

konsultationen@rtr.at

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH
Mariahilfer Straße 77-79
A-1060 Wien; Österreich

Mariahilfer Straße 37-39, 5. OG
1060 Wien

Datum: 13. Jänner 2005

Bearbeiter: Mag. Ute Rabussay
Sekretariat: Claudia Pohl

Tel.: 01/588 39 DW 30

Fax: 01/586 69 71

E-Mail: rabussay@vat.at

DVR 0043257

Konsultationen M 5/03 und M 6/03 – Auslandsgespräche von Privatkunden bzw. von Nichtprivatkunden über das öffentliche Telefonnetz an festen Standorten (Endkundenmärkte)

Sehr geehrte Damen und Herren!

Im Hinblick auf die Konsultation zu dem Entwurf von Vollziehungshandlungen der Telekom-Control-Kommission (TKK) M 5/03 und M 6/03 gem. § 128 TKG 2003 – Auslandsgespräche von Privatkunden bzw. von Nichtprivatkunden über das öffentliche Telefonnetz an festen Standorten – dürfen wir Ihnen die Position des Verbands Alternativer Telekom-Netzbetreiber (VAT) zu diesen geplanten Regulierungsmaßnahmen zur Kenntnis bringen.

1. M 5/03 - Privatkunden: Marktanalyse nicht nachvollziehbar

Betreffend den Markt für Auslandsgespräche für Privatkunden kommt die Telekom-Control-Kommission zum überraschenden Ergebnis, dass auf diesem Markt (im Gegensatz zum Nichtprivatkundenmarkt) effektiver Wettbewerb herrsche. In diesem Zusammenhang weist der VAT darauf hin, dass die Behandlung von Umsätzen aus Calling-Cards in den Entscheidungsentwürfen widersprüchlich und nicht nachvollziehbar erscheint und so zu einer Unterschätzung des Marktanteils der TA führt. Würden Calling-Card-Umsätze korrekt berücksichtigt, wäre TA auch am Markt für Auslandsgespräche für Privatkunden marktbeherrschend, wie im Folgenden dargestellt wird.

1.1. Nicht nachvollziehbare Grundlagen für die Abschätzung der Marktanteile

Der Entscheidungsentwurf M 5/03 ermittelt den Marktanteil der TA auf dem Privatkundenmarkt für Auslandsgespräche – ohne Berücksichtigung von Calling Cards – mit ca. 55%. Dieser Marktanteil sei jedoch "durch die Mitberücksichtigung von Calling Cards um rund 8 Prozentpunkte (Marktanalyse-Gutachten Kap. 5.1.3., in

Abb. 1 nicht enthalten) sowie durch die notwendige Mitberücksichtigung der Marktanteile von Resellern um weitere 2 Prozentpunkte niedriger anzusetzen". Dadurch ergebe sich ein korrigierter Umsatzmarktanteil der TA von ca. 45% (M 5/03, S. 6).

Das Gutachten, auf das sich der Entscheidungsentwurf stützt, führt jedoch auf S. 38 selbst aus, dass die Ermittlung der Calling-Card-Umsätze auf Hilfsannahmen beruht. Da den Gutachtern diesbezüglich keine harten Daten vorliegen, wurden die Umsätze von Calling-Card-Anbietern lediglich geschätzt (S. 47). Dasselbe gilt auch für die Umsätze von Resellern. Auf welcher Grundlage diese Schätzungen im Einzelnen erfolgen, wird nicht ausgeführt.

Jene wenigen, im Gutachten und im Entscheidungsentwurf genannten Annahmen, die der Schätzung zu Grunde liegen, sind darüber hinaus nicht nachvollziehbar:

So geht der Entscheidungsentwurf offenbar davon aus, dass die Umsatzmarktanteile alternativer Calling-Card-Anbieter beträchtlich höher liegen sollen als die Minutenmarktanteile (M 5/03, S. 6). Aufgrund der vergleichsweise günstigen Minutenpreise, die von alternativen Calling-Card-Anbietern angeboten werden, ist allerdings vielmehr davon auszugehen, dass der Umsatzmarktanteil alternativer Calling-Card-Anbieter ihren Minutenmarktanteil nicht überschreitet.

