

**RTR – Konsultation
Xidris**

Kommunikationsparameter-, Entgelt- und Mehrwertdienststeuerordnung - KEM-V

Document history

Version	Datum	Verantwortlicher	Gültigkeit	Änderung
1.0	15.02.2004	Wagner		Initial

XIDRIS		Partner
address:	XIDRIS mobile communications gmbh Doblhoffgasse 7/10 A-1010 Vienna / Salzburg office@xidris.com	RTR
responsible:	Markus Wagner markus.wagner@xidris.com +43 (0)676 - 849441 17	
date:	15.02.2004	

Xidris Statement 1 "RTR Konsultation":

Unter **RTR-GmbH / Konsultation nach § 128 TKG 2003**

(http://www.rtr.at/web.nsf/deutsch/Portfolio_Konsultationen_bisherige_bisherigeKonsultationen_KonsultationKEMV?OpenDocument):

"Nach intensiver Vorbereitung unter Einbeziehung der Marktteilnehmer wurde von der RTR-GmbH ein Entwurf der Kommunikationsparameter-, Entgelt- und Mehrwertdiensteverordnung (KEM-V) erstellt, welcher nun gemäß § 128 TKG 2003 konsultiert wird."

Xidris Statement:

Xidris sind keine diesbezüglichen Gespräche mit SMS-Informationdiensteanbietern (Content Providern) und SMS-Kommunikationsdienstbetreibern (ASPs) bekannt. Eine entsprechende Einbeziehung/Mitwirkung der Marktteilnehmer von der RTR wurde zumindest im Falle Xidris nicht unseren Erwartungen/Wünschen entsprechend durchgeführt bzw. berücksichtigt. Auf alle bisher diskutierten Lösungsvorschläge wurde seitens der RTR-GmbH bei der Konsultation nicht eingegangen.

Xidris Statement 2 "§12. (2)":

RTR Vorschlag:

Die Nutzung einer zugeteilten Rufnummer darf nicht länger als 60 Tage unterbrochen sein, ansonsten gilt diese Rufnummer als nicht genutzt.

Xidris Statement:

Die vorgeschlagene Zeit von 60 Tagen ist für viele Anwendungsfälle bei SMS-Promotions zu kurz. Nicht selten werden Rufnummern für im Jahr z.B. nur 3mal eingesetzt: Weihnachten, Ostern, Sommer, etc.

Müsste die Rufnummer immer verfügbar sein würden für Informationsdiensteanbieter und Kommunikationsdienstbetreiber unvermeidbare Kosten bei den Mobilfunkbetreibern in Form von Grundgebühren entstehen --> Unwirtschaftlichkeit.

Durch einen ständigen Wechsel der Rufnummer bei Promotions würden Konsumenten Diensteanbieter schwerer wiedererkennen, der Informationsdiensteanbieter würde weiters massive Effektivitätseinbußen bei der Marktkommunikation hinnehmen müssen, da sich Konsumenten nicht an die entsprechenden Rufnummern gewöhnen können.

Xidris Statement 3 "§12. (6)":

RTR Vorschlag:

(6) Für Mehrwertdienste hat die Anzeige gemäß Abs. 5 wöchentlich zu erfolgen.

Die Anzeigepflicht gemäß Abs. 5 und Abs. 6 gilt auch für solche Rufnummern, die dem Nutzer direkt zugeteilt sind, oder die in mehreren Netzen – z.B. für unterschiedliche Dienste wie Sprache und SMS/MMS – genutzt werden.

Xidris Statement:

Eine wöchentliche Anzeige hat massiven personellen Aufwand bei Informationsdiensteanbietern und Kommunikationsdienstbetreibern und entsprechenden wirtschaftlichen Belastungen zur Folge. Welche Argumente stehen einer Anzeige bei Änderungen entgegen?

Xidris Statement 4 "§13":

RTR Vorschlag:

Nachwahlen dürfen nicht zur Adressierung unterschiedlicher Teilnehmer öffentlicher Dienste verwendet werden.

Xidris Frage:

Gilt diese Regelung auch für Bescheidinhaber nach § 65 Abs. 1 TKG 2003?
z.B. auch nach Anzeige des jeweiligen Informationsdiensteanbieters gegenüber der RTR?

Xidris Statement 5 "§27":

Xidris Frage:

Ist die Nutzung der Rufnummernbereiche 118 für Telefonauskunftsdienste auch für SMS als Trägermedium gestattet?

