



**Entwurf eines Beschlusses der Beschlusskammer  
des Medienrates der Deutschsprachigen Gemeinschaft Nr. 2013/X über die  
Großhandelspreise für die Zugangsdienste zu den Kabelnetzen  
auf dem deutschen Sprachgebiet**

**Nichtvertrauliche Fassung**

– 16. April 2013 –

Zur Konsultation vorgelegte öffentliche Fassung

Antworten auf dieses Konsultationsdokument werden bis zum 9. Mai 2013 erbeten.

Ansprechpartner: Olivier HERMANNNS

Antwort per E-Mail an [olivier.hermannns@dgov.be](mailto:olivier.hermannns@dgov.be) versenden.

Antworten werden nur elektronisch erwartet.

Vertrauliche Passagen im Dokument sind eindeutig zu kennzeichnen.

## Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	3
2	Empfänger des Beschlusses.....	4
3	Rechtsgrundlagen .....	4
4	Hintergrund .....	5
4.1	KRK-ENTSCHEIDUNG VOM 1. JULI 2011 (DEUTSCHES SPRACHGEBIET).....	5
4.2	VORBEREITENDE PHASE ZUM VORLIEGENDEN BESCHLUSS .....	9
5	Verfahren .....	9
5.1	ÖFFENTLICHE KONSULTATION.....	9
5.2	ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN DEM FÖDERALSTAAT UND DEN GEMEINSCHAFTEN .....	10
5.3	EUROPÄISCHE KONSULTATION UND EUROPÄISCHE NOTIFIZIERUNG.....	11
6	Methodologie zur Festlegung der Großhandelspreise .....	13
6.1	PERIMETER DER ZUGANGSVERPFLICHTUNGEN .....	13
6.2	BEHANDLUNG DER VERMEIDBAREN KOSTEN .....	15
6.3	BEHANDLUNG DER FÜR GROßHANDELSANGEBOTE SPEZIFISCHEN KOSTEN.....	18
	6.3.1 HÖHE DER KOSTEN FÜR DIE UMSETZUNG.....	19
	6.3.2 MITWIRKENDE ZU DEN KOSTEN FÜR DIE UMSETZUNG.....	22
	6.3.3 DECKUNGSMODUS DER NICHT WIEDERKEHRENDEN KOSTEN .....	26
	6.3.4 METHODOLOGIE .....	28
	6.3.5 KAPITALKOSTEN.....	32
6.4	BEHANDLUNG VON EIGENWERBUNGKANÄLEN ("BARKER").....	33
6.5	ERTRÄGE DER EINZELHANDELSDIENSTE.....	37
6.6	REFERENZEINZELHANDELSPREIS EINER JEDEN DIENSTEKOMPONENTE.....	41
	6.6.1 Referenzpreise der Angebote „analoges Fernsehen“ und „digitales fernsehen“ .....	42
	6.6.2 Referenzpreis des „Dual-play“-Angebot.....	42
7	Wert und Anwendung des <i>Minus</i> .....	44
7.1	WERT DES <i>MINUS</i> .....	44
7.2	ANWENDUNG AUF BESTEHENDE ODER FRÜHER VERTRIEBENE TARIFPLÄNE .....	45
7.3	ANWENDUNG AUF DIE NEBEN- ODER ZUSATZDIENSTLEISTUNGEN .....	46
8	Periodische Aktualisierung und Kostenkontrolle.....	47
8.1	PERIODISCHE AKTUALISIERUNG DER PREISE .....	47
8.2	KOSTENKONTROLLE.....	48
9	Beschluss.....	51
10	Inkrafttreten und Gültigkeitsdauer.....	51
11	Rechtsbehelfsbelehrung.....	52
12	Unterschriften.....	53
	ANHANG A. VERTRAULICHE DATEN .....	54
	ANHANG B. ABKÜRZUNGEN .....	56
	ANHANG C. ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE DER ÖFFENTLICHEN KONSULTATION .....	58
	ANHANG D. KOMMENTARE DER EUROPÄISCHEN KOMMISSION.....	59

# 1 Einleitung

1. Gegenstand dieses Beschlusses ist es, die Entgelte für Großhandelsdienste, deren Bereitstellung dem Kabelnetzbetreiber, der im deutschen Sprachgebiet tätig ist (Tecteo), auferlegt wurde, zu ermitteln.
2. Die betroffenen Großhandelsdienste sind:
  - 2.1 die Weiterverkauf der analogen Fernsehdienste;
  - 2.2 der Zugang zur digitalen TV-Plattform;
  - 2.3 die Weiterverkauf der Breitband-Dienstleistungen.
3. Entgelte für diese Großhandelsdienste müssen gemäß einer *Retail minus*-Methode ermittelt werden. Das Prinzip einer *Retail minus*-Methode besteht darin, den Preis eines Großhandelsdienstes durch Subtraktion gewisser irrelevanter Elemente vom Preis des Dienstes auf Einzelhandelsebene festzulegen.
4. Dieser Beschluss setzt sich nachstehend wie folgt zusammen:
  - 4.1 Kapitel 2 bis 5 umfassen verschiedene Informationen juristischer Art: der Empfänger des Beschlusses (Kapitel 2), die Rechtsgrundlagen (Kapitel 3), der Hintergrund (Kapitel 4) und das Verabschiedungsverfahren des Beschlusses (Kapitel 5).
  - 4.2 Kapitel 6 bis 7 umfassen die methodologischen Elemente des Beschlusses.
    - 4.2.1 Kapitel 6 beschreibt die Methodologie, die für die Bestimmung der Preise der verschiedenen Großhandelsdienstleistungen angewendet wird.
    - 4.2.2 Kapitel 7 behandelt die Berechnung und die Anwendung des *minus*.
  - 4.3 Kapitel 8 beschreibt die Maßnahmen zur periodischen Aktualisierung der Preise und der Kontrolle der Kosten.
  - 4.4 Kapitel 9 umfasst die Großhandelspreise, die sich aus der Anwendung der ausgewählten Methodologie ergeben.

5. Kapitel 10, 11 und 12 umfassen Bestimmungen über das Inkrafttreten des Beschlusses, die Rechtsbehelfsbelehrung und die Unterschriften.
6. Diese Zusammenfassung zielt ausschließlich darauf ab, die Lesbarkeit des vorliegenden Beschlusses für die verschiedenen betroffenen Parteien zu erleichtern. Diese Zusammenfassung kann in keinem Fall den Wortlaut des Beschlusses selbst zu ersetzen, noch kann sie dazu dienen, Letzteren – welcher der alleinige rechtsverbindliche Text bleibt – auszulegen.

## **2 Empfänger des Beschlusses**

7. Empfänger dieses Beschlusses ist die Genossenschaft mit beschränkter Haftung Tecteo.

## **3 Rechtsgrundlagen**

8. Gemäß Artikel 75/2 des Dekrets vom 27. Juni 2005 über die audiovisuellen Mediendienste und die Kinovorstellungen (nachstehend „das Dekret vom 27. Juni 2005“ genannt) kann die Beschlusskammer, Verpflichtungen zur Preiskontrolle und zum Kostenrechnungssystem dem Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht auferlegen.

### **Artikel 72.5 – Verpflichtung zur Preiskontrolle und Kostenrechnung**

*§ 1 – Weist eine Marktanalyse darauf hin, dass ein Betreiber aufgrund eines Mangels an wirksamem Wettbewerb seine Preise zum Nachteil der Endnutzer auf einem übermäßig hohen Niveau halten oder Preisdiskrepanzen praktizieren konnte, so kann die Beschlusskammer dem betreffenden Betreiber gemäß Artikel 72 Absatz 1 Nummer 6 hinsichtlich bestimmter Arten von Zusammenschaltung und/oder Zugang Verpflichtungen betreffend die Kostendeckung und die Preiskontrolle einschließlich kostenorientierter Preise auferlegen und ihm bestimmte Auflagen in Bezug auf Kostenrechnungsmethoden erteilen. Um zu Investitionen der Betreiber auch in Netze der nächsten Generation anzuregen, trägt die Beschlusskammer den Investitionen des Betreibers Rechnung und ermöglicht ihm eine angemessene Rendite für das entsprechend eingesetzte Kapital, wobei gegebenenfalls die spezifischen Risiken im Zusammenhang mit einem bestimmten neuen Netzprojekt, in das investiert wird, zu berücksichtigen sind.*

*§ 2 – Die Beschlusskammer stellt sicher, dass alle vorgeschriebenen Kostendeckungsmechanismen und Tarifsysteme die wirtschaftliche Effizienz und einen nachhaltigen Wettbewerb fördern und für die Verbraucher möglichst vorteilhaft sind. In diesem Zusammenhang kann die Beschlusskammer auch Preise berücksichtigen, die auf vergleichbaren, dem Wettbewerb geöffneten Märkten gelten.*

*§ 3 – Wurde ein Betreiber dazu verpflichtet, seine Preise an den Kosten zu orientieren, so obliegt es dem betreffenden Betreiber, gegebenenfalls nachzuweisen, dass die Preise sich aus den Kosten sowie einer angemessenen Investitionsrendite errechnen. Zur Ermittlung der Kosten einer effizienten Leistungsbereitstellung kann die Beschlusskammer eine von der Kostenberechnung des Unternehmens unabhängige Kostenrechnung anstellen. Die*

*Beschlusskammer kann von einem Betreiber die umfassende Rechtfertigung seiner Preise und gegebenenfalls deren Anpassung verlangen.*

*§ 4 – Falls im Interesse der Preiskontrolle eine Kostenrechnungsmethode vorgeschrieben wird, stellt die Beschlusskammer sicher, dass eine Beschreibung der Kostenrechnungsmethode öffentlich verfügbar gemacht wird, in der zumindest die wichtigsten Kostenarten und die Regeln der Kostenzuweisung aufgeführt werden. Die Anwendung der Kostenrechnungsmethode wird von einer qualifizierten unabhängigen Stelle überprüft. Eine diesbezügliche Erklärung wird jährlich veröffentlicht.]*

9. Die Konferenz der Regulierungsbehörden für den Bereich der elektronischen Kommunikation (KRK) hat dem Betreiber Tecteo durch die Entscheidung vom 1. Juli 2011<sup>1</sup> eine Verpflichtung zur Preiskontrolle für seine Tätigkeit im deutschen Sprachgebiet auferlegt. Dieselbe Entscheidung hat ferner diesem Betreiber eine Transparenzverpflichtung auferlegt, die die Verpflichtung umfasst, ein Standardangebot auszuarbeiten.
10. Gemäß Artikel 6 des Zusammenarbeitsabkommens vom 17. November 2006 zur gegenseitigen Konsultation bei der Ausarbeitung der Gesetzgebung über elektronische Kommunikationsnetze, zum Informationsaustausch und zur Ausübung der Zuständigkeiten im Bereich der elektronischen Kommunikationsnetze durch die Regulierungsbehörden für Telekommunikation beziehungsweise Rundfunk und Fernsehen (nachstehend „das Zusammenarbeitsabkommen vom 17. November 2006“ genannt) ist die Regulierungsbehörde, die der KRK einen Entscheidungsentwurf unterbreitet hatte, für die weitere Ausführung der Entscheidung der KRK verantwortlich. Die Beschlusskammer des Medienrates ist für die Ausführung der Entscheidung der KRK vom 1. Juli 2011 auf dem deutschen Sprachgebiet zuständig.

## **4 Hintergrund**

### 4.1 KRK-Entscheidung vom 1. Juli 2011 (deutsches Sprachgebiet)

11. Die KRK-Entscheidung vom 1. Juli 2011 legt fest, dass der Kabelnetzbetreiber Tecteo über eine beträchtliche Marktmacht auf dem Einzelhandelmarkt des Fernsehens verfügt, und zwar auf einem geographischen Markt, der mit dem Versorgungsgebiet seines Netzes übereinstimmt.
12. Aufgrund dieser beträchtlichen Marktmacht, insbesondere um Hindernisse beim Zugang zu minimieren und um Mitbewerbern zu ermöglichen, die vom Kabelnetzbetreiber auf dem Einzelhandelmarkt angebotenen Dienstleistungen zu duplizieren, hat die KRK Tecteo folgende Verpflichtungen auferlegt:
  - 12.1. den Weiterverkauf ihres Einzelhandelsangebots von analogem Fernsehen;

---

<sup>1</sup> Entscheidung der Konferenz der Regulierungsbehörden für den Bereich der elektronischen Kommunikation (KRK) vom 1. Juli 2011 betreffend die Analyse des Fernsehmarkts im deutschen Sprachgebiet (nachstehend „Entscheidung der KRK vom 1. Juli 2011 (deutsches Sprachgebiet)“ genannt).