Darüber hinaus sei an dieser Stelle angemerkt, dass selbst unter zu Grunde Legung eines 45%igen Marktanteiles der TA ein derartiger Marktanteil ein nachhaltiges Indiz für das Vorliegen von Marktmacht darstellt: wie die Regulierungsbehörde selbst im Entscheidungsentwurf zu M 6/03 ab S. 28 ausführt, hat die EK „in ihrer Fallpraxis die Schwelle für eine beherrschende Stellung in der Regel erst ab einem Marktanteil von über 40% angesetzt, obwohl sie in einigen Fällen auch bei einem niedrigeren Marktanteil eine beherrschende Stellung angenommen hat“. Somit ist auch mit der Ermittlung der Marktanteile auf Grundlage der nur schwer nachvollziehbaren Kalkulation im Zweifel von einer beträchtlichen Marktmacht der TA auszugehen.

1.2. Unklarheit betreffend der Berücksichtigung der Calling-Card-Umsätze der TA

Die Schätzung berücksichtigt offensichtlich nur die Calling Cards alternativer Anbieter, nicht aber die von TA ausgegebenen Calling Cards. So werden in der Schätzung sämtliche Calling-Card-Umsätze aus öffentlichen Sprechstellen unrichtigerweise zu 100% den alternativen Anbietern zugerechnet. Tatsächlich ist jedoch davon auszugehen, dass auch Calling Cards der TA in öffentlichen Sprechstellen verwendet werden, sodass ein entsprechender Anteil auch der TA zuzuordnen ist.

1.3. Unrichtige Zuordnung von Calling-Card-Umsätzen zu den betroffenen Märkten

Grundsätzlich bleibt unklar, wie die Calling-Card-Umsätze ermittelt wurden. Ein Rückschluss aufgrund der Anzahl sowie Dauer der von öffentlichen Telefonzellen aus zu 0800er-Rufnummern geführten Gespräche greift jedenfalls zu kurz, da in diesem Fall einerseits auch Telefonate zu Service-Nummern, die keine Calling-Card-

Dienste anbieten, und andererseits Verbindungen über Calling-Cards, die nicht dem untersuchten Markt zurechenbar sind (z.B. Inlandsgespräche, Gespräche zu Mobilnetzen etc.), inkludiert würden.

Der Entscheidungsentwurf stützt sich schließlich bei der Zuordnung der Calling-Card-Umsätze auf das Marktanalysegutachten. Dieses ordnet Calling-Card-Gespräche zu 100% dem Privatkundenmarkt (und zu 0% dem Nichtprivatkundenmarkt) zu (Gutachten S. 38).

Diese Zuordnung ist jedoch extrem vereinfachend. Bei Geschäftsreisen ist es nicht unüblich, internationale Calling Cards zu verwenden, um bei Telefonaten aus Telefonzellen nicht die zumeist höheren Telefonentgelte bezahlen zu müssen. Auch dem Nichtprivatkundenmarkt wird daher ein Anteil der Calling-Card-Gespräche zuzuordnen sein.

Weiters geht der Entscheidungsentwurf offenbar davon aus, dass die Umsätze aus Calling Cards zu 100% Auslandsgespräche (und zu 0% Inlandsgespräche) betreffen. Vor allem diese Zuordnung ist unzutreffend. Calling Cards werden auch dazu genutzt, Inlandsgespräche zu führen. Die entsprechenden Umsätze hätten daher anteilig den relevanten Märkten für Inlandsgespräche zugeordnet werden müssen.

Ordnet man die Calling-Card-Umsätze wie oben dargestellt auf TA und ANB, auf Privatkunden und Nichtprivatkunden, auf Auslands- und Inlandsgespräche auf, so mag sich ergeben, dass der Marktanteil der TA auf dem hier relevanten Privatkundenmarkt für Auslandsgespräche zumindest 50% beträgt. Ein derartiger Marktanteil liefert nach der Judikatur des EuGH bereits ohne weiteres den Beweis für das Vorliegen einer marktbeherrschenden Stellung.

1.4. Marktmachtindikatoren belegen Marktbeherrschung auch des Privatkundenmarktes

Die im Verfahren bestellten Amtssachverständigen führen in ihrem Gutachten aus:

- dass am Privatkundenmarkt – im Gegensatz zum Markt für Nicht-Privatkunden – keine nachfrageseitige Gegenmacht herrscht (S. 50), was für Marktmacht der TA auf dem Privatkundenmarkt spricht.
- dass TA auch am Privatkundenmarkt deutlich höhere Preisniveaus aufrecht erhalten kann als alternative Anbieter (S. 73, 208). Die Preisdifferenzen betragen nach den Erhebungen der Gutachter sogar bis zu 100% (S. 208). Dementsprechend herrscht bei TA eine hohe Kostenüberdeckung (S. 209). TA ist also offensichtlich in der Lage, auch bei Privatkunden dauerhaft Preise durchzusetzen, die weit über dem Wettbewerbsniveau liegen. Dies allein belegt schon ihre Marktmacht.
- dass TA auch am Privatkundenmarkt nach wie vor das deutlich größte Unternehmen ist, und sich die Marktposition der TA in letzter Zeit sogar konsolidiert hat (S. 207).

