Start, die sich anschicken, den grossen Telekommunikationsunternehmen das Wasser ab-



Lieferschein Nr.: 2762286 Medien Nr.: 6511 Medienausgabe Nr.: 254401 Objekt Nr.: 13551126 Subjekt Nr.: 1 Ikkoten Nr.: 7 Abo Nr.: 1051017 Teiler Nr.: 21045924

## Guido Honegger

zugraben. Die Kundenzahlen bewegen sich bisher aber noch auf tiefem Niveau. Beim Zürcher ISP green.ch zählt man beispielsweise etwas mehr als 1000 Kunden. Guido Honegger, Managing Director von green.ch, relativiert jedoch: «VoIP ist noch kein Hype, aber das Geschäft mit der IP-Telefonie zieht langsam an.» Ähnliche Zahlen erhält man auch von anderen VoIP-Anbietern: Bei Phonetophones gibt man an, in den letzten vier Monaten rund 800 Kunden für das eigene Angebot gewonnen zu haben. Aber von einem Geschäft will man beim Wiler VoIP-Anbieter noch nicht reden. Auf einen etwas grösseren Kundenstamm kann sipcall.ch zählen: Derzeit nutzen rund 7000 Kunden das Angebot. sipcall.ch ist ein Produkt des ISPs Backbone Solutions mit Sitz in Schindellegi (SZ). Mediensprecher Marcel Gmür geht davon aus, dass die Kundenzahlen in der nächsten Zeit rasant steigen werden.

Rund 5300 Kunden zählt man beim Dübendorfer ISP Netstream, der seit Juni 2005 auch VoIP anbietet. Noch später gestartet, am 22. August dieses Jahres, ist der Zürcher VoIP-Start-up peoplefone. Dort vermeldet man 2000 zahlende Kunden. Für peoplefone-CEO Christophe Beaud ist das erst der Anfang: «Bis Ende 2006 werden wir 20 000 Kunden haben. Dank unserer Kooperation mit Mediamarkt werden wir im nächsten Jahr auch in Deutschland und Österreich ein Angebot lancieren. Vorsichtig geschätzt, erwarte ich 50 000 Kunden bis Ende 2007.»

Mit Abstand grösster kommerzieller Anbieter von IP-Telefonie dürfte der Kabelnetzbetreiber cablecom sein. Nach eigenen Angaben nutzen derzeit über 100 000 Kunden das digitale Telefon des Konzerns. In Relation zu den von Marktkennern geschätzten 150 000 bis 200 000 zahlenden VoIP-Kunden in der Schweiz

ist das ein beträchtlicher Marktanteil. Im Vergleich zu den über 4 Millionen Festnetzanschlüssen in Schweizer Haushalten ist es jedoch wenig.

### Branchenleader schweigen

Verschlossener geben sich andere Vertreter der etablierten Telekom-Unternehmen. Bei Tele2 scheint man etwas nervös zu sein, Zahlen will man nicht bekannt geben. Tele2-Chef Roman Schwarz verrät jedoch: «VoIP ist noch immer ein Nischengeschäft, doch es findet aktuell eine Umlagerung statt: Die überwiegende Mehrheit unserer VoIP-Kunden hat bisher über das Tele2-Festnetz telefoniert». Auch bei sunrise und Swisscom sind keine Zahlen zu erfahren. Morten Brögger, COO von sunrise, verweist darauf, dass deren eigenes VoIP-Angebot erst vor kurzem lanciert wurde. Und Swisscom-Mediensprecher Josef Huber ergänzt, dass «die Umsätze in der traditionellen Telefonie seit längerer Zeit rückläufig sind und VoIP bisher nicht ins Gewicht fällt.»

### Kunden sind nicht preissensitiv

Ein Hindernis in der grossflächigen Einführung von Sprachtelefonie übers Internet ist in der Marktstruktur an sich zu suchen: «Ein im internationalen Vergleich sehr hoher Anteil von Telefonkunden ist über Preselection-Verträge langfristig an den bestehenden Operator gebunden», erklärt Ralf Beyeler, Bereichsleiter Telekom beim Online-Vergleichsdienst Comparis. In Deutschland gäbe es dagegen kaum Preselection, dort würde beinahe ausnahmslos mit call-by-call-Lösungen operiert. Damit könne der Konsument viel schneller auf Preisänderungen reagieren, führt Beyeler aus und ergänzt: «Der Schweizer Konsument ist zuwenig preissensitiv. Aus-

serdem sind die Ausgaben und damit die möglichen Einsparungen für den durchschnittlichen Telefonkunden zu gering, um den Aufwand eines Anbieter- und Technikwechsels auf sich zu nehmen.»

Zudem haben die meisten Anbieter wenig Interesse, mit allzu aggressiven Preisen in den Markt zu gelangen: Ein Grossteil der VoIP-Anbieter würde sonst die eigenen Festnetz-Tarife zu stark unterbieten.