- 12.2. den Zugang zur digitalen TV-Plattform;
- 12.3. den Weiterverkauf ihres Einzelhandelsangebots von Breitband-Dienstleistungen;
13. Darüber hinaus hat die KRK diesem Betreiber zusätzliche Verpflichtungen in Bezug auf Transparenz (darunter auch die Veröffentlichung eines Standardangebots), Nichtdiskriminierung und Preiskontrolle, damit die Verpflichtungen in Bezug auf den Großhandelzugang zum Kabelnetz effizient werden, auferlegt.
14. In Bezug auf Preiskontrolle sieht die KRK-Entscheidung vor, dass die Preise für Großhandelsdienste, deren Bereitstellung dem Kabelnetzbetreiber auferlegt wird, gemäß der *Retail minus*-Methodologie festgelegt werden müssen.
15. Zwecks besserer Lesbarkeit dieses Beschlusses werden die einschlägigen Passagen, die die Verpflichtung zur Preiskontrolle, die auf den Weiterverkauf der analogen Fernsehdienstleistungen anzuwenden ist, der KRK-Entscheidung vom 1. Juli 2011 nachstehend wiedergegeben. Die KRK-Entscheidung vom 1. Juli 2011 sieht ähnliche Bestimmungen für den Zugang zur digitalen TV-Plattform und für den Weiterverkauf von Breitband-Dienstleistungen vor.<sup>2</sup>

„801. Die „Retail minus“-Methode besteht darin, eine Spanne zwischen dem Preis eines Endkundendienstes und dem Preis eines entsprechenden Großkundendienstes durch Abzug bestimmter nicht dauerhafter Kosten vom Endkundenpreis festzulegen. Generell kann die „Retail minus“-Methode anhand folgender Formel und Abbildung beschrieben werden:

$$P_a = P_r - M$$

wobei

$P_a$  = der Großkundenpreis,

$P_r$  = der Endkundenpreis

$M$  – das „Minus“

---

<sup>2</sup> Für den Weiterverkauf von Breitband-Dienstleistungen sind die Bestimmungen über die Kosten für die Erwerbung von Inhalten nicht relevant.

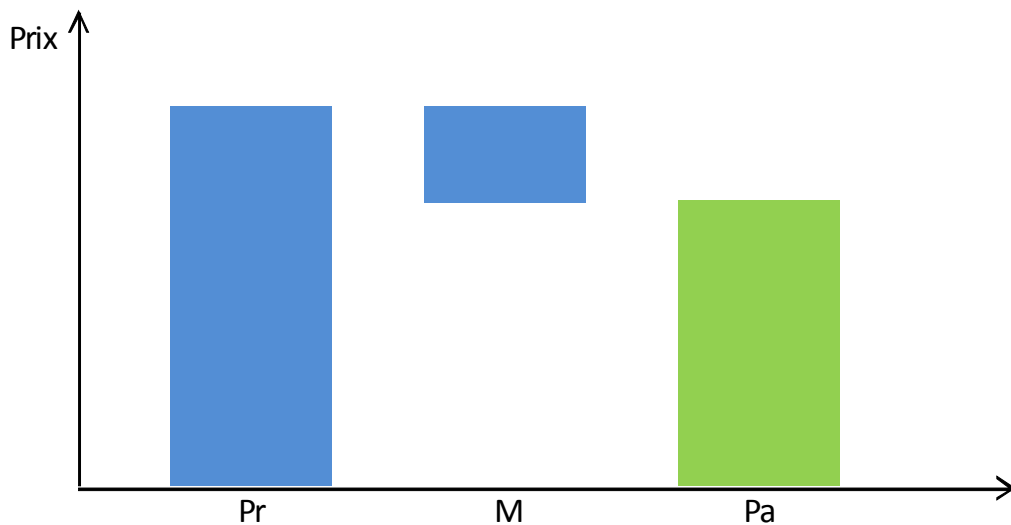


Abbildung 6.1: graphische Darstellung der „Retail minus“-Formel

802. Pr wird ermittelt, wobei unter anderem berücksichtigt wird:

- die Tatsache, dass der Endkundendienst Dienste umfasst, die nichts mit elektronischer Kommunikation zu tun haben: die MWST. und der Teil des Preises, der den Autorenrechten auf dem Inhalt entspricht („Rückstellung für Autorenrechte und verwandte Rechte“, die die meisten Verteiler derzeit getrennt in Rechnung stellen);
- Ermäßigungen und Werbeaktionen des marktbeherrschenden Betreibers für den betreffenden Endkundendienst.

803. Die meisten Verteiler stellen derzeit die Autorenrechte und verwandte Rechte getrennt in Rechnung. Die Artikel 51 bis 54 des Gesetzes über Autorenrechte enthalten gemäß der EU-Richtlinie von 1993<sup>3</sup> die allgemeinen Bestimmungen über Autorenrechte und verwandte Rechte, die bei der Übertragung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen zu zahlen sind. Diese Bestimmungen finden Anwendung, wenn alternative Betreiber Zugang zur Analogfernsehplattform erhalten. Für die Ausübung einer erlaubten Tätigkeit als Weiterverkäufer/Verteiler werden verlangt:

die vorherige Genehmigung sämtlicher Autoren und Inhaber verwandter Rechte durch die Treuhandgesellschaften, die vorherige individuelle oder gemeinsame Genehmigung der Fernseheinrichtungen in Bezug auf ihre eigenen Sendungen.

804. M wird ermittelt unter Berücksichtigung

<sup>3</sup> Richtlinie 93/83/EWG des Rates vom 27. September 1993 zur Koordinierung bestimmter urheber- und leistungsschutzrechtlicher Vorschriften betreffend Satellitenrundfunk und Kabelweiterverbreitung, ABl. L 248 v. 6.10.1993, S. 0015 – 0021.

- der Kosten, die der marktbeherrschende Betreiber vermeidet, wenn er seinen Dienst an Großkunden statt an Endkunden verkauft. Es geht unter anderem um Kosten für die Fakturation und die Bearbeitung uneinbringlicher Forderungen, um Franchising-Kosten, Kundendienstkosten, Marketing- und Verkaufskosten;
- der Kosten, die der marktbeherrschende Betreiber zu tragen hat, wenn er seinen Dienst an Großkunden statt an Endkunden verkauft (zum Beispiel die Kosten der Fakturierung an Großkunden).

805. Der MEDIENRAT wird dafür sorgen, dass der Großkundenpreis für den Zugang zur Digitalplattform und der Großkundenpreis für den Weitervertrieb des Analogfernsehangebots allein kohärent sind. Insofern das Digitalfernsehen in der Praxis an das Analogfernsehangebot „gekoppelt“ ist (die Analogsignale können „technisch“ nur mit erheblichen Mehrkosten von den Digitalsignalen getrennt werden), ist die Preiskohärenz zwischen diesen beiden Großkundenangeboten in der Tat wesentlich.

806. Der MEDIENRAT wird die „Principles of Implementation and Best Practices“ des IRG in Bezug auf das Zurückbekommen der Kosten<sup>4</sup> und die Studien des IRG über das „Retail minus“<sup>5</sup> berücksichtigen. Wann genau die „Retail minus“-Methodik angewandt wird, soll nach einer öffentlichen Anhörung beschlossen werden.

807. *Der ermittelte Großkundenpreis wird als Höchstpreis gelten.*

808. Damit der MEDIENRAT kontrollieren kann, ob die Preisverpflichtungen eingehalten werden, muss der marktbeherrschende Betreiber:

- dem MEDIENRAT seine Großkundenpreise für den Weitervertrieb des Digitalfernsehangebots vorab zur Genehmigung vorlegen; die Preise werden in das Referenzangebot eingesetzt;
- dem MEDIENRAT sämtliche Angaben übermitteln, anhand deren er kontrollieren kann, ob die Preisverpflichtungen eingehalten werden.

809. Der MEDIENRAT kann die Methoden zur Berechnung der Kosten für den Zugang zur Digitalfernsehplattform aus eigener Initiative oder auf begründeten Antrag der Marktakteure ändern, anpassen oder verdeutlichen. Grund für diese

---

<sup>4</sup> IRG, Principles of implementation and best practices regarding cost recovery principles, 2003.

<sup>5</sup> IRG, Draft Principles of implementation and best practices regarding the use and implementation of Retail Minus pricing as applied to electronic communication activities (IRG(05)39) et Summary of the Public consultation on Principles of implementation and best practices regarding the use and implementation of Retail Minus pricing as applied to electronic communication activities (IRG(06)03).



Änderungen kann der technische Fortschritt, die Entwicklung auf dem Markt, Regelanpassungen, Anpassungen an Preise und Kosten etc. sein. Der MEDIENRAT wird dabei die Notwendigkeit berücksichtigen, die Stabilität auf dem Telekommunikationsmarkt zu sichern.“

#### 4.2 Vorbereitende Phase zum vorliegenden Beschluss

16. Nach Ablauf einer Ausschreibung hat das BIPT die Firma Analysys Mason<sup>6</sup>, in Zusammenarbeit mit der Rechtsanwaltskanzlei Hogan Lovells ausgewählt, um bei der Durchführung der verschiedenen Aufträge, wie bspw. die Umsetzung der Brutélé, Coditel und Telenet auferlegten Verpflichtung zur Preiskontrolle, beizustehen. Der MEDIENRAT wurde regelmäßig über die Arbeitsschritte und Ergebnisse informiert.
17. Im Rahmen dieses Auftrages hat Analysys Mason ein Berechnungsmodell im Excel - Format entwickelt und eine erläuternde Note zu diesem Modell aufgesetzt. Dieses Modell und diese erläuternde Note dienen als Grundlage für vorliegenden Beschluss.
18. Auf Initiative der Regulierungsbehörden, die Mitglied der KRK sind, oder auf Anfrage von Betreibern wurden Arbeitssitzungen zwischen Tecteo und dem MEDIENRAT, gegebenenfalls mit dem BIPT, dem CSA und dem VRM sowie Analysys Mason organisiert. Der MEDIENRAT hat auch Betreiber getroffen, die eventuell Zugangsdienstleitungen zu Kabelnetzen in Anspruch nehmen können.
19. Der MEDIENRAT hat mehrere Informationsanfragen an Tecteo gerichtet:
  - 19.1 Am 4. November 2011; die Antwort von Tecteo erfolgte am 19. Dezember 2011.
  - 19.2 Am 11. Juli 2012; die Antwort von Tecteo erfolgte am 16. August und 7. September 2012.

## 5 Verfahren

### 5.1 Öffentliche Konsultation

20. Die öffentliche Konsultation stützt sich auf Artikel 6 der Richtlinie 2002/21/EG („Rahmenrichtlinie“)<sup>7</sup> in der Fassung der Richtlinie 2009/140/EG<sup>8</sup>:

---

<sup>6</sup> Analysys Mason ist eine internationale Beratungsfirma, die über eine breite Erfahrung verfügt und zahlreiche Aufträge in den verschiedenen Gebieten der Telekommunikation (Regulierung, Kostenmodelle, usw.) durchgeführt hat.

<sup>7</sup> Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über einen gemeinsamen Rechtsrahmen für elektronische Kommunikationsnetze und -dienste (ABl. EG, L 108, 24. April 2002, 33-50).

