Standorte der Telekommunikationsunternehmen

Klaus Baier und Peter Gräf

Die Zentrale der Deutschen Telekom in Bonn

Technisch vermittelte Individualkommunikation nutzt Sprachtelefon-, Festnetz-, Mobilfunk-, Satellitenfunk- und Onlinedienste. Man kann nach öffentlichen Diensten und Dienstleistungen für geschlossene Benutzergruppen unterscheiden. Die Anzahl der Anbieter in Deutschland belief sich Ende 2001 auf 1477 Unternehmen 2.

Noch Anfang der 1990er Jahre wurden telekommunikative Dienste in einem vom deutschen Staat stark regulierten Rahmen mit eingeschränktem Wettbewerb angeboten. Durch die Liberalisierung des Marktes nach 1998 entwickelte sich ein starker Wettbewerb, der das Wachstum eines führenden Wirtschaftssektors ermöglichte.

Bedeutendster Standort der Telekommunikationsbranche ist Frankfurt a.M. mit mehr als 100 TK-Unternehmen. In der Region Frankfurt haben die bislang stärksten US-amerikanischen Unternehmen dieser Branche (z.B. AT&T) Niederlassungen. Der zweitgrößte Standort ist München mit ebenfalls mehr als 100 Telekommunikationsdienstleistern. In München ist mit der ▸ BT-Tochter ViagInterkom jedoch nur ein wichtiger ausländischer Wettbewerber zu finden. Der Standort München ist nicht durch bedeutende ▸ Carrier, sondern insbesondere durch seine Netzwerk- und Internetdienstleister geprägt. Die Struktur des drittgrößten deutschen Standorts Hamburg ist vergleichbar mit jener von München. Auch hier dominieren Netzwerk- und Internetdienste. Weitere wichtige Standorte sind die Städte Berlin, Düsseldorf, Köln, Nürnberg und Stuttgart. Standorte auf der Rheinschiene (Köln und Düsseldorf) weisen ein sehr differenziertes Dienstleistungsangebot auf. An beiden Standorten sind neben Festnetzdiensten vor allem die reinen Mobilfunkdienstleister stark vertreten. Es ist anzunehmen, dass gerade Düsseldorf im Zuge der Verbreitung von ▸ UMTS noch weiter an Bedeutung gewinnen wird, hier haben mit D2 (Vodafone), E-Plus und Sonera (Teilhaber der Group ▸ 3G) drei Lizenznehmer ihren Standort. Köln zeichnet sich unter anderem dadurch aus, dass hier einige wichtige Medienunternehmen ihre Netzwerkdienste anbieten. Die Standorte Berlin, Nürnberg und Stuttgart weisen eine ähnliche Struktur wie München und Hamburg auf. In den neuen Ländern sind nur Leipzig und Dresden als Standorte von TK-Dienstleistern von regionaler Bedeutung. In den genannten Städten zusammen genommen haben fast ein Drittel aller Telekommunikationsunternehmen ihren Standort.

Welche Ursachen können zur ▸ Clusterbildung beigetragen haben? Auffällig ist, dass sich die Konzentration der Telekommunikationsbranche im Umfeld der Standorte hochwertiger Dienstleistungen sowie der Hightech-Industrie vollzogen hat. Ferner sind die genannten Standorte generell bedeutsame Wirtschaftszentren, sowohl innerhalb Deutschlands als auch im internationalen Vergleich. Diese Städte sind entweder Landeshauptstädte und/oder bedeutende Standorte des tertiären Sektors wie Frankfurt a.M. (Finanzen) und Köln (Medien) und bieten einen ergiebigen Markt für hoch qualifizierte Arbeitskräfte sowie ein beträchtliches Kundenpotenzial vor Ort. Die Nutzung von ▸ Synergieeffekten wie eine gemeinsame Nutzung von Infrastrukturen sind ein Erklärungsansatz der Standortmuster, ein weiterer bezieht sich auf ein ausreichendes Angebot an attraktiver Bürofläche in repräsentativen Lagen. Wie man aus den Karten der Städte Frankfurt und München 1 erkennen kann, bevorzugen fast alle Telekommunikationsunternehmen Innenstadtlagen. ▸ Agglomerationsvorteile könnten im engen Kontaktfeld zu Mitbewerbern gegeben sein.

Die Rahmenbedingungen zur Entwicklung eines Telekommunikationsstandorts werden am Beispiel München diskutiert, dessen Struktur besonders durch Unternehmen für Netzwerk- und Internetdienste geprägt ist. Jedes vierte deutsche Internetunternehmen hat seinen Hauptsitz in München.