Das gilt vor allem für die grossen Telekommunikationsunternehmen, die ihre Pfründe schwinden sehen. **Vorsichtiger Optimismus bei den Herausforderern**

Die Herausforderer geben sich mehrheitlich optimistisch, was die zukünftige Marktpenetration betrifft. Bei Backbone Solutions ist man sich sicher, dass kleine Anbieter ihre Chancen haben, im Markt zu bestehen. «Innovative Unternehmen, die von Beginn weg dabei sind und ein Produkt anbieten, das ihren Kunden einen Mehrwert bringt, werden im Wettbewerb bestehen», führt Marcel Gmür aus. Auch bei Netstream ist man der Ansicht, dass die VoIP-Zusatzdienste eine Chance für die Kleinen sind.

Auch peoplefone-Chef Beaud ist überzeugt, dass die kleinen Anbieter mit Innovation den Grossen immer einen Schritt voraus sind. Aber er ist sich auch bewusst, dass die grossen Telekom-Unternehmen einen langen Atem haben: «Sie werden sofort die Preise senken, sobald sie Marktanteile zu verlieren beginnen. Dann wird es für die kleinen Anbieter schwieriger.» Hier sind die bestehenden Telekommunikationsunternehmen mit ihren etablierten Kundenbeziehungen im Vorteil. Um am Schluss vorne zu liegen, werden diese aber einige Unannehmlichkeiten in Kauf nehmen müssen. So dürften die Preise fallen und damit auch die Umsätze möglicherweise sinken.

**Guido Honegger**

**Drohender Markteintritt der Internet-Giganten**

Eine andere Gefahr droht den Branchenleadern in der Schweiz aus Übersee. In den letzten Wochen und Monaten haben sich die amerikanischen Internetgiganten Google, Yahoo und AOL sowie der Software-Riese Microsoft mit Übernahmen und Ankündigungen eigener VoIP-Angebote in Stellung gebracht. Am meisten Aufsehen erregt, hat dabei der Verkauf von Skype: Für rund 2,6 Milliarden Dollar wurde der VoIP-Anbieter vom Internet-Auktionshaus eBay übernommen.

Beyeler sieht Skype jedoch nicht als Gefahr für hiesige Wettbewerber: «Skype ist ein Megaflop, da der Anteil der zahlenden Skype-Nutzer verschwindend klein ist.» Auch Microsoft, Google und Yahoo schätzt er nicht als reelle Bedrohung für die Schweizer Marktteilnehmer ein. Er vermutet vielmehr, dass diese den organisatorischen und finanziellen Aufwand, ein umfassendes Angebot auf die Beine zu stellen, massiv unterschätzen: «In jedem einzelnen Land müssen sich diese Anbieter mit den spezifischen rechtlichen Bedingungen und technischen Begebenheiten auseinandersetzen.»

**Auch Mobilfunknetze sind nicht vor VoIP sicher**

Während VoIP vorerst allenfalls im Festnetzbereich die Minutenpreise drückt, erscheint bereits die nächste Gefahr am Horizont. Demnächst gelangen die ersten Geräte auf den Markt, die mobiles VoIP ermögli-

chen. Haben die bisherigen Angebote zu leichten Turbulenzen im Telefonmarkt geführt, könnten die VoIP-Angebote im Mobile-Bereich zu einem wahren Erdbeben führen. Die Bedrohungen für die konzessionierten Anbieter sind vielfältig. Die Geräte der nächsten Generation werden verschiedenste Netze zusammenbringen. Denkbar sind Handys, die zu Hause als IP-Telefone, beispielsweise über Bluetooth funktionieren, aber sobald man aus dem Haus geht auf WLAN, WIMAX, UMTS oder GSM umschalten, je nachdem was gerade verfügbar ist.

Die konzessionierten Mobilfunkbetreiber haben sich bereits einmal mit UMTS die Finger verbrannt. Wenn nun VoIP-Datenpakete von Drittanbietern über UMTS-Verbindungen der Mobilfunkbetreiber gesendet werden, kann die drahtlose Breitbandtechnologie ein zweites Mal schmerzhaft werden. Ein Rückgang der Gesprächsminuten dürfte aber teilweise über den Verkauf von Daten-Flatrates kompensiert werden. Huber meint dazu: «Sehr langfristig werden Minutenpreise der Vergangenheit angehören. Wir werden in Zukunft noch vermehrt Daten- und Sprachpakete anbieten.» Eine denkbare Alternative ist aber in Zukunft auch, dass Drittanbieter - zumindest lokal - eigene WLAN- oder WIMAX-Netzwerke aufbauen. Huber macht sich hierzu noch wenig Gedanken und verspricht, «dass die Swisscom als proaktiver Anbieter auch in Zukunft dem Markt einen Schritt voraus sein wird».

Lieferschein Nr.: 2762286 Medien Nr.: 6511 Medienausgabe Nr.: 254401 Objekt Nr.: 13551126 Subobjekt Nr.: 3 Iktoren Nr.: 7 Abo Nr.: 1051017 Teiler Nr.: 21045924

## Guido Honegger

Ralf Beyeler, Bereichsleiter Telekom  
bei Comparis:

*«Skype ist ein Megastop»*



Christophe Beaud, CEO von  
peoplefone:

*«Wir werden im Jahr  
2007 rund 50 000  
VoIP-Kunden haben»*



Roman Schwarz, Chef von Tele2  
Schweiz:

*«VoIP ist noch immer ein  
Nischengeschäft»*

