

# XXII. Telecommunications Executive Circle

## 08. Februar 2012

„Internationaler TK-Markt –  
Welche Strategie führt zum Erfolg?“



**BÖCKER ZIEMEN**  
MANAGEMENT CONSULTANTS

## Auf dem Podium begrüßten wir zu unserer Diskussionsrunde:



**Karsten Lereuth**  
CEO, BT (Germany)  
GmbH & Co. oHG



**Kay Schwabedal**  
Geschäftsführer und  
CCO, E-Plus Gruppe



**Dr. Arno Wilfert**  
Partner Strategy Group,  
Transaction Services,  
PricewaterhouseCoopers AG  
WPG

## „Internationaler TK-Markt – Welche Strategie führt zum Erfolg?“

- Es gibt nicht **die** Internationalisierungsstrategie; sie ist wesentlich abhängig von der Zielgruppe (Privat- oder Geschäftskunden) und der Ausgangssituation als Festnetz- oder Mobilfunkanbieter.
- Wichtig für die Umsetzung einer erfolgreichen Internationalisierung ist das Zusammenspiel von netzbasierten Diensten, vorhandener Infrastruktur und Unterstützung lokaler Partner.
- Grenzen der Standardisierung: Die lokalen Besonderheiten („lokale Kompetenz“) von Märkten müssen stets berücksichtigt werden. Dabei lassen sich globale Präsenz und lokale Stärke gut miteinander vereinbaren.
- Die Geschäftsmodelle bei der Internationalisierung bleiben weitgehend konstant, d.h. netznahe Leistungen und Services stehen nach wie vor im Vordergrund.
- Grundsätzliche Fragestellung der TK-Industrie ist die Stoßrichtung von Investitionen: Entweder Investitionen zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit in bestehenden Märkten oder Investitionen zur Erschließung neuer Märkte.
- In Zukunft wird die Internationalisierung des TK-Marktes eher „verhalten“ fortgesetzt. Teilweise wird es eine Reduzierung der aktuellen Internationalisierungsansätze verbunden mit einer stärkeren Investition in bestehende Märkte („Kernmärkte“) geben.

Telecommunications Executive Circle

Ubierstraße 94

53173 Bonn

Tel.: 0228/ 9727 99 60

mail@tec-deutschland.de

Prof. Dr. Jens Böcker

Dr. Klaus Winkler