<sup>8</sup> Richtlinie 2009/140/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 zur Änderung der Richtlinie 2002/21/EG über einen gemeinsamen Rechtsrahmen für elektronische Kommunikationsnetze und -dienste, der Richtlinie 2002/19/EG über den Zugang zu elektronischen Kommunikationsnetzen und zugehörigen Einrichtungen sowie deren Zusammenschaltung und der

*„Abgesehen von den Fällen nach Artikel 7 Absatz 9, Artikel 20 oder Artikel 21 stellen die Mitgliedstaaten sicher, dass die nationalen Regulierungsbehörden interessierten Kreisen innerhalb einer angemessenen Frist Gelegenheit zur Stellungnahme zum Entwurf von Maßnahmen geben, die sie gemäß dieser Richtlinie oder den Einzelrichtlinien zu treffen gedenken oder mit denen sie beabsichtigen, Einschränkungen gemäß Artikel 9 Absatz 3 und 4 aufzuerlegen, die beträchtliche Auswirkungen auf den betreffenden Markt haben werden.*

*Die nationalen Regulierungsbehörden veröffentlichen ihre nationalen Konsultationsverfahren.*

*Die Mitgliedstaaten sorgen für die Einrichtung einer einheitlichen Informationsstelle, bei der eine Liste aller laufenden Konsultationen geführt wird.*

*Die Ergebnisse des Konsultationsverfahrens werden von der nationalen Regulierungsbehörde der Öffentlichkeit zugänglich gemacht, außer bei vertraulichen Informationen gemäß den Rechtsvorschriften der Gemeinschaft und des jeweiligen Mitgliedstaats über die Vertraulichkeit von Geschäftsgeheimnissen.“*

21. Die öffentliche Konsultation ist in Artikel 103 § 1 des Dekrets vom 27. Juni 2005 organisiert:

*„§ 1 – Abgesehen von den Fällen gemäß § 2 Absatz 5 oder Artikel 100 gibt die Beschlusskammer interessierten Kreisen innerhalb einer angemessenen Frist Gelegenheit zur Stellungnahme zum Entwurf von Maßnahmen, die sie gemäß diesem Dekret zu treffen gedenkt oder mit denen sie beabsichtigt, Einschränkungen gemäß Artikel 49 § 4 und § 5 aufzuerlegen, die beträchtliche Auswirkungen auf den betreffenden Markt haben werden. Die Anhörungsverfahren sowie deren Ergebnisse werden von der Beschlusskammer veröffentlicht. Hiervon unberührt ist die Wahrung von Betriebs- oder Geschäftsgeheimnissen der Beteiligten gemäß Artikel 108. Die Beschlusskammer richtet zu diesem Zweck eine einheitliche Informationsstelle ein, bei der eine Liste aller laufenden Anhörungen geführt wird.“*

22. Die öffentliche Konsultation fand vom xxx bis zum xxx statt.

23. Eine Zusammenfassung der bei der öffentlichen Konsultation erhaltenen Kommentare ist im Anhang C beigefügt.

#### 5.2 Zusammenarbeit zwischen dem Föderalstaat und den Gemeinschaften

24. Angesichts der Rechtsprechung des Verfassungsgerichtshofs<sup>9</sup>, haben der Föderalstaat, die Deutschsprachige Gemeinschaft, die Flämische Gemeinschaft und die Französische Gemeinschaft das Zusammenarbeitsabkommen vom 17. November 2006 abgeschlossen.

25. Artikel 3 dieses Zusammenarbeitsabkommens lautet:

*Jeder Entscheidungsentwurf einer Regulierungsbehörde in Bezug auf elektronische Kommunikationsnetze wird von der betreffenden Behörde an die anderen in Artikel 2 Ziffer 2 dieses Zusammenarbeitsabkommens genannten Regulierungsbehörden übermittelt.*

---

Richtlinie 2002/20/EG über die Genehmigung elektronischer Kommunikationsnetze und -dienste (ABl. EU, L 337, 18. Dezember 2009, 37-69).

<sup>9</sup> Verfassungsgerichtshof, Urteil Nr. 132/2004 vom 14. Juli 2004.

Die konsultierten Regulierungsbehörden teilen der Regulierungsbehörde, die den Entscheidungsentwurf übermittelt hat, innerhalb von 14 Kalendertagen ihre Bemerkungen mit. Innerhalb dieser Frist kann jede der konsultierten Regulierungsbehörden beantragen, dass der Entscheidungsentwurf der Konferenz der Regulierungsbehörden für den Bereich der elektronischen Kommunikation (nachstehend KRK genannt) unterbreitet wird. Dieser Antrag auf unmittelbare Verweisung an die KRK wird begründet.

Die betreffende Regulierungsbehörde berücksichtigt die Bemerkungen, die die anderen Regulierungsbehörden ihr mitgeteilt haben, und übermittelt den geänderten Entscheidungsentwurf den anderen Regulierungsbehörden. Letztere können innerhalb einer Frist von 7 Kalendertagen nach Empfang des geänderten Entscheidungsentwurfs beantragen, dass der geänderte Entscheidungsentwurf an die KRK verwiesen wird.

Die Entscheidungsentwürfe sowie die Bemerkungen zu den Entscheidungsentwürfen werden immer hinsichtlich der gesetzlichen Zuständigkeit der Behörde, die den Entscheidungsentwurf beziehungsweise die Bemerkung übermittelt, begründet.

Vorbehaltlich des Gegenbeweises wird nach Ablauf der in Absatz 2 und 3 genannten Frist angenommen, dass der Entscheidungsentwurf die Befugnisse der anderen Regulierungsbehörden nicht beeinträchtigt.“

26. Am (Dieser Teil wird in einer späteren Fassung vervollständigt.) hat der MEDIENRAT seinen Entwurf zum Beschluss der Beschlusskammer des Medienrates der Deutschsprachigen Gemeinschaft Nr. 2013/X über die Großhandelspreise für die Zugangsdienste zu den Kabelnetzen auf dem deutschen Sprachgebiet dem BIPT, dem CSA und dem VRM gemäß Artikel 3 Absatz 1 des Zusammenarbeitsabkommens unterbreitet.

27. Nach Empfang dieses Entwurfs und gemäß Artikel 3 Absatz 2 des Zusammenarbeitsabkommens haben die anderen Regulierungsbehörden folgende Kommentare abgegeben: (Dieser Teil wird in einer späteren Fassung vervollständigt.)

5.3 Europäische Konsultation und europäische Notifizierung

28. Artikel 7 § 3 der Richtlinie 2002/21/EG, abgeändert durch die Richtlinie 2009/140/EG, sieht die Konsultation der Europäischen Kommission und der nationalen Regulierungsbehörden der anderen Mitgliedstaaten wie folgt vor:

(3) Beabsichtigt eine nationale Regulierungsbehörde — sofern in den nach Artikel 7b verabschiedeten Empfehlungen oder Leitlinien nicht etwas anderes bestimmt ist — nach Abschluss der in Artikel 6 genannten Konsultation, eine Maßnahme zu ergreifen, die

a) unter Artikel 15 oder 16 dieser Richtlinie oder unter Artikel 5 oder 8 der Richtlinie 2002/19/EG (Zugangsrichtlinie) fällt und

b) Auswirkungen auf den Handel zwischen Mitgliedstaaten hätte,

so stellt sie den Maßnahmenentwurf gleichzeitig der Kommission, dem GEREK und den nationalen Regulierungsbehörden der anderen Mitgliedstaaten zusammen mit einer Begründung gemäß Artikel 5 Absatz 3 zur Verfügung und unterrichtet die Kommission, das GEREK und die anderen nationalen Regulierungsbehörden entsprechend. Die nationalen Regulierungsbehörden, das GEREK und die Kommission können der jeweiligen nationalen Regulierungsbehörde ihre Stellungnahme nur innerhalb eines Monats übermitteln. Die Einmonatsfrist kann nicht verlängert werden.“

29. Artikel 103 § 2 des Dekrets vom 27. Juni 2005 setzt diese Bestimmung in die Rechtsordnung der Deutschsprachigen Gemeinschaft um. Er lautet:

*„§ 2 – Darüber hinaus teilt die Beschlusskammer der Europäischen Kommission, dem GEREK sowie den nationalen Regulierungsbehörden der anderen Mitgliedstaaten den Entwurf von gemäß diesem Dekret getroffenen Maßnahmen mit, insofern Letztere unter Artikel 65, 66, 73 oder 74 fallen und Auswirkungen auf den Handel zwischen den Mitgliedstaaten hatten und in Empfehlungen oder Leitlinien der Europäischen Kommission nicht etwas anderes bestimmt ist.*

*Die Beschlusskammer hat den Stellungnahmen der Europäischen Kommission, des GEREK und der Regulierungsbehörden der anderen Mitgliedstaaten, die innerhalb einer bestimmten Frist abgegeben werden, weitgehend Rechnung zu tragen. Den sich daraus ergebenden Entwurf übermittelt sie der Europäischen Kommission.*

*Beinhaltet ein Entwurf die Festlegung eines relevanten Marktes, der sich von jenen unterscheidet, die in der Empfehlung in Bezug auf relevante Produkt- und Dienstmarkte, die die Europäische Kommission gemäß Artikel 15 Absatz 1 der Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über einen gemeinsamen Rechtsrahmen für elektronische Kommunikationsnetze und -dienste (Rahmenrichtlinie) veröffentlicht, in ihrer jeweils geltenden Fassung definiert sind, oder die Festlegung, inwieweit ein oder mehrere Unternehmen auf diesem Markt über beträchtliche Marktmacht verfügen, wobei die Entscheidung Auswirkungen auf den Handel zwischen den Mitgliedstaaten hatte, und erklärt die Europäische Kommission innerhalb der in Absatz 1 Satz 2 genannten Frist, der Entwurf wurde ein Hemmnis für den Binnenmarkt schaffen, oder sie habe ernsthafte Zweifel an der Vereinbarkeit mit dem Unionsrecht und insbesondere den Zielen des Artikels 8 der Rahmenrichtlinie, schiebt die Beschlusskammer den Beschluss über den Maßnahmenentwurf um weitere zwei Monate auf. Beschließt die Europäische Kommission innerhalb dieses Zeitraums, die Beschlusskammer aufzufordern, den Entwurf zurückzuziehen, so ist die Beschlusskammer an diesen Beschluss gebunden. Will die Beschlusskammer den Änderungsvorschlägen der Europäischen Kommission folgen, ändert sie den Entwurf im Einklang mit der Entscheidung der Europäischen Kommission innerhalb von sechs Monaten ab dem Datum des Erlasses der Entscheidung der Kommission ab, führt ein Anhörungsverfahren gemäß §1 und übermittelt den geänderten Entwurf der Kommission.*

*Die Beschlusskammer übermittelt der Europäischen Kommission und dem GEREK alle angenommenen endgültigen Maßnahmen, auf die Absatz 1 Satz 1 zutrifft.*

*Ist die Beschlusskammer bei Vorliegen außergewöhnlicher Umstände der Ansicht, dass dringend – ohne Einhaltung des Verfahrens gemäß § 1 und den Absätzen 1 bis 3 – gehandelt werden muss, um den Wettbewerb zu gewährleisten und die Nutzerinteressen zu schützen, so kann sie umgehend angemessene vorläufige Maßnahmen erlassen. Sie teilt diese der Europäischen Kommission und den übrigen nationalen Regulierungsbehörden unverzüglich mit einer vollständigen Begründung mit. Ein Beschluss der Beschlusskammer, diese Maßnahmen dauerhaft zu machen oder ihre Geltungsdauer zu verlängern, unterliegt den Bestimmungen des § 1 und der Absatz 1 bis 3.“*

30. Der Beschlussentwurf wurde der Europäischen Kommission am (Dieser Teil wird in einer späteren Fassung vervollständigt.) mitgeteilt.
31. Am (Dieser Teil wird in einer späteren Fassung vervollständigt.) hat die Europäische Kommission folgende Kommentare abgegeben: (Dieser Teil wird in einer späteren Fassung vervollständigt.)
32. Die Stellungnahme der Europäischen Kommission ist im Anhang D0 beigelegt.

## 6 Methodologie zur Festlegung der Großhandelspreise

### 6.1 Perimeter der Zugangsverpflichtungen

#### Allgemeine Herangehensweise

33. Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht sind verpflichtet, Folgendes zu gewährleisten:

- den Zugang zum analogen Fernsehen „alleine“;
- den Zugang zur Digitalfernsehplattform, unter Berücksichtigung, dass „in der Praxis Digitalfernsehen mit dem Angebot von analogem Fernsehen gekoppelt ist.“<sup>10</sup>
- den Zugang zum Weiterverkauf des Breitbandangebots „für jeden alternativen Betreiber, der Zugang zur digitalen TV-Plattform erhalten hat“<sup>11</sup> (welcher selbst de facto den Zugang zu analogem Fernsehen umfasst).

34. Nachstehend in diesem Beschluss wird man den Ausdruck „Komponente“ analoges Fernsehen, digitales Fernsehen oder Breitband verwenden, um eine jeder dieser Dienstleistungen zu bezeichnen. In der Praxis werden die Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht folgende Großhandelzugangsangebote vorschlagen (ein Zugangsangebot kann eine oder mehrere Komponenten umfassen):

- den Zugang zum analogen Fernsehen;
- den Zugang zum analogen und zum digitalen Fernsehen;
- den Zugang zum analogen Fernsehen, zum digitalen Fernsehen und zum Breitband.

#### Fragestellung der interaktiven Dienste

35. Die KRK-Entscheidung vom 1. Juli 2011 (deutsches Sprachgebiet) betrachtet Digitalfernsehen als eine Gesamtheit, die unter anderem die Bereitstellung interaktiver Dienste umfasst. Bei der Ausarbeitung des Standardangebots ist jedoch vorgeschlagen worden, das „Basis“-Digitalfernsehen getrennt von den interaktiven Diensten zu betrachten.