Xidris Statement 6 "§73":

Xidris Statement:

Der Einsatz der 0901-Rufnummern hat extreme Nachteile, welche sich massiv in der Konsumentenakzeptanz und Wirtschaftlichkeit niederschlagen würde:

- Konsumenten kennen das Rufnummernkonzept nicht (erkennen auch keine Tariffinformation)
- Bei SMS-Diensten werden sehr häufig je nach angewandeter Logik unterschiedliche Tarife angewendet (z.B. unterschiedlicher Preis für Logo oder Klingelton oder ähnliches). Das vorgeschlagene Rufnummernkonzept nimmt auf diesen technischen Fortschritt keine Rücksicht, eine Kennzeichnung mit dem höchst-möglichen Tarif führt erfahrungsgemäß zur Verwirrung der Konsumenten und sehr vielen Kundenanfragen. Oft werden mehrere Dienste mit "Keywords" identifiziert, der Konsument muss sich nur eine Rufnummer merken.
- Vor allem beim Einsatz von Rufnummern in Radio/TV ist auf eine extrem schöne Rufnummerngestaltung zu achten, da Konsumenten sonst durch die langen Dienst-Rufnummern in Österreich (vgl. Deutschland nur 5-stellig für SMS) nicht in der Lage sind, Rufnummer aufzunehmen. Rufnummern, welche in 0901xxyyyy Darstellung dargestellt werden müssen, sind nicht marktgerecht und entsprechen nicht den Anforderungen der Medien Radio/TV.
- Die Zahl der möglichen schönen Rufnummer mit 4 frei belegbaren Stellen ist nicht groß genug.
- Sehr oft muss im Laufe des Produktlebenszyklus eines SMS-Dienste der Tarif den Marktentwicklungen/Gegebenheiten angepasst werden. Eine ständige Rufnummernänderung ist nicht praxistauglich - hier würden 0901 Rufnummern zu beträchtlichen Problemen führen.
- Sehr oft kann aus Gründen der IVR/SMS Konvergenz aus Konsumenten-Perspektive keine 0901-Rufnummer für SMS-Dienste gewählt werden, da z.B. eine existierende 0900-Voice Rufnummer im Einsatz ist, eine Quittungs-SMS aus technischen Lastgründen und Usability nicht zumutbar ist.

Eine eindeutige Kommunikation des Tarifes in der Bewerbung reicht in allen Ländern Europas für Konsumenten, Regulatoren und Anbietern bei SMS-Diensten, wieso nicht auch in Österreich?

Wir sind davon überzeugt, dass aus Sicht der Informationsdiensteanbieter und Kommunikationsdienstbetreiber für SMS Dienste und somit für den Konsumenten diese Regelung massiv marktzerstörend und nicht zielführend ist.

Xidris Statement 7 "§100 (1)":

Xidris Statement:

Eine Bewerbung der Rufnummer mit klarer Kennzeichnung des Tarifs ist auch nach 2-jähriger Markterfahrung ausreichend. Vorstellbar wären analog zu Deutschland die Festlegung klarer Richtlinien wie Größe/Kontrast/Nennung etc.

Folgende geforderte Maßnahmen können in Österreich aus technischen Gründen nicht umgesetzt werden (MNOs wie T-Mobile, tele.ring. etc.):

- Lehnt der Kunde dieses „Anbots-SMS“ ab bzw. bestätigt er dieses Anbots-SMS nicht, darf keine Tarifierung für diesen Dienst erfolgen.
- Darüber hinaus ist sicherzustellen, dass ein übermitteltes Anbots-SMS nicht mehrmals als Bestellung zurückgesendet (bestätigt) werden kann.
- Weiters darf auch nicht die Möglichkeit bestehen, ein Quittungs-SMS direkt an die SMS-Diensterufnummer bzw. an eine allfällig zusätzlich verwendete Nummer als gültige Bestellung (die dann die Tarifierung auslöst) zu senden.

Eine Quittungs-SMS in dargestellter Form ist aus Konsumentensicht ein umständlicher Vorgang. Die Wirtschaftlichkeit von 80% der existierenden SMS-Diensten ist nicht mehr gegeben, da die Quittungs-SMS-Kosten nicht gedeckt werden können.

Die Quittungs-SMS verhindert den Einsatz von SMS als Trägermedium bei zeitkritischen Anwendungen (z.B. Voting) da jeweils eine SMS-MT und eine SMS-MO versendet werden muss.

Bei Massen-Aktionen (vgl. Radio/TV) wären alle Netzelemente vom Funkfeld über die SMSC bis hin zur Applikation der doppelten Belastung ausgesetzt, ein Einsatz in dargestellter Form ist somit nicht möglich.

Xidris Statement 7 "§100 (5)":

Xidris Statement:

Durch die Einführung der Quittungs-SMS bei 0901-Rufnummern ab 70 Cent wird der gesamte 0901-Rufnummernplan > 70 Cent in Frage gestellt.

Zusammenfassend können die Anforderungen der RTR aus technischen, wirtschaftlichen und Usability-Gründen nicht als Markt- und Konsumentengerecht akzeptiert werden.

Xidris Vorschläge:

- Bei klarer Tarifaufzeichnung muss der Einsatz der 0900-Rufnummern für SMS-Dienste ohne Quittungs-SMS weiterhin erlaubt sein! → Eine verbindliche Guideline für klare Tarifaufzeichnung wie in Deutschland ist sinnvoll!
- 0930-Rufnummern immer mit Quittungs-SMS (bei Erst-Nutzung eines Dienstes)
- Verbindliche und für den Konsumenten kostenlose Informations-SMS bei Überschreitung einer definierten „Monats-Limit“ pro Rufnummer
- Bei SMS-ABO Diensten verbindliche Einführung von Pflicht-Keywords, z.B. Stop, Aus, Hilfe, etc.