Die Entwicklungsgrundlagen des IT-Standorts München wurden unter anderem durch die Initiative der Bayerischen Staatsregierung Bayern Online im Jahre 1994 positiv beeinflusst. Das Projekt wurde zur Beschleunigung der Verbreitung von Informations- und Kommunikationstechnik initiiert. Im Rahmen dieser Initiative ist ein landesweites Hochgeschwindigkeitsnetz für Datenverkehr aufgebaut worden. Bei 53 Pilotprojekten wurden innovative Anwendungen aus dem Bereich Telekommunikation gefördert. Für die Initiative Bayern Online wurden damals 148 Mio. DM aus Privatisierungserlösen der Staatsregierung bereitgestellt (Bay. StMWVT 2000). Große Bedeutung dürfte auch der Existenz potenzieller Investoren zukommen, die innovative Ideen finanziell unterstützen. Gerade für die vielen ▸ Internet-Start-ups ist ▸ Venture Capital eine wichtige Bedingung zur Umsetzung ihrer Geschäftsideen (Bay. StK 2002). Die generelle Attraktivität des Standorts München verstärkt als weicher Standortfaktor den Sog in die bayerische Metropole.

Insgesamt ist die Entwicklung von Telekommunikationsstandorten wesentlich auf zwei Aspekte zu reduzieren: Auf die Wirtschaftspolitik des jeweiligen Landes bzw. der Stadt sowie auf die generelle Attraktivität des Standorts selbst. Hier lassen sich, wie an dem Beispiel München eingehend erläutert, günstige Rahmenbedingung schaffen, die über einen relativ kurzen Zeitraum (5-7 Jahre) ein starkes Wachstum der Telekommunikationsbranche initiieren. ◆

Agglomerationsvorteile – positive Auswirkungen der Ballung von Bevölkerung, Gewerbe und Infrastruktur

BT – British Telecom

Carrier – *engl.* Träger; Verkehrs- und TK-Unternehmen

Cluster – Häufung, räumliche Konzentration

3G – 3. (Mobilfunk-)Generation, andere Bezeichnung für UMTS

Internet-Start-ups – neu gegründete Internetfirmen, meistens als Aktiengesellschaft

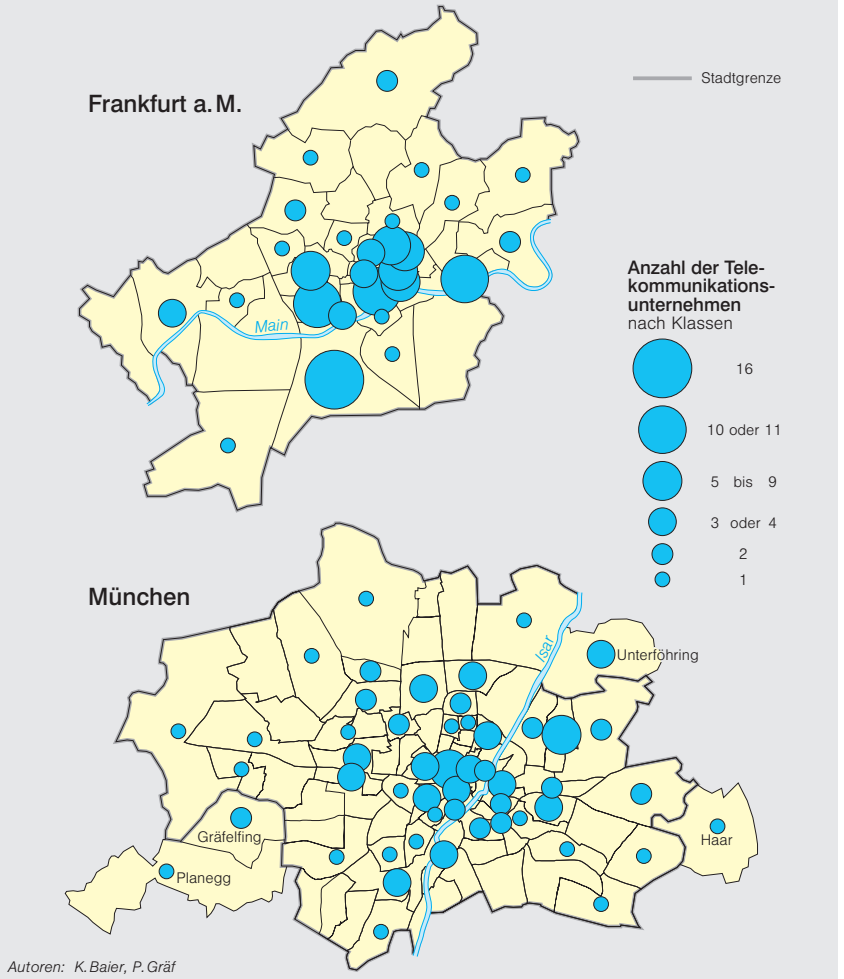
Synergieeffekte – Ersparnis durch gemeinsame Nutzung von Ressourcen; positive Auswirkungen durch das Zusammenwirken mehrerer an einem Standort angesiedelter Unternehmen