#### Analyse

36. Die KRK-Entscheidung vom 1. Juli 2011 (deutsches Sprachgebiet) betrachtet Digitalfernsehen als eine Gesamtheit, die unter anderem die Bereitstellung interaktiver Dienste umfasst. Die KRK-Entscheidung besagt Folgendes dazu:

---

<sup>10</sup> KRK-Entscheidung vom 1. Juli 2011 (deutsches Sprachgebiet), § 805.

<sup>11</sup> KRK-Entscheidung vom 1. Juli 2011 (deutsches Sprachgebiet), § 826.

Der Begünstigte mit Zugang zur digitalen Plattform muss fähig sein, die Gesamtheit der TV-Dienstleistungen via der digitalen Plattform, einschließlich Premium-Sender oder Spartensender sowie interaktive Dienste, bspw. video-on-demand (vgl. auch § 169).<sup>12</sup>

37. Während der Ausarbeitung der Standardangebote ist jedoch vorgeschlagen worden, das „Basis“-Digitalfernsehen und die interaktiven Dienste gesondert zu betrachten. Der MEDIENRAT hat akzeptiert, dass die Standardangebote gemäß Artikel 9 Absatz 2 der Richtlinie 2002/19/EG („Zugangsrichtlinie“)<sup>13</sup> in dieser Weise strukturiert werden. Diese Bestimmung sieht vor, dass die Standardangebote „hinreichend entbündelt sein müssen, um sicherzustellen, dass Unternehmen nicht für Leistungen zahlen müssen, die für den gewünschten Dienst nicht erforderlich sind“.
38. Der Detaillierungsgrad der Daten, die bei den Kabelnetzbetreibern gesammelt werden konnte, ermöglicht zum jetzigen Zeitpunkt nicht, Großhandelspreise für interaktive Dienste festzusetzen. Als Übergangsmaßnahme, um nicht die Festsetzung der Preise für den Zugang zu Kabelnetzen zu verzögern, schlägt der MEDIENRAT vor, in zwei Schritten vorzugehen:
  - 38.1. In einem ersten Schritt werden die an der Interaktivität verbundenen Kosten von der Basis der Großhandelskosten ausgeschlossen; dieser Ausschluss ermöglicht es den Begünstigten, die interaktive Dienste an Kabelnetzbetreibern nicht erwerben wollen, nicht für Leistungen bezahlen zu müssen, die sie nicht wollen.
  - 38.2. In einem zweiten Schritt, in einer späteren Entscheidung, wird der Großhandelspreis für interaktive Dienste auf der Grundlage von detaillierteren Informationen, die Kabelnetzbetreiber bereitstellen werden, bestimmt werden.

#### Schlussfolgerung

39. Die mit der Bereitstellung interaktiver Dienste verbundenen Kosten werden von der Basis der mit Digitalfernsehen verbundenen spezifischen Kosten ausgeschlossen.
40. Der MEDIENRAT wird später die mit der Bereitstellung interaktiver Dienste verbundenen Großhandelspreise festlegen.

---

<sup>12</sup> KRK-Entscheidung vom 1. Juli 2011 (deutsches Sprachgebiet), § 716.

<sup>13</sup> Richtlinie 2002/19/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über den Zugang zu elektronischen Kommunikationsnetzen und zugehörigen Einrichtungen sowie deren Zusammenschaltung (ABl. EG, L 108, 24. April 2002, 7-20).

## 6.2 Behandlung der vermeidbaren Kosten

### Fragestellung

41. Dieser Abschnitt beschreibt die Methode, die bei der Behandlung der vermeidbaren Kosten (das heißt, die Kosten, die vom Einzelhandelspreis abgezogen werden müssen, um den *Minus* und daher die Großhandelspreise zu bestimmen) verwendet wird.

### Analyse

42. In der Entscheidung vom 1. Juli 2011 (deutsches Sprachgebiet) hat die KRK folgende Kategorien vermeidbarer Kosten festgestellt:

- Kosten der Fakturierung;
- Kosten für zweifelhafte Forderungen;
- Kundendienstkosten;
- Marketingkosten;
- Verkaufskosten.

43. Die KRK hat präzisiert, dass die obige Liste nicht erschöpfend und nicht einschränkend ist.<sup>14</sup> So hat der MEDIENRAT folgende weitere vermeidbare Kosten festgestellt:

- Kosten für den Ankauf von Inhalten für das interaktive Fernsehen, das zuzüglich der Dienste des Digitalfernsehens bereitgestellt wird;
- Kosten für den Ankauf von Decodern für die Dienste des Digitalfernsehens;
- Kosten für den Ankauf von Modems für die Breitbanddienste;
- Kosten für mit Interventionen auf dem Kundenstandort verbundenen Leistungen und Fahrten (Installation, Reparaturarbeiten etc.)

44. Um die Höhe der vermeidbaren Kosten festzulegen, stützte sich der MEDIENRAT auf Daten, die von den Kabelnetzbetreibern bereitgestellt wurden. Allerdings hat das niedrige Niveau der Detailangaben in Bezug auf Verteilung der Einnahmen, der Abonnenten und der Brutto-Akquisitionen zwischen analogen und digitalen TV-Komponenten, welche die Kabelnetzbetreiber gegeben haben, es nicht ermöglicht, die vermeidbaren Kosten auf unterschiedlicher Art und Weise diesen beiden Komponenten zuzuordnen. Der MEDIENRAT ist daher von undifferenzierten vermeidbaren Kosten zwischen analogem und Digitalfernsehen ausgegangen.

45. Die oben festgestellten vermeidbaren Kosten sind nicht unbedingt für einen bestimmten Dienst spezifisch. Sie müssen daher ganz oder teilweise Dienstleistungskomponenten zugeordnet werden, um den *Minus* einer jeden Komponente festsetzen zu können. (Einige) Kabelnetzbetreiber haben ihre Vorschläge für einen Zuordnungsmodus ihrer vermeidbaren Kosten auf verschiedene Dienstleistungskomponente. Analysys Mason hat ebenfalls „Standard“-Zuordnungsschlüssel festgestellt, um die Kosten auf die verschiedenen Dienstleistungskomponenten zuzuordnen. Einmal abgesehen von der

---

<sup>14</sup> KRK-Entscheidung vom 1. Juli 2011 (deutsches Sprachgebiet), §§ 705, 804 und 904.

Zuordnung bestimmter Kosten auf einen spezifischen Dienst können folgende Zuordnungsschlüssel verwendet werden :

- Die Verteilung der Einnahmen zwischen den verschiedenen Einzelhandelsdiensten;
- Die Verteilung der neuen Brutto-Akquisitionen („gross adds“) zwischen den verschiedenen Einzelhandelsdiensten;
- Die Verteilung von Dienstleistungseinheiten (RGU) (RGU oder „Revenue Generating Unit“) zwischen den verschiedenen Einzelhandelsdiensten.<sup>15</sup>

46. Für jede Kategorie von vermeidbaren Kosten wurde der am meisten geeignete Zuordnungsschlüssel gewählt. Die Zuordnungsschlüssel werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Kategorie vermeidbarer Kosten	Geeignetester Zuordnungsschlüssel	Begründung
Fakturierung	Dienstleistungseinheiten (RGU)	Die Kosten der Fakturierung sind direkt von der Anzahl der Abonnenten, die für eine jede Dienstleistungskomponente zu fakturieren sind, abhängig.
Zweifelhafte Forderungen	Einnahmen	Die Kosten für die Einziehung zweifelhafter Forderungen sind gewöhnlich um so wichtiger als die Einnahmen beträchtlich sind. Sie sind also im Verhältnis zu den Einnahmen einer jeden Dienstleistungskomponente zuzuordnen.
Kundendienst	Dienstleistungseinheiten (RGU)	Die Kosten für den Kundendienst sind gewöhnlich um so wichtiger als die Anzahl Abonnenten groß ist. Sie sind also im Verhältnis zu der Anzahl der Abonnenten einer jeden Dienstleistungskomponente zuzuordnen.
Marketing	Brutto-Akquisitionen („gross adds“)	Mit den Marketingkosten sollen neue Abonnenten gewonnen werden. Um so wichtiger die Kosten sind, um so wichtiger ist für gewöhnlich die Anzahl der Brutto- Akquisitionen. Sie sind also im Verhältnis zu der Anzahl der Brutto- Akquisitionen einer jeden Dienstleistungskomponente zuzuordnen.
Verkäufe	Brutto-Akquisitionen („gross adds“)	Umso wichtiger das Verteilungsnetz oder um so wichtiger allgemein die Verkaufskosten sind, um so wichtiger sind die Brutto- Akquisitionen. Sie sind also im Verhältnis zu der Anzahl der Brutto- Akquisitionen einer jeden Dienstleistungseinheit zuzuordnen.
Für eine Komponente spezifische	Zuordnung zur jeweiligen Dienstleistungskomponente	Die Verkaufskosten für Inhalte des interaktiven Fernsehens, von Decodern für digitale TV- Dienstleistungen und den Kauf von Moden für

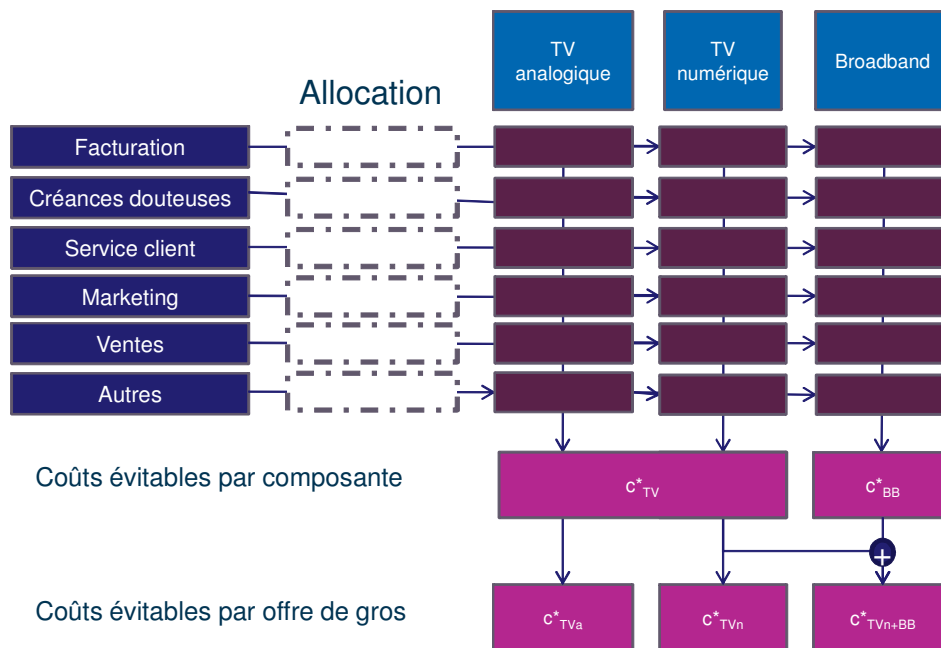
<sup>15</sup> Nach dieser Logik stellt ein Kunde, der ein analoges und ein Digitalfernsehangebot abonniert hat, zwei RGU dar: eine RGU für analoges Fernsehen und eine RGU für Digitalfernsehen.



Kategorie vermeidbarer Kosten	Geeignester Zuordnungsschlüssel	Begründung
Kosten		Breitband- Dienstleistungen sind mit einer bestimmten Komponente verbunden. Dadurch können die Kosten auf die Dienstleistung übertragen werden.
Kosten in Bezug auf Interventionen	Dienstleistungseinheiten (RGU)	Die Kundeninterventionskosten sind gewöhnlicherweise wichtiger als die zu versorgende Anzahl der Kunden hoch ist. Die Kosten sind also im Verhältnis zu der Anzahl der Abonnenten einer jeden Dienstleistungskomponente zuzuordnen.

**Abbildung 1: Für die verschiedenen Kategorien vermeidbarer Kosten in Betracht gezogener Zuordnungsschlüssel [Quelle: Analysys Mason, 2012]**

47. Von den vermeidbaren Kosten einer jeden Dienstleistungskomponente ausgehend, ist es möglich, die vermeidbaren Kosten eines jeden regulierten Angebots wie folgt festzulegen:
- 47.1. Die vermeidbaren Kosten des analogen Fernsehangebots sind gleich den vermeidbaren Kosten der TV-Dienstleistungskomponente (undifferenziert zwischen analogem Fernsehen und Digitalfernsehen), dargestellt durch die Formel  $c^*_{TV}$ .
  - 47.2. Die vermeidbaren Kosten des digitalen Fernsehangebots einschließlich der vermeidbaren Kosten der analogen TV-Dienstleistungskomponente sind gleich den vermeidbaren Kosten der TV-Dienstleistungskomponente, also ebenfalls  $c^*_{TV}$ .
  - 47.3. Die vermeidbaren Kosten des *Dual-play*-Angebots (einschließlich der Komponenten digitales/ analoges Fernsehen und Breitband) sind gleich der Summe der vermeidbaren Kosten der Dienstleistungskomponente digitales/analoges Fernsehen  $c^*_{TVn}$  und den vermeidbaren Kosten der Breitband-Komponente, dargestellt durch die Formel  $c^*_{BB}$ . Denn in diesem Fall sind vermeidbare Kosten komplementär und es ist relevant, sie hinzuzufügen.
48. Folgende Abbildung zeigt die angewendete Methodologie für die Zuordnung der vermeidbaren Kosten.