Der Bescheidentwurf selbst spricht im Fazit beim Marktmachtindikator Innovationstätigkeit und Qualitätswettbewerb von tendenziellen Hinweisen auf das Vorhandensein von beträchtlicher Marktmacht bei TA (M5/03, S. 14).

Überdies sind im Bescheidentwurf für den Privatkundenmarkt die HHI-Konzentrationsraten nicht enthalten. Jedoch läßt der Kurvenverlauf der im Bescheidentwurf für den Nichtprivatkundenmarkt enthaltenen Grafik (M6/03, S. 7) den Schluß zu, daß die Bedingungen in beiden Märkten ähnlich sind.

Weiters zu erwähnen, dass parallel auf dem Calling Card Markt die Payphone Access Charge diskutiert wird. Falls diese kommt, kann sie sich nur zugunsten der TA auswirken. Die eventuellen, zusätzlichen Kosten, die ein alternativer Betreiber hier den Endkunden verrechnen müsste, gepaart mit der Möglichkeit der TA, auf diesem Markt einen minimalen Deckungsbeitrag einzukalkulieren, werden entweder zu beträchtlichen Marktanteilsverschiebungen im Calling Card Markt oder mindestens zu einem beträchtlichen Rückgang des Calling Card Marktes führen. Beides wird eine Verschiebung des gegenständlichen Privatkunden-Auslandsgespräche-Marktes zugunsten der TA bewirken.

All diese Faktoren zeigen, dass TA auch auf dem Privatkundenmarkt über beträchtliche Marktmacht verfügt.

1.5. Gesamtbetrachtung des Marktes

Weiters erscheint dem VAT die Gesamtbetrachtung des Marktes für Auslandstelefonie von Privatkunden und die vollkommene Außer Acht Lassung einzelner Destinationen als bedenklich: ein überwiegender Großteil der auf diesem Markt erzielten Umsätze wird mit Verbindungen zu einer Hand voll Destinationen erzielt. Offensichtlich ist folglich die Bepreisung dieser wenigen Destinationen von besonderer Bedeutung für die Wettbewerbssituation auf diesem Markt. So könnte beispielsweise allein schon ein „Schnäppchenpreis“ in die Bundesrepublik Deutschland zu einer massiven Änderung der Marktgegebenheiten und Marktanteile führen.

Der VAT ist sich bewusst, dass die Definition des relevanten Marktes bereits in der TKMVO vorgenommen wurde und der Markt entsprechend dem Entscheidungsentwurf der Regulierungsbehörde festgelegt wurde, allerdings vermag dieser Umstand nicht darüber hinweg zu täuschen, dass der gegenständliche Markt aufgrund der einseitigen Verkehrsverteilung besonderen Wettbewerbskräften ausgesetzt ist. Diesbezügliche Überlegungen wurden allerdings offensichtlich nicht angestellt.

1.6. Schlussfolgerung und Abhilfemaßnahmen

Nach Ansicht des VAT verfügt TA auf dem Privatkundenmarkt für Auslandsgespräche über beträchtliche Marktmacht.

Es stellt sich kein wesentlicher Unterschied zum Nichtprivatkundenmarkt dar und dadurch ergeben sich für die TA einige einfache Möglichkeiten alternative Anbieter

sowohl vom gegenständlichen Markt als auch vom komplementären Markt für Privatkunden-Inlandsgespräche zu verdrängen.

Die größere Schwankungsbreite des Marktanteils der TA (M 5/03 S. 4), der sich noch dazu im kritischen Bereich bewegt, genügt nach Ansicht des VAT nicht, um effektiven Wettbewerb zu konstatieren.

Aufgrund der auch auf diesem Markt bestehenden Wettbewerbsprobleme müssen der TA zumindest all jene Abhilfemaßnahmen auferlegt werden, die auch für den Nichtprivatkundenmarkt (M 6/03) vorgesehen sind.