TK – Telekommunikation

UMTS – Universal Mobil Telecommunication System

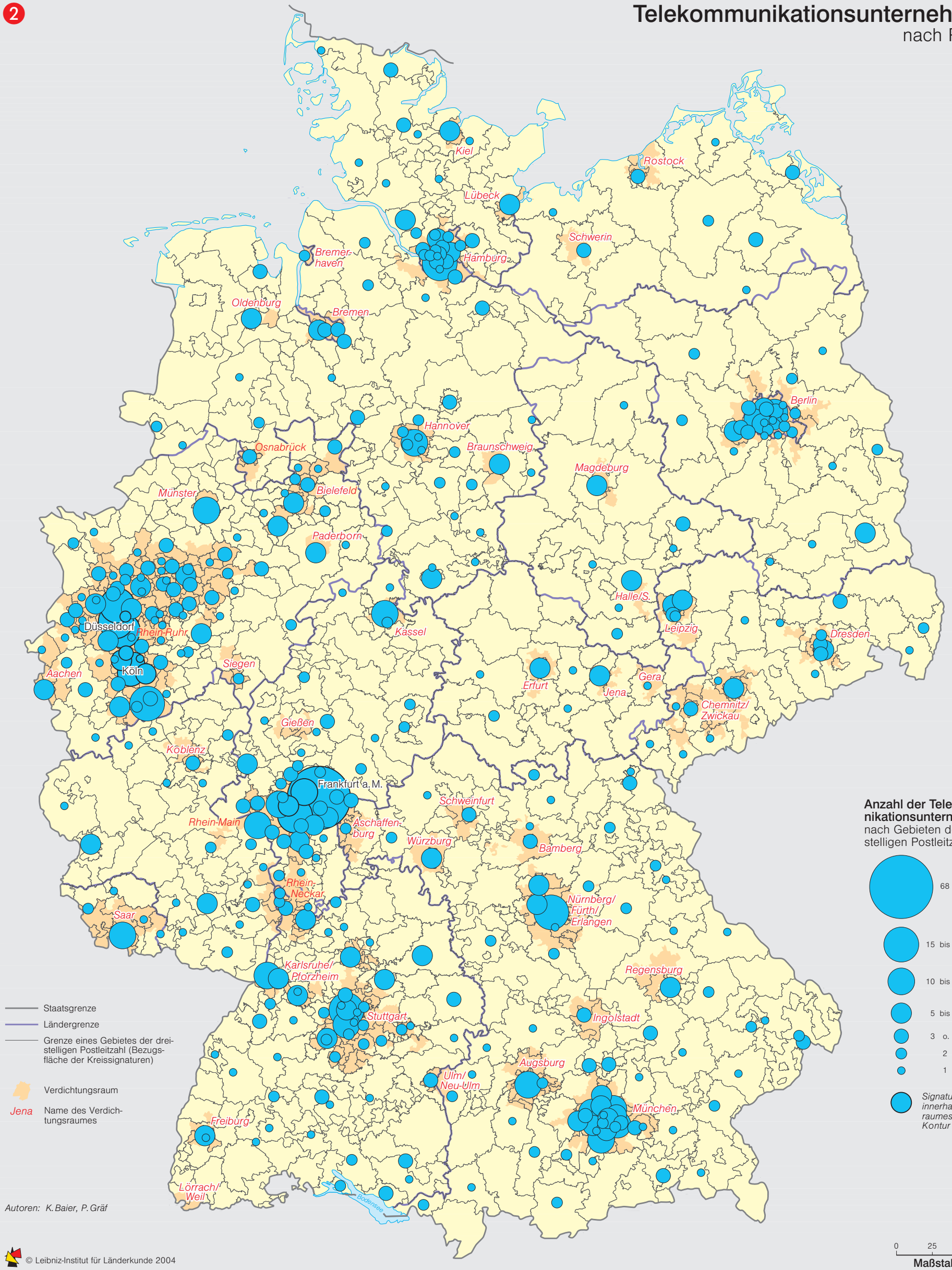
Venture Capital – Risiko- oder Wagniskapital für innovative Geschäftsideen

1 Frankfurt a.M. / München
Telekommunikationsunternehmen im Stadtgebiet 2000
nach Postleitzahlgebieten (5-stellig)



2

Telekommunikationsunternehmen 2000
nach Postleitzahlen



Anzahl der Telekommunikationsunternehmen
nach Gebieten der dreistelligen Postleitzahlen

68
15 bis 27
10 bis 14
5 bis 9
3 o. 4
2
1

Signaturen, die einer Großstadt innerhalb eines Verdichtungsraumes zugeordnet sind: Kontur fett, Beschriftung schwarz

Staatsgrenze
Ländergrenze
Grenze eines Gebietes der dreistelligen Postleitzahl (Bezugsfläche der Kreissignaturen)

Verdichtungsraum
Jena Name des Verdichtungsraumes

Autoren: K. Baier, P. Gräf

© Leibniz-Institut für Länderkunde 2004

0 25 50 75 100 km
Maßstab 1 : 2750000