**Abbildung 2: Gesamtüberblick der gemeinsamen Herangehensweise [Quelle: Analysys Mason, 2012]**

#### Schlussfolgerung

49. Die vermeidbaren Kosten für analoges Fernsehen und digitales Fernsehen werden nicht differenziert.
50. Die vermeidbaren Kosten des Dual-play-Angebots (die die Komponenten digitales/analoges Fernsehen und Breitband einschließen) sind gleich der Summe der vermeidbaren Kosten der digitalen/analogen Fernsehkomponente und der vermeidbaren Kosten der Breitband-Komponente.
51. Die festgestellten vermeidbaren Kosten werden den verschiedenen regulierten Angeboten mithilfe der in Abbildung 2 definierten Schlüssel zugeordnet.

#### 6.3 Behandlung der für Großhandlungsangebote spezifischen Kosten

52. Um die Großhandelsdienste, deren Bereitstellung ihnen von den Entscheidungen der KRK vom 1. Juli 2011 auferlegt worden ist, bereitstellen zu können, werden die Kabelnetzbetreiber bestimmte spezifische Kosten oder Kosten für die Umsetzung tragen müssen. Es wird zwischen den (nicht wiederkehrenden) Investitionskosten, die für die Bereitstellung der Großhandelsdienste erforderlich sind, und den (wiederkehrenden) Betriebskosten für diese Dienste unterschieden.
53. Die Behandlung der Kosten für die Umsetzung stellt folgende Fragen:
  - Die Höhe dieser Kosten.
  - Die Betreiber, die zur Deckung dieser Kosten beitragen müssen.

- Das Eintreiben der nicht wiederkehrenden Kosten.

54. Auf diese Fragen wird in den kommenden Abschnitten eingegangen. Danach wird die für den Umgang mit diesen Kosten angewendete Methodologie dargestellt.

### 6.3.1 HÖHE DER KOSTEN FÜR DIE UMSETZUNG

#### Fragestellung

55. Die Kosten für die Umsetzung können nicht gemäß einer *Retail minus*-Methodologie bestimmt werden. Ferner ist es nicht unbedingt geeignet, den Kosten, so wie sie von den Kabelnetzbetreibern selbst berechnet worden sind, Rechnung zu tragen.

#### Analyse

56. Die Kosten für die Umsetzung können nicht gemäß einer *Retail minus*-Methodologie bestimmt werden. Denn es gibt auf Ebene der Kabelnetzbetreiber keinen relevanten Einzelhandelspreis, der als Ausgangspunkt der Methodologie gelten kann.

57. Der MEDIENRAT ist daher der Meinung, dass der am meisten geeignete Ansatz darin besteht, die Kosten für die Umsetzung im Verhältnis zur Situation eines effizienten Betreibers zu bestimmen. Das Konzept der Effizienz ist ein ständiger Richtwert in dem auf elektronische Kommunikation anwendbaren Regulierungsrahmen, wie die folgenden Beispiele es zeigen (Hervorhebung hinzugefügt):

57.1. Artikel 5 der Zugangsrichtlinie weist den nationalen Regulierungsbehörden (abgekürzt NRB) die Aufgabe zu, einen angemessenen Zugang und eine geeignete Zusammenschaltung sowie die Interoperabilität der Dienste zu fördern und gegebenenfalls zu garantieren und ihre Zuständigkeit so wahrzunehmen, dass sie „die Effizienz und nachhaltigen Wettbewerb, effiziente Investitionen und Innovation (fördern) und der Endnutzer einen größtmöglichen Nutzen hat.“

57.2. Zunächst ist auf folgenden Passus des Artikels 72/5 § 3 des Dekrets vom 27. Juni 2005 hinzuweisen: „Wurde ein Betreiber dazu verpflichtet, seine Preise an den Kosten zu orientieren, so obliegt es dem betreffenden Betreiber, gegebenenfalls nachzuweisen, dass die Preise sich aus den Kosten sowie einer angemessenen Investitionsrendite errechnen. Zur Ermittlung der Kosten einer effizienten Leistungsbereitstellung kann die Beschlusskammer eine von der Kostenberechnung des Unternehmens unabhängige Kostenrechnung anstellen.“

57.3. Artikel 13 (Absatz 3 Satz 2) der „Zugangsrichtlinie“ besagt: „Zur Ermittlung der Kosten einer effizienten Leistungsbereitstellung können die nationalen Regulierungsbehörden eine von der Kostenberechnung des Unternehmens unabhängige Kostenrechnung anstellen.“

- 57.4. Erwägungsgrund 14 der Universaldienstrichtlinie hebt Folgendes hervor: „Es ist wichtig, dass die Universaldienstverpflichtungen auf die effizienteste Weise erfüllt werden, damit die Nutzer im allgemeinen Preise zahlen, die den Kosten einer effizienten Erbringung entsprechen.“
- 57.5. Erwägungsgrund 26 derselben Richtlinie besagt: „Allgemein ist es aus Gründen der Effizienz und zur Stärkung eines wirksamen Wettbewerbs wichtig, dass die von einem Unternehmen mit beträchtlicher Marktmacht erbrachten Dienste den Kosten entsprechen.“
- 57.6. Artikel 1 der Empfehlung der Kommission vom 7. Mai 2009 über die Regulierung der Festnetz- und Mobilfunk-Zustellungsentgelte in der EU besagt: „Nationale Regulierungsbehörden (...) sollten Zustellungsentgelte festlegen, die sich auf die entstehenden Kosten eines effizienten Betreibers stützen.“
58. Die KRK-Entscheidung vom 1. Juli 2011 hat unabhängigen Betreibern mit Marktmacht die Möglichkeit gegeben, die geeigneten technischen Lösungen, um die ihnen auferlegten Verpflichtungen umzusetzen, zu bestimmen. Insbesondere hat die KRK in Bezug auf das Digitalfernsehen Folgendes bestimmt: „Der Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht kann eine der in der Abbildung aufgeführten Architektur wählen und muss dem Begünstigten einen freien Zugang zu den Daten und seiner Kundenverwaltung gewähren“.<sup>16</sup> Im Rahmen der Bestimmung der Großhandelspreise können jedoch nur die Kosten für die Umsetzung eines effizienten Betreibers berücksichtigt werden. Ansonsten gäbe es ein unverkennbares Risiko, dass sich Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht für unnötig teurere Lösungen entscheiden, um die Kosten der Begünstigten von Großhandelsangeboten, die ihre Konkurrenten auf dem Einzelhandelmarkt werden, künstlich zu erhöhen.
59. Die Kosten für die Umsetzung sind weitestgehend feste Kosten. Mit anderen Worten ist die Höhe der anfallenden Kosten relativ unabhängig von der Größe der betreffenden Betreiber. Es handelt sich weitestgehend um Kosten, die mit der IT-Entwicklung und Implementierung von Prozessen, um Großhandel- anstatt Einzelhanderverkauf zu ermöglichen, verbunden sind.
60. Die Betreiber Brutélé, Coditel und Telenet haben dem Medienrat Schätzungen zu den Kosten für die Umsetzung der KRK- Entscheidung vom 1. Juli 2011 übermittelt. Laut den Schätzungen belaufen sich die nicht wiederkehrenden Kosten je nach Betreiber auf [vertraulich] bis [vertraulich] Millionen Euro. Gemäß den Schätzungen können sich die nicht wiederkehrenden Kosten je nach Größe des Betreibers erhöhen, und zwar so, dass ein wichtiger Teil der fixen Kosten nicht ausgewiesen wird. Die höchsten dieser Schätzungen können daher unzuverlässig sein.

---

<sup>16</sup> KRK-Entscheidung vom 1. Juli 2011 (deutsches Sprachgebiet), § 729.

61. Als Anhaltspunkt sei hier erwähnt, dass die Kosten, welche die Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht mitgeteilt haben, zudem erheblich höher sind als jene, die von der niederländischen Regulierungsbehörde OPTA in ihren Entscheidungen zur Marktanalyse geschätzt wurden. OPTA schätzte Implementierungskosten für UPC<sup>17</sup> und Ziggo<sup>18</sup> auf einem Höchstbetrag von 1 Mio. € pro Jahr oder 3 Millionen Euro in drei Jahren, ohne jedoch die Unterscheidung zwischen (nicht wiederkehrenden) Investitionskosten und sonstigen (wiederkehrenden) Kosten zu bestimmen.
62. Aus diesen Gründen ist der MEDIENRAT der Auffassung, dass es nicht angebracht ist, sich lediglich auf Schätzungen, die die einzelnen Betreiber mitgeteilt haben, zu verlassen. Im Gegenteil ist der MEDIENRAT der Ansicht, dass es angebrachter ist, die von Coditel geschätzten Kosten als Referenz für die anderen Betreiber mit Marktmacht zu nehmen. Die von Coditel geschätzten Kosten scheinen in der Tat denen eines effizienten Betreibers am nächsten zu stehen, und zwar aus folgenden Gründen:
- Die von Coditel geschätzten Kosten liegen unter den von anderen Betreibern mit beträchtlicher Marktmacht geschätzten Kosten; denn schließlich müssen die zu tragenden Kosten, wie oben genannt, größtenteils unabhängig von der Größe der betreffenden Betreiber sein.
  - Coditel ist der einzige belgische Kabelbetreiber, der von einer (indirekten) Erfahrung bezüglich der Lieferung von Großhandeldienstleistungen in Kabelnetzen, profitiert. Die vorherige Muttergesellschaft, Numéricable France, hat solche Dienstleistungen auf dem französischen Markt angeboten.<sup>19</sup> Coditel hat zudem den Berater unterstützt, der Numéricable France bei einem vergleichbaren Projekt unterstützte. Deshalb scheinen die von Coditel geschätzten Kosten „vertrauenswürdiger“ zu sein als andere von Betreibern mit beträchtlicher Marktmacht geschätzte Kosten.

#### Schlussfolgerung

63. Die Kosten für die Umsetzung müssen mit den Kosten eines effizienten Betreibers übereinstimmen.
64. Die von Coditel geschätzten Kosten für die Umsetzung gelten als Referenz für die Kosten eines effizienten Betreibers.
65. Die Kosten für die Umsetzung anderer Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht müssen durch Bezugnahme auf die von Coditel geschätzten Kosten für die Umsetzung – unter

---

<sup>17</sup> Marktanalyse Omroep, Analyse van de wholesalemkt voor doorgifte van rtv-signalen via en het op wholesaleniveau leveren van de aansluiting op het omroeptransmissieplatform van UPC in het verzorgingsgebied van UPC, 5. März 2009.

<sup>18</sup> Marktanalyse Omroep, Analyse van de wholesalemkt voor doorgifte van rtv-signalen via en het op wholesaleniveau leveren van de aansluiting op het omroeptransmissieplatform van Ziggo in het verzorgingsgebied van Ziggo, 5. März 2009.

<sup>19</sup> Insbesondere mit Bouygues Telecom.

Berücksichtigung, dass diese Kosten zu einem großen Teil feste Kosten sind – ermittelt werden.

### 6.3.2 MITWIRKENDE ZU DEN KOSTEN FÜR DIE UMSETZUNG

#### Fragestellung

66. Es gilt, festzustellen, ob die Begünstigten der Entscheidung der KRK vom 1. Juli 2011 (deutsches Sprachgebiet), das heißt, die Betreiber, die einen Vertrag mit einem oder mehreren Kabelnetzbetreibern abschließen werden, um Zugangsdienste zu erhalten, die einzigen sein sollten, welche die Kosten für die Umsetzung, die erforderlich sind, um diese Zugangsdienste zu implementieren, zu tragen haben, oder ob im Gegenteil die Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht selbst auch einen Teil der Kosten für die Umsetzung tragen müssen.