2. M 6/03 - Nichtprivatkunden: Erfordernis der Modifikation der Regulierungsvorgaben für die Genehmigung der Endkundenentgelte

Die Analyse des Marktes für Auslandsgespräche für Nichtprivatkunden, insbesondere die Auswahl der Abhilfemaßnahmen, die der Telekom Austria AG (TA) auferlegt werden sollen, wird vom VAT befürwortet. Der VAT teilt die Ansicht der Telekom-Control-Kommission, dass sämtliche dieser Abhilfemaßnahmen zur Beseitigung und Verhinderung von Wettbewerbsproblemen unerlässlich und verhältnismäßig sind. Insbesondere begrüßt der VAT grundsätzlich die geplante Regulierung der Endkundenentgelte. Was die konkrete Ausgestaltung der Regulierung der Endkundenentgelte betrifft, sind aus Sicht des VAT jedoch einige Modifikationen und Ergänzungen erforderlich, die im Folgenden dargestellt werden.

2.1. "Kontrollmatrix" lässt Marktmachtübertragung zu

Die Begründung des Entscheidungsentwurfs stellt in Aussicht, dass die bislang im Rahmen der Tarifgenehmigung angewandte Kontrollmatrix auch weiterhin für die Genehmigung der Endkundenentgelte herangezogen werden wird (M 6/03, S. 15, 48). Dadurch werden allerdings die wettbewerblichen Probleme dieser Kontrollmatrix, die sich im Zusammenhang mit dem TikTak-Tarif gezeigt haben, perpetuiert.

So wäre es weiterhin nicht Gegenstand der Entgeltgenehmigung, eine Kostendeckung der Grundentgelte jeder einzelnen Tarifoption sicherzustellen. Dadurch lässt die Kontrollmatrix der TA einen erheblichen Spielraum für wettbewerbswidriges Verhalten. So ist es nach der Kontrollmatrix insbesondere zulässig, Tarifoptionen einzuführen, bei denen das Grundentgelt unter den (durchschnittlichen) Kosten, die Verbindungsentgelte aber über den (durchschnittlichen) Kosten liegen oder umgekehrt. Eine derartige Tarifgestaltung hat am Markt die Wirkung einer Quersubventionierung zwischen Grund- und Verbindungsentgelten innerhalb der davon betroffenen Tarifoptionen. Alternative Anbieter sind derzeit nicht in der Lage, eine solche Tarifgestaltung nachzubilden.

Die aktuelle Tarifgestaltung der TA im Tarif TikTak Business belegt, dass die konkrete Gefahr einer Marktmachtübertragung von den Anschlussmärkten auf die Märkte für Auslandsverbindungen besteht. So beinhaltet der Tarif TikTak Business, der ein im Vergleich zu TikTak Office oder TikTak Privat erhöhtes Grundentgelt vorsieht, sehr niedrige Entgelte für Auslandsgespräche. Im Grundentgelt von TikTak

Business inkludiert ist die Möglichkeit, mit drei Auslandsstaaten aus den Auslandszonen 1 bis 5 im Vorteilstarif zu telefonieren. Auf diese Weise werden nach wie vor Grund- und Verbindungsentgelte gebündelt, da für die gleiche Leistung (POTS, ISDN bzw. ISDN-Multi) ein höheres Grundengelt mit Vergünstigungen bei den Verbindungsentgelten gekoppelt wird. Dadurch wird nach wie vor die Marktmacht vom Anschlussmarkt auf die relevanten Verbindungsmärkte übertragen.

Ebenso lässt die Kontrollmatrix in einzelnen Tarifooptionen auch Quersubventionierungen zwischen den Verbindungsentgelten für Inlandsgespräche und für Auslandsgespräche zu.

Die Kontrollmatrix ist daher in der bisherigen Form nicht geeignet, der von der Telekom-Control-Kommission selbst erkannten Gefahr zu begegnen, dass TA "mittels Produktbündelung und Quersubventionierung" (vgl. M 1/03, S. 11) bzw. "im Wege von Mischkalkulation und Produktbündelung" (vgl. M 1/03, S. 15) ihre Marktmacht von den Anschlussmärkten auf die Verbindungsmärkte oder auch von einem Verbindungsmarkt auf den anderen Verbindungsmarkt übertragen kann, weil die Kontrollmatrix eine solche Mischkalkulation bzw. Produktbündelung zulässt.