#### Analyse

67. Der MEDIENRAT stützt sich bei seiner Analyse auf die von der Independent Regulators Group (IRG) bestimmten Grundsätze und Best Practices.<sup>20</sup> Die IRG verweist auf Artikel 13 (Absatz 2 Satz 1) der Zugangsrichtlinie, der lautet:

*„Die nationalen Regulierungsbehörden stellen sicher, dass alle vorgeschriebenen Kostendeckungsmechanismen und Tarifsysteme die wirtschaftliche Effizienz und einen nachhaltigen Wettbewerb fördern und für die Verbraucher möglichst vorteilhaft sind.“*

68. Erwägungsgrund 20 der Zugangsrichtlinie fügt Folgendes hinzu:

*„Die Methode der Kostendeckung sollte auf die Umstände abgestimmt sein und das Erfordernis berücksichtigen, die wirtschaftliche Effizienz und einen nachhaltigen Wettbewerb zu fördern und für die Verbraucher möglichst vorteilhaft zu sein.“*

69. Das Kausalitätsprinzip ist das am häufigsten verwendete Prinzip zur Kostendeckung. Nach diesem Prinzip sollten die Kosten von denjenigen gedeckt werden, die mit ihren Handlungen für diese Kosten verantwortlich sind. Jedoch sind auch andere Prinzipien möglich, einschließlich:

- Das Prinzip der Verteilung der Gewinne. Nach diesem Prinzip sollten die Kosten von denen, die davon profitieren, zurückgewonnen werden, vor allem wenn es Externalitäten gibt.
- Der Grundsatz des effektiven Wettbewerbs. Nach diesem Prinzip sollte der Kostendeckungsmechanismus den Druck, um einen wirksamen Wettbewerb zu gewährleisten, nicht untergraben.

---

<sup>20</sup> IRG, Principles of implementation and best practices regarding cost recovery, 24. September 2003.

- Das Prinzip der Kostenminimierung. Nach diesem Prinzip sollte der Kostendeckungsmechanismus die Betreiber dazu bewegen, die Kosten zu minimieren.

70. In ihrer Konsultation zum Entwurf von Best Practices in Bezug auf *Retail minus*<sup>21</sup> erwähnte die IRG bezüglich der zusätzlichen Kosten, die für das Anbieten eines Großhandelsdienstes entstehen:

*„If an NRA concludes that it is appropriate to include some or all of these costs in its calculation of the margin the NRA should also consider how these costs should be recovered. Should the costs only be recovered from the OUAs (and by implication only from the customers of the OUAs) or should some or all of the costs also be recovered by the notified operator through its charges to its own retail customers. The latter approach may be more appropriate if the NRA considers that the notified operator’s customers will benefit from the increased competition that could result in the retail market“.*

71. Die Kosten für die Umsetzung lediglich von den Begünstigten zahlen zu lassen, ermöglicht es, die Kosten und finanziellen Risiken für die regulierten Betreiber zu reduzieren. Dies kann jedoch eine erhebliche Eintrittsbarriere für neue Marktteilnehmer darstellen. Tatsächlich würde es bedeuten, dass sie einen großen Betrag zahlen müssen, bevor sie vom Dienst profitieren können (und somit bevor sie Kunden auf dem Einzelhandelsmarkt gewinnen können).
72. Lässt man hingegen einen Teil dieser Kosten von regulierten Betreibern tragen, so ermöglicht dies, Eintrittsbarrieren zu minimieren und hat im Hinblick auf den Wettbewerb einen zusätzlichen Vorteil: diese regulierten Betreiber sind ermutigt, sich in einer wirklich effektiven Art und Weise zu verhalten. Sie hätte einen solchen Anreiz nicht gehabt, wenn sie ihren neuen Mitbewerbern die vollen Kosten hätten verrechnen können. Das Prinzip der Kostenminimierung fordert daher, dass Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht einen Teil der Kosten für die Umsetzung tragen.
73. Der MEDIENRAT ist des Weiteren der Auffassung, dass die Kunden der Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht selbst von einem durch den Markteintritt eines neuen Anbieters verstärkten Wettbewerb profitieren werden. Auch in der Vergangenheit haben Belgacom-Kunden von dem zunehmenden Wettbewerb bezüglich Telefontarife profitieren können. Der Wettbewerb hatte durch die Leichtigkeit der Selektion/Vorselektion (CS/CPS) zugenommen, da Belgacom in Reaktion auf den Eintritt der alternativen Betreiber spezifische Tarifpläne entwickelt oder bestehende Tarifpläne geändert hatte. Die Verfügbarkeit von Großhandelsprodukten auf Kabelnetzen sollte eine ähnliche Wirkung haben. Daher fordern die Prinzipien zur Förderung des Wettbewerbs

---

<sup>21</sup> IRG, public consultation document, Principles of implementation and best practices regarding the use and implementation of Retail Minus pricing as applied to electronic communication activities, 30. November 2005.

und der Gewinnverteilung ein gemeinsames Tragen der Kosten für die Umsetzung sowohl von Betreibern mit beträchtlicher Marktmacht als auch von den Begünstigten.

74. Die niederländische Regulierungsbehörde OPTA hat ebenfalls die Wahl getroffen, die Großhandelskosten auf allen Linien, einschließlich der Linien der Kunden der Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht Ziggo und UPC, zu verteilen. OPTAs Begründung lautete wie folgt:<sup>22</sup>

*Rekening houdend met de omstandigheden van een specifiek geval kan, ten aanzien van bepaalde (typen) kosten, causale toerekening tot suboptimale uitkomsten leiden. Om de geconstateerde concurrentieproblemen te voorkomen, kan het in een dergelijk geval dan beter zijn om af te wijken van kostencausaliteit. Dit is met name het geval bij wholesalespecifieke kosten.*

*Wholesalespecifieke kosten betreffen de kosten die het kabelbedrijf maakt in verband met een verplichting om te voldoen aan redelijke verzoeken tot door het college bepaalde vormen van toegang. Op basis van causale kostentoerekening zouden deze kosten via de wholesaletarieven volledig voor rekening van de om toegang verzoiende aanbieders komen. Dit betekent dat deze aanbieders met een extra kostenpost geconfronteerd zouden worden, waardoor het voor hen moeilijker zo niet onmogelijk zou worden om te concurreren met het kabelbedrijf, aangezien het kabelbedrijf deze kosten voor haar eigen dienstverlening niet hoeft te maken. Het kabelbedrijf hoeft hierdoor een kostenvoordeel ten opzichte van haar concurrenten en kan ze marges van concurrenten uithollen, waardoor er geen sprake is van een gelijkwaardig speelveld. Dit betekent dat kostencausaliteit tot een uitkomst leidt die op gespannen voet staat met de doelstelling van duurzame concurrentie, en dat overwogen moet worden dat de betreffende kosten op basis van een ander principe dan causaliteit worden toegerekend. Ook heeft het kabelbedrijf bij causale toerekening van dit type kosten geen prikkel om deze kosten te minimaliseren.*

*Voor dit type kosten verdient proportionele toerekening de voorkeur. Bij proportionele toerekening draagt het kabelbedrijf naar evenredigheid bij aan deze kosten. Op die manier wordt marge-uitholling voorkomen en worden alternatieve aanbieders dus niet op achterstand ten opzichte van het kabelbedrijf gezet, maar ontstaat juist een gelijkwaardig speelveld. Hierdoor zijn alternatieve aanbieders in staat zijn om op gelijke voet met het kabelbedrijf in de retailmarkt te concurreren, hetgeen ten goede komt aan de eindgebruikers. Ten slotte geeft proportionele toerekening ook een stimulans aan het kabelbedrijf om deze kosten te beheersen.*

---

<sup>22</sup> OPTA, 10. März 2010, WLR-C-tarieven UPC en Ziggo.



75. In der Akte über den Weiterverkauf auf Großhandelsebene des Telefonabonnements (Wholesale Line Rental oder WLR) hatte das BIPT vorgeschlagen, dass Belgacom auch zu den Kosten der Zurverfügungstellung des Angebots beiträgt.<sup>23</sup> Dies wurde wie folgt begründet:

*« Ventilation des coûts entre Belgacom et les opérateurs alternatifs*

*294. Sur le plan du principe, l'IBPT estime – conformément aux principes en vigueur pour la récupération des coûts pour l'‘equal access’ (ou CPS) – que Belgacom doit également contribuer aux coûts de mise à disposition de l'offre WLR. Cela fait partie de la mise à disposition de cette offre de manière non discriminatoire. La décision de l'analyse des marchés 1 et 2 qui désigne Belgacom comme opérateur dominant, impose en effet comme mesure de correction entre autres la non-discrimination, qui signifie que dans des circonstances similaires, des conditions similaires à celles appliquées au niveau interne doivent être appliquées aux autres opérateurs.*

*295. Dans ce cadre, l'IBPT renvoie également aux ‘Principes d'implémentation et meilleures pratiques concernant l'utilisation et l'implémentation des tarifs retail minus tels qu'appliqués aux activités de communications électroniques’ d'IRG, dans lesquels le paragraphe 6 stipule:*

*“Les coûts devraient-ils uniquement être récupérés auprès des OAU (et par conséquent, uniquement auprès des clients des OAU) ou une partie ou l'ensemble des coûts devraient-ils également être récupérés par l'opérateur notifié par le biais de ce qu'il facture à ses propres clients de détail ? Cette dernière approche pourrait s'avérer plus appropriée si l'ARN considère que les clients de l'opérateur notifié bénéficieront de l'augmentation de la concurrence qui pourrait s'ensuivre sur le marché de détail. »*

*(Traduction libre de : Should the costs only be recovered from the OAUs (and by implication only from the customers if the OAUs) or should some or all of the costs also be recovered by the notified operator through its charges to its own retail customers. The latter approach may be more appropriate if the NRA considers that the notified operator's customers will benefit from the increased competition that could result in the retail market.)*

*296. L'IBPT estime que les clients de Belgacom profiteront également de l'augmentation de la concurrence au niveau des abonnements. Au niveau des tarifs de trafic, le client Belgacom a pu profiter de l'augmentation de la concurrence due au mécanisme de CS/CPS en raison du fait que Belgacom a développé des plans tarifaires spécifiques et souvent plus intéressants (avec les*

---

<sup>23</sup> Entwurf eines Beschlusses vom 20. Dezember 2006 über qualitative und quantitative Referenzangebote WLR.

*minutes incluses, les appels gratuits et autres) en réaction aux plans tarifaires attrayants des opérateurs alternatifs. Rien ne laisse supposer qu'à l'avenir Belgacom ne travaillera pas d'une manière similaire en réaction à la commercialisation de formules d'abonnement innovatrices et concurrentielles qui deviennent possibles grâce à l'introduction du WLR et du fait que les clients Belgacom pourront ainsi en tirer profit. En effet, ce principe peut également être qualifié de 'Distribution des bénéfices'. »*

#### Schlussfolgerung

76. Sowohl der Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht als auch die Begünstigten von Großhandelsangeboten müssen zur Deckung der Kosten für die Umsetzung der Großhandelsangebote beitragen.

### **6.3.3 DECKUNGSMODUS DER NICHT WIEDERKEHRENDEN KOSTEN**

#### Fragestellung

77. Es gilt, den Zeitpunkt für die Deckung der nicht wiederkehrenden Kosten für die Umsetzung (Investitionen) zu bestimmen. Muss die gesamte geleistete Höhe zurückgenommen werden oder ist ihre Rücknahme ganz oder teilweise über die Zeit zu verteilen?
78. Dieser Abschnitt berücksichtigt auch die Möglichkeit, dass die Zahl der Betreiber, die ein Interesse an der Erwerbung von Zugangsdiensten zu den Kabelnetzen höher sein könnte, als die Hypothesen, auf denen das Modell basiert.

#### Analyse

79. Zwei extreme Lösungen sind theoretisch vorstellbar:
  - 79.1. Die Investitionskosten zulasten der Begünstigten (Neueinsteiger) werden integral beim Start zurückgenommen.
  - 79.2. Die Investitionskosten zulasten der Begünstigten (Neueinsteiger) werden ausschließlich über regelmäßige Zahlungen (z. B. Zahlungen beim Wechsel des Betreibers oder durch eine Überwälzung in den monatlichen Großhandelspreisen pro Linie) zurückgenommen.
80. Die erste Lösung hat den Nachteil, den Marktzugang für kleine Betreiber zu hindern. Im Gegensatz dazu wird mit der zweiten Lösung die Last der Investitionen mehr von Betreibern mit beträchtlicher Marktmacht getragen.
81. Angesichts der Folgen dieser beiden extremen Lösungen, befürwortet der MEDIENRAT eine Tarifstruktur, die einen initialen Beitrag zu den Investitionen und eine über die Zeit verteilte Kostendeckung verbindet.

82. Zudem müssen die verschiedenen Skaleneffekte zwischen den Kabelbetreibern berücksichtigt werden (deren Anzahl der Kunden um 100.000 Linien für Coditel und bis zu 2 Millionen Linien für Telenet variiert). Der Medienrat erachtet es für angebracht, dass für die 3 Kabelbetreiber eine höhere Summe bereits zu Anfang zurückgenommen werden kann. So kann auch der kleinste Betreiber, und zwar Coditel bereits zu Anfang einen wichtigen Prozentsatz der Gesamtkosten für die Umsetzung zurücknehmen. Durch Festlegung der Höhe können bereits zu Beginn bis zu 1,5 Millionen Euro zurückgenommen werden. Der Prozentsatz der Gesamtkosten für die Umsetzung, die zu B Anfang zurückgenommen wurden beläuft sich auf [vertraulich]<sup>24</sup> für Telenet, und [vertraulich] für Brutélé und Tecteo und [vertraulich] für Coditel.
83. Der MEDIENRAT erinnert daran, dass in Übereinstimmung mit Abschnitt 7.3.2 die Kosten für die Umsetzung zwischen allen betroffenen Betreibern, einschließlich des Kabelnetzbetreibers, aufgeteilt werden müssen. Der Betrag, der am Anfang wiedergewonnen werden kann, muss also als Betrag, der am Anfang zwischen allen Betreibern verteilt werden muss, verstanden werden.

#### Schlussfolgerung

84. Der Anteil der Kosten für die Umsetzung, zunächst auf allen Betreibern (einschließlich der Kabelnetzbetreiber) verteilt, wird auf 1,5 Millionen Euro gesetzt.
85. Die Zahlung dieses initialen Beitrags zu den Investitionen setzt sich wie folgt zusammen:
- 85.1. Im Falle der Unterzeichnung einer vorvertraglichen Vereinbarung zwischen einem Kabelnetzbetreiber und einem Antragsteller<sup>25</sup>, ist ein Pauschalbetrag von 100.000 Euro unmittelbar nach Abschluss dieser vorvertraglichen Vereinbarung zahlbar.
- 85.2. In Ermangelung einer vorvertraglichen Vereinbarung ist die gesamte erste Beitragzahlung bei Vertragsabschluss fällig.
86. Die Deckung der Kosten für nicht wiederkehrende Investitionen aufgrund des initialen Beitrags wird wie folgt organisiert:
- Eine nicht wiederkehrende Gebühr, die bei jeder Kundenakquisition fällig ist.
  - Eine Verringerung des *Minus*, mit anderen Worten eine Erhöhung des monatlichen Großhandelspreises pro Linie.

---

<sup>24</sup> Vertrauliche Daten sind im 0 abgedruckt.

<sup>25</sup> Vgl. den Entwurf eines Beschlusses der Beschlusskammer des Medienrates der Deutschsprachigen Gemeinschaft Nr. 2013/X über das Großhandelstandardangebot von TECTEO, veröffentlicht am 21. Dezember 2012.

### 6.3.4 METHODOLOGIE

87. Die angewandte Methodologie basiert auf eine Reihe aufeinanderfolgender Schritte. Die folgende Abbildung beschreibt die Abfolge der Rechenschritte.

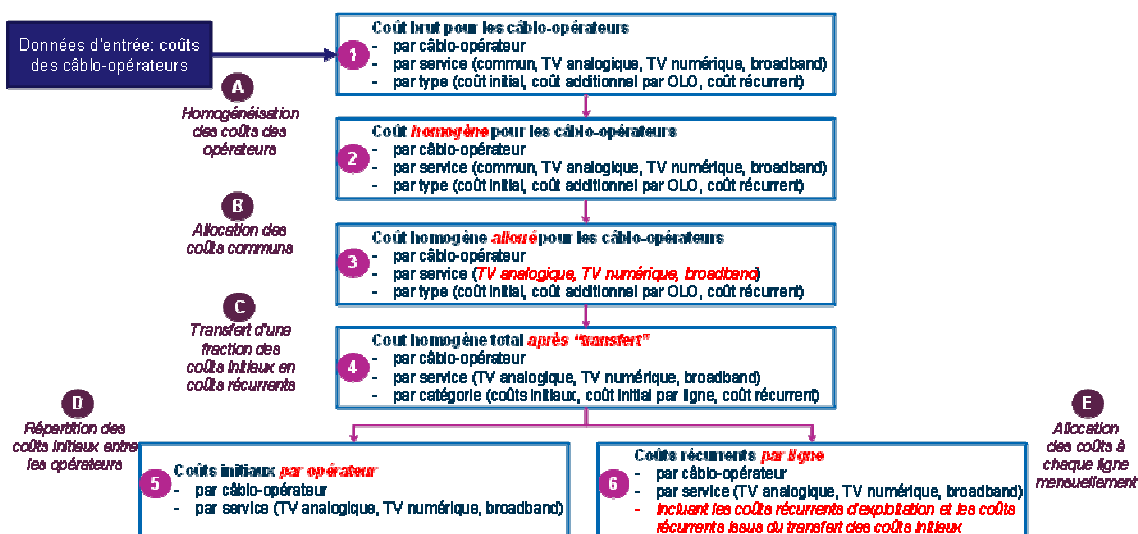


Abbildung 3: Herangehensweise [Quelle: Analysys Mason, 2012]

88. In den folgenden Unterabschnitten werden die Einzelheiten der in jeder Phase verfolgten Argumentation und Hypothesen dargelegt.

#### 6.3.4.1 Homogenisieren der Bruttokosten der Betreiber

##### Fragestellung

89. Ein erster Schritt ist notwendig, um die Kosten zwischen den Kabelnetzbetreibern zu homogenisieren:

89.1. Um den großen Unterschied zwischen den durch die verschiedenen Kabelnetzbetreiber angegebenen Kosten zu korrigieren, während *a priori* der Anteil der fixen Kosten wichtig ist und nur der Größenunterschied einen Unterschied der „effizienten“ Kosten zwischen den Kabelnetzbetreibern rechtfertigt.

89.2. Um den besonderen Verhältnissen zwischen einigen Betreibern aus den in Kapitel 5 erläuterten Gründen Rechnung zu tragen.

##### Methodologie

90. Der Gedankengang besteht darin, sich auf die von Coditel angegebenen Kosten zu stützen. Die Wahl von Coditel als Benchmark wird durch die folgenden Gründe gerechtfertigt:

90.1. Coditel bot einen geeigneten Detaillierungsgrad über seine Kostenstruktur.

- 90.2. Ihre vorherige Muttergesellschaft, Numericable France, hat bereits ähnliche Operationen in Frankreich abgeschlossen.
- 90.3. Es gilt, der Existenz von festen Kosten (die unabhängig von der Größe des Kabelnetzbetreibers sind) und von variablen Kosten (die abhängig von der Größe des Kabelnetzbetreibers sind) Rechnung zu tragen. Die beobachteten Unterschiede zwischen den Kostenschätzungen, die die verschiedenen Kabelnetzbetreiber mitgeteilt haben, scheint aufgrund des hohen Anteils der festen Kosten anormal zu sein. Feste Kosten, wie Coditel sie angibt, werden schätzungsweise [vertraulich]% der Kosten für die Umsetzung (der Prozentsatz variiert je nach Kostenkategorie) entsprechen. Variable Kosten variieren ihrerseits linear mit der Kundenbasis.
91. Tecteo und Brutélé werden als eine einzige Einheit von einer Größe, die die Kumulierung beider Abonnenntenbasen gleich ist, betrachtet. Die Kosten dieser Einheit – einschließlich der festen Kosten – werden danach an zwei Betreiber im Verhältnis zu der jeweiligen Anzahl Linien umverteilt. Dies hat zur Folge, dass die Preise pro Linie für die beiden Kabelnetzbetreiber identisch sind und dass die festen Kosten auf die beiden Kabelnetzbetreiber im Verhältnis zu der Anzahl Linien verteilt werden.
92. Coditel und AIESH werden für die Zwecke dieser Untersuchung ebenfalls als eine einzige Einheit betrachtet.

#### 6.3.4.2 Zuordnung der gemeinsamen Kosten

##### Fragestellung

93. In dieser Phase muss der Anteil an den homogenisierten Kosten, die mehreren Dienstkomponenten gemeinsam sind, auf die relevanten Dienstkomponenten verteilt werden.

##### Methodologie

94. Der Gedankengang ist, dass die gemeinsamen Kosten vollständig auf die Dienstkomponente „analoges TV“ zugewiesen werden. Diese Wahl wird aus folgenden Gründen gerechtfertigt:
- 94.1. Die Dienstkomponente „analoges TV“ ist diejenige, die den gemeinsamen Teil für alle Dienstleistungen bildet und die ein erforderliches Element auf den Weg zum Großhandelsangebot (sowohl für den alternativen Betreiber als auch für die Kabelnetzbetreiber) ist.
- 94.2. Diese gemeinsamen Kosten würden auch dann entstehen, wenn Kabelnetzbetreiber nur darauf verpflichtet wären, alleine die Komponente „Analog-TV-Dienst“ bereitzustellen. Man kann daher den Schluss ziehen, dass die Dienstkomponenten „digitales Fernsehen“ und „Breitband“ nur die

inkrementalen und spezifischen Kosten tragen sollen und deshalb keine Beteiligung an den gemeinsamen Kosten umfassen.

#### 6.3.4.3 Übertragung eines Teils der Initialkosten in wiederkehrende Kosten

##### Fragestellung

95. Die Logik dieser Etappe ist es, die Deckung des Teils der nicht initial zurückgenommenen Kosten für die Umsetzung (nach Homogenisierung und Neuzuteilung) zu organisieren. (Vgl. Abschnitt 6.3.3 DECKUNGSMODUS DER NICHT WIEDERKEHRENDEN KOSTEN).

##### Methodologie

96. Die Deckung der Anzahl der nicht initial zurückgenommenen Kosten für die Umsetzung (nach Homogenisierung und Neuzuteilung) wird zunächst wie folgt festgesetzt:
  - 96.1. Durch die Akquisition von Abonnenten<sup>26</sup>: Der Begünstigte wird nicht wiederkehrende Gebühren, die bei der Akquisition der einzelnen Abonnenten fakturiert werden, zahlen müssen. Diese Gebühren werden auf allen Linien des Kabelnetzbetreibers (einschließlich der durch den Kabelnetzbetreiber selbst auf dem Einzelhandelsmarkt verkauften Linien) und nicht nur diejenigen, die im Großhandel an den Begünstigten verkauft werden, berechnet.
  - 96.2. Durch wiederkehrende Gebühren für in Betrieb befindliche Linien: der Teil der noch nicht gedeckten Investitionskosten, und zwar weder nach Erhebung des initialen Beitrags zu den Investitionen, noch anlässlich der Akquisition der einzelnen Abonnenten, wird zu den wiederkehrenden Kosten pro Linie hinzugefügt und auf die Gesamtheit der aktiven Linien des Kabelnetzbetreibers (einschließlich der durch den Kabelnetzbetreiber selbst auf dem Einzelhandelsmarkt verkaufte Linien) und nicht nur diejenigen, die im Großhandel an den Begünstigten verkauft werden, berechnet.

#### 6.3.4.4 Verteilung der initialen Kosten

##### Fragestellung

97. Die initialen Kosten für Umsetzung, die nicht mittels eines nicht wiederkehrenden Betrags pro Linie und monatlicher wiederkehrender Gebühren pro Linie gedeckt sind, müssen auf die durch Großhandelsangebote begünstigten Betreiber verteilt werden.

---

<sup>26</sup> Diese Deckung der initialen Kosten über ein entsprechend der Akquisition neuer Abonnenten von den Empfängern des Angebots zahlbares Entgelt steht im Einklang mit der vom BIPT auf die Großhandelsprodukte Vorselektion (CPS) verwendeten Methodologie und mit der für den Großhandelsweiterverkauf des Telefonabonnements (WLR) geplante Methodologie, nämlich einen Betrag für die Migration eines (unmittelbar beim Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht abgeschlossenen) Einzelhandelslinie-Abonnenten zu einer Großhandelslinie (immer auf der Infrastruktur des Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht, aber über einen alternativen Betreiber abonniert).