Die Kontrollmatrix erlaubt im Extremfall sogar, das Endkundenentgelt einzelner Tarifooptionen bis auf den Vorleistungspreis herabzusetzen (Kriterium 3 der Kontrollmatrix, M 6/03, S. 48). Zweifellos wäre es in einer solchen Situation für einen effizienten Wettbewerber nicht möglich, kostendeckend mit einer solchen Tarifooption in Wettbewerb zu treten, zumal in diesem Fall nach Abzug der Vorleistungskosten kein Erlös mehr verbliebe, um die Kosten der nachgeordneten Wertschöpfungsstufe (Vertrieb) zu decken. Auf diese Weise erlaubt die Kontrollmatrix die Anwendung eines eindeutigen Price Squeeze durch TA.

Nach der Judikatur des EuGH ist die Regulierungsbehörde verpflichtet, bei der Anwendung des sektorspezifischen Regulierungsrechts auch das unmittelbar anwendbare EG-Wettbewerbsrecht einzuhalten; die Behörde darf wettbewerbswidriges Verhalten weder fördern noch bestärken (EuGH Rs. 66/86, *Ahmed Saeed*, Slg. 1989, S. 838). Die Konformität mit dem Wettbewerbsrecht kann jedoch – wie auch die Vergangenheit gezeigt hat – durch die Kontrollmatrix allein nicht sichergestellt werden. Daher sollten bei zukünftigen Tarifgenehmigungen nicht nur die Einhaltung der Kontrollmatrix, sondern auch die Erfordernisse des Wettbewerbsrechts geprüft werden. Die diesbezüglichen Ausführungen in dem Entscheidungsentwurf sollten in diesem Sinne ergänzt werden.

2.2. Aushöhlung der Entgeltregulierung durch Ausnahme von Aktionstarifen

Der Entscheidungsentwurf sieht in Spruchpunkt 2.1 vor, dass Aktionsangebote bis zu einer Dauer von drei Monaten von der Genehmigungspflicht der Endkundenentgelte ausgenommen sind. Gegen diese Ausnahme bestehen erhebliche Bedenken.

2.2.1. Keine Begründung für Ausnahme der dreimonatigen Aktionen

Zunächst ist festzuhalten, dass der Bescheid keinerlei Begründung dafür enthält, wieso gerade für bis zu dreimonatige Aktionen keine Genehmigung nötig sein soll. Der Verweis auf die „Fortführung der bestehenden Spruchpraxis“ der Regulierungsbehörde (M 6/03 S. 47) ist hier nicht ausreichend, da bisheriger Anknüpfungspunkt für die Entscheidung nur die Frage war, ob es sich um eine „dauerhafte Änderung des Tarifgefüges“ iSv § 18 Abs 7 TKG 1997 handelt oder nicht – eine Überprüfung ob es sich um einen Marktmachtmissbrauch o.ä. handelt, wie es das TKG 2003 als Anknüpfungspunkt vorsieht, ist nicht erfolgt. Ein Verweis auf die bisherige Spruchpraxis ist daher nicht ausreichend, da sich die gesetzlichen Vorgaben erheblich geändert haben. Mittlerweile besteht nicht mehr eine Genehmigungspflicht ex lege sondern nur dann, wenn es die Behörde als Vorabverpflichtung auferlegt – auf diesen Umstand wird im Entscheidungsentwurf in keiner Weise eingegangen.

Durch Wegfall der Bestimmung des § 18 Abs 7 TKG 1997 im TKG 2003 bleibt als Ansatzpunkt nur noch die Telekomtarifgestaltungsverordnung übrig. Diese sieht als „Ausnahmebestimmung“ in § 6 vor: *„Unbeschadet der genehmigten Tarife sind anlaßbezogene kurzfristige Werbeaktionen gestattet; sie sind jedoch eine Woche vor Beginn der Obersten Fernmeldebehörde im vollen Leistungsumfang anzuzeigen“*. Auf eine dreimonatige Frist kann hier wohl auch nicht geschlossen werden.

Die bisherige Rechtsprechung hat differenziert zwischen „nicht dauerhaften Änderungen des Tarifgefüges“ und „anlassbezogenen kurzfristigen Werbeaktionen“ (zB G 11/99 Punkt 3.2.2.1: *„Als zeitliche Grenze für eine anlassbezogene kurzfristige Werbeaktion kann etwa der Zeitraum einer Woche, als Grenze für eine nicht dauerhafte Änderung des Tarifgefüges etwa ein Zeitraum von drei Monaten angesehen werden“*). Der neue Entscheidungsentwurf bringt nun den Terminus „Aktionsangebote“ ins Rennen – wie nun dieser Terminus mit der bisherigen Rechtsprechung zusammenpasst, bleibt unklar.

Folglich wurde verabsäumt, zu überprüfen, ob sich die bisherige Spruchpraxis hinsichtlich nicht dauerhafter Tarifänderungen auf aktuell identifizierbare Wettbewerbsprobleme anwenden lässt.

2.2.2. „Kettenaktionsangebote“ können Entgeltgenehmigungspflicht umgehen

Durch eine Aneinanderreihung derartiger Aktionsangebote könnte die Entgeltgenehmigungspflicht insgesamt umgangen werden. Auf diese Weise könnte TA parallel zu den genehmigten Tarifen eine Reihe von Aktionstarifen einführen, die außerhalb der Regulierung stünden. Es müsste daher klargestellt werden, dass dieser Zeitraum von drei Monaten jedenfalls über einen Betrachtungszeitraum (vermutlich ein Jahr) zu sehen ist und daher nicht „Kettenaktionsangebote“ aneinander gereiht werden dürfen. Aktionsangebote müssen einen Aktionscharakter haben. Daher müssen sie in irgendeiner Form limitiert und die Preise nach unten begrenzt werden, da ansonsten mit kontinuierlichen, kostenunterdeckenden Aktionsangeboten alle Mitbewerber vom Markt gedrängt werden können.

2.2.3. Gefahr einer permanenten Kostenunterdeckung

Weiters schmälern die von TA frei einsetzbaren Aktionstarife ihre Gesamterlöse, sodass – bei konstanten Kosten – die Gefahr einer permanenten Kostenunterdeckung besteht. Die Entscheidungsbegründungen führen dazu aus, dass die aus Aktionsangeboten resultierende Erlösschmälerung bereits vorweg bei der Tarifgenehmigung zu berücksichtigen sei (M 6/03, S. 48). Da TA jedoch nach dem derzeitigen Entwurf in keinster Weise dazu verpflichtet ist, das von der Regulierungsbehörde in den Prognosekosten (M 6/03, S. 47) einkalkulierte "Budget" für Aktionsangebote einzuhalten, können Aktionsangebote letztlich auch zu Erlösschmälerungen führen, die über den Prognosekosten bzw. den Erwartungen der Regulierungsbehörde liegen und somit insgesamt zu einer Kostenunterdeckung führen. Im Ergebnis könnte durch solche Aktionsangebote die gesamte Entgeltregulierung in Frage gestellt werden.

2.2.4. Notwendigkeit der Kostenorientierungspflicht sowie des Verbots von wettbewerbswidrigen Kampfpreisen

Selbst wenn kurzfristige Aktionsangebote von der Ex-ante-Genehmigungspflicht ausgeschlossen werden, sollten solche Aktionsangebote jedenfalls zumindest der Kostenorientierungspflicht sowie dem Verbot von wettbewerbswidrigen Kampfpreisen gemäß § 43 Abs. 2 Z 3 TKG 2003 unterworfen werden. In dem bisherigen Entwurf ist jedoch unklar, ob die Kostenorientierungspflicht auch auf kurzfristige Aktionsangebote anwendbar wäre.

Der VAT befürwortet daher die Ergänzung von Spruchpunkt 2.1. des Bescheidentwurfs in der Weise, dass dieser lautet wie folgt:

"2.1 Die Telekom Austria AG hat gemäß § 43 Abs. 1 iVm Abs. 2 iVm Abs. 3 TKG 2003 ihre Geschäftsbedingungen sowie ihre Endkundenentgelte, ausgenommen Aktionsangebote bis zu einer Dauer von drei Monaten zwei Wochen im Gesamtjahresausmaß von maximal 6 Wochen, der Regulierungsbehörde vorab zur Genehmigung vorzulegen. Die Alle Endkundenentgelte (einschließlich Aktionsangebote) müssen dem Maßstab der Kostenorientierung entsprechen. Von der Kostenorientierung sind zumindest umfasst: [...]"

Aus diesen Gründen ersuchen wir Sie, unsere im Rahmen dieser Konsultationsverfahren dargelegten Modifikationen und Ergänzungen in den jeweiligen Vollziehungshandlungen zu berücksichtigen und stehen für allfällige Rückfragen oder weitere Auskünfte wie immer jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

VAT – VERBAND ALTERNATIVER TELEKOM-NETZBETREIBER

Mag. Ute Rabussay