## Methodologie

98. Angesichts der verfügbaren Informationen über das Interesse der Marktteilnehmer ist Folgendes anzunehmen:
- 98.1. Mindestens ein alternativer Betreiber (außer Belgacom) sollte Interesse daran haben, Angebote der Kabelnetzbetreiber in Anspruch zu nehmen. Angesichts der Merkmale des belgischen Marktes, insbesondere der bedeutenden Entwicklung der Bundles, ist es vernünftig anzunehmen, dass dieser alternative Betreiber wünschen wird, Dual-Play-Angebote anstatt nur analogen und/oder Digitalfernsehens bereitzustellen.
- 98.2. Belgacom wird vom analogen Fernsehangebot profitieren – in der Tat, nach der Entscheidung der KRK vom 1. Juli 2011<sup>27</sup> wird Belgacom nicht dazu berechtigt, von den Großhandelsangeboten zum Zugang zur digitalen Fernsehplattform und zum Weiterverkauf von Breitbandangeboten zu profitieren.
- 98.3. Der Kabelnetzbetreiber selbst wird auch als ein Begünstigter von Großhandelsangeboten betrachtet, und zwar aus den in Abschnitt [6.3.2 MITWIRKENDE ZU DEN KOSTEN FÜR DIE UMSETZUNG](#) erläuterten Gründen.
99. Daher wird angenommen, dass die Kosten auf die folgenden Begünstigten verteilt werden müssen:
- zwei Begünstigte für die Dienstekomponenten „Digitalfernsehen“ und „Breitband“;
  - drei Begünstigte für die Dienstekomponente „analoges Fernsehen“.

### *6.3.4.5 Festlegung der wiederkehrenden Kosten pro Linie und pro Monat*

#### Fragestellung

100. Ziel dieser Etappe ist es, die wiederkehrenden Betriebskosten sowie die von der Umrechnung eines Teils der initialen Kosten hergeleiteten Kosten zuzuteilen.

#### Methodologie

101. Die wiederkehrenden Kosten werden auf die Gesamtheit der aktiven Linien des Kabelnetzbetreibers (einschließlich der Linien der Einzelhandelskunden des Kabelnetzbetreibers) und nicht nur diejenigen der Begünstigten berechnet (vgl. Abschnitt [6.3.2 MITWIRKENDE ZU DEN KOSTEN FÜR DIE UMSETZUNG](#)).
102. Es wird von einem Zeitraum von drei Jahren Rechnung getragen, um die in wiederkehrenden Kosten umgewandelten initialen Kosten zu decken.

---

<sup>27</sup> KRK-Entscheidung vom 1. Juli 2011 (deutsches Sprachgebiet), §§ 753 bis 755 und §§ 860 bis 862.

### 6.3.5 KAPITALKOSTEN

#### Fragestellung

103. Der MEDIENRAT hält es für angebracht, dass die Kosten für die Umsetzung nicht in ihrer Gesamtheit beim Zeitpunkt, wo sie getragen werden, gedeckt werden, sondern dass ein Teil mittels der periodischen Gebühren gedeckt wird (vgl. Abschnitt [6.3.3 DECKUNGSMODUS DER NICHT WIEDERKEHRENDEN KOSTEN](#)).
104. Es ist daher notwendig, das Niveau der Kapitalkosten, das für die Deckung der Investitionskosten, deren Deckung über die Zeit verteilt wird, angewendet werden muss, festzulegen. Die Kapitalkosten stellen die Kosten dar, die für ein Unternehmen entstehen, um sich durch Kreditaufnahme oder auf den Finanzmärkten zu finanzieren.

#### Analyse

105. Die Kosten für die Umsetzung umfassen insbesondere Investitionskosten. Eine ständige Praxis in Sachen Regulierung besteht darin, die für die Finanzierung von Investitionen erforderlichen Kapitalkosten zu berücksichtigen. Artikel 13 Absatz 1 der Richtlinie 2002/19/EG (Zugangsrichtlinie) bezieht sich ausdrücklich darauf.<sup>28</sup>
106. Die Kapitalkosten werden im Allgemeinen mittels der WACC-Formel (Weighted Average Cost of Capital) berechnet:

$$WACC_{Vor-tax} = (1-g)/(1-t) \cdot [\text{Kosten des Eigenkapitals}] + g \cdot [\text{Kosten des Anleihekapitals}]$$

wobei:

- $g$  ist der "Finanzhebel" =  $\text{Anleihekapital} / (\text{Anleihekapital} + \text{Eigenkapital})$
- $t$  ist Besteuersatz

107. Am 4. Mai 2010 hat das BIPT einen Beschluss betreffend die Kapitalkosten für Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht in Belgien verabschiedet. Dieser Beschluss hat die Kapitalkosten, die bei der Bestimmung der Großhandelspreise der festen und mobilen Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht zu verwenden sind, auf 9,61% bzw. 10,05% festgelegt.
108. Die europäischen nationalen Regulierungsbehörden (NRA) verwenden, um die Großhandelspreise der Festnetzbetreiber festzulegen, meist zwischen 8 und 11% liegende WACC-Werte.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> [...] Um zu Investitionen der Betreiber auch in Netze der nächsten Generation anzuregen, tragen die nationalen Regulierungsbehörden den Investitionen des Betreibers Rechnung und ermöglichen ihm eine angemessene Rendite für das entsprechend eingesetzte Kapital, wobei gegebenenfalls die spezifischen Risiken im Zusammenhang mit einem bestimmten neuen Netzprojekt, in das investiert wird, zu berücksichtigen sind.

<sup>29</sup> Cullen International, Cross Country Analysis, Oktober 2012.



109. In ihrem Schreiben am FÖD Wirtschaft vom 19. November 2008 im Rahmen eines Vorschlags zur Anpassung der Preise für analoges Fernsehen hat Telenet einen WACC in Höhe von 9,86% angegeben. Bei einer anderen Gelegenheit hat Telenet erklärt, einen WACC von 8% zu verwenden.<sup>30</sup>
110. Die Finanzanalysten, welche die Ergebnisse von Telenet kommentieren, verwenden einen WACC oder Aktualisierungssatz von rund 8%.<sup>31</sup> Dieser Wert kann als untergewertet für eine Verwendung in einem regulatorischen Rahmen angesehen werden, da die Finanzanalysten in der Regel WACC-Werte nach Besteuerung verwenden, während die NRA in ihren Entscheidungen in der Regel einen WACC vor Besteuerung nutzen.
111. Um die Großhandelspreise von UPC und Ziggo zu bestimmen, hat OPTA für diese beiden Betreiber Kapitalkosten in Höhe von 10,3% berücksichtigt.<sup>32</sup>
112. Der MEDIENRAT hält es für angemessen, einen WACC von 10,3% für die Bestimmung der Großhandelspreise von Tecteo zu berücksichtigen. Dies ist eine vorsichtige Schätzung, die im oberen Bereich der zur Verfügung stehenden Benchmarks liegt und durch die einzige NRA verwendet wurde, die bisher Preise für Großhandelsdienste auf Kabelnetze bestimmt hat.

#### Schlussfolgerung

113. Die Kapitalkosten, die bei der Bestimmung der Großhandelspreise von Tecteo verwendet werden, werden auf 10,3% festgesetzt.

#### 6.4 Behandlung von Eigenwerbungskanälen ("Barker")

##### Fragestellung

114. Die Kabelnetzbetreiber verbreiten auf ihr Netzwerk, zusätzlich zu den TV-Sendern selbst, Kanäle, die im Fachjargon als „Barker“ bezeichnet werden. Dabei handelt es sich um einen oder zwei Kanäle, die für Eigenwerbung des Kabelnetzbetreibers verwendet werden. Auf diese Kanäle können das Logo des Netzbetreibers, Werbung für seine Produkte oder Werbung für Veranstaltungen, die von ihm gefördert oder gesponsert werden, ausgestrahlt werden.
115. Die Frage der „Barker“-Kanäle stellt sich nur dann, wenn diese im analogen Bereich verbreitet werden. Im Falle der digitalen „Barker“-Kanäle hat der mitbewerbende Betreiber die Möglichkeit, sie nicht zu verbreiten.
116. Diese „Barker“-Kanäle bleiben sichtbar für Benutzer, die sich für das Angebot des mitwerbenden Betreibers entschieden haben. Es gilt daher zu prüfen, ob der

---

<sup>30</sup> Pressemitteilung « Telenet upgrades outlook following closing of Interkabel transaction », 9. Oktober 2008.

<sup>31</sup> Bank of America Merrill Lynch, 26. Juni 2012: 8%; Exane BNP Paribas, 22. Oktober 2012: 7,1%.

<sup>32</sup> OPTA, WLR-C-tarieven UPC en Ziggo, 10. März 2010 (§ 173 und § 323).

wirtschaftliche Wert dieser Kanäle bei der Bestimmung der Großhandelspreise berücksichtigt werden muss.

#### Analyse

117. Die analogen „Barker“-Kanäle werden sichtbar bleiben für Benutzer, die sich für einen mitbewerbenden Betreiber entschieden haben. In der Tat ist es nicht vorstellbar, ihre Verbreitung zu verbieten oder sie zu filtern.
118. Die Verpflichtung zum Weiterverkauf des analogen Fernsehangebots besteht darin, das analoge Fernsehangebot des Betreibers mit beträchtlicher Marktmacht zu reproduzieren und es unter der eigenen Marke zu vertreiben.<sup>33</sup> In der Entscheidung der KRK geht es nicht darum, Betreibern mit beträchtlicher Marktmacht die Verpflichtung aufzuerlegen, die Zusammensetzung ihres analogen Angebots zu ändern. Es ist daher nicht vorstellbar, Kabelnetzbetreibern zu verbieten, bestimmte Kanäle zu verbreiten, seien sie Eigenwerbungskanäle.
119. Es ist auch nicht vorstellbar, diese Kanäle zu filtern. Die KRK bemerkte in diesem Zusammenhang, dass es weder technisch nicht möglich ist, Filter zu installieren, die bestimmte Kanäle blockieren, noch verhältnismäßig ist, die Verpflichtung zur Verschlüsselung des analogen Angebots aufzuerlegen, um alternativen Betreibern zu ermöglichen, nur einen Teil davon zu übernehmen.<sup>34</sup>
120. Artikel 8 (2) der Richtlinie 2002/21/EG (Rahmenrichtlinie) beauftragt die nationalen Regulierungsbehörden damit, den Wettbewerb bei der Bereitstellung elektronischer Kommunikationsnetze und -dienste sowie zugehöriger Einrichtungen und Dienste zu fördern, indem sie unter anderem gewährleisten, dass es keine Wettbewerbsverzerrungen oder -beschränkungen im Bereich der elektronischen Kommunikation, einschließlich der Bereitstellung von Inhalten, gibt.
121. Mit Blick auf die Förderung des Wettbewerbs gilt es, den kommerziellen Vorteil, den die Eigenwerbungskanäle darstellen, in gerechter Weise auszugleichen. Der MEDIENRAT hält es für angemessen, dem einzelnen Kabelnetzbetreiber die Wahl zu überlassen, seine Eigenwerbungskanäle weiterhin zu verbreiten, jedoch den dadurch entstandenen kommerziellen Vorteil bei der Bestimmung der Großhandelspreise zu berücksichtigen. In der Tat:
  - 121.1. Inhalte, die auf diesen Kanälen verbreitet werden, stellen einen wirtschaftlichen Wert dar. In der Tat wird der Benutzer durch Zappen mit der Fernbedienung mit Logos oder Meldungen, die sich direkt auf den Kabelnetzbetreiber beziehen, konfrontiert.

---

<sup>33</sup> KRK-Entscheidung vom 1. Juli 2011 (deutsches Sprachgebiet), § 486.

<sup>34</sup>KRK-Entscheidung vom 1. Juli 2011 (deutsches Sprachgebiet), § 489.

- 121.2. Wirbt der Begünstigte eines Großhandelsangebots für den Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht, ist dies unbestreitbar ein wirtschaftlicher Vorteil für Letzteren.
- 121.3. Eine solche Werbung für einen Mitbewerber steht im Gegensatz zu den Zielen der Entscheidung der KRK vom 1. Juli 2011, nämlich zu der Entwicklung eines wirksamen und nachhaltigen Wettbewerbs auf dem Markt.
122. Die Berücksichtigung des wirtschaftlichen Vorteils, den ein Betreiber hat, ist ein bekanntes methodologisches Prinzip, auf das zum Beispiel in den geltenden Vorschriften im Bereich des Universaldienstes Bezug genommen wird:
- 122.1. Die Erwägungsgründe 19 und 20 der Richtlinie 2002/22/EG (Universaldienstrichtlinie)<sup>35</sup> lauten:
- (19) Bei jeder Berechnung der Nettokosten des Universaldienstes sollte den Kosten und Erträgen ebenso wie den immateriellen Vorteilen, die sich aus der Erbringung des Universaldienstes ergeben, angemessen Rechnung getragen werden, doch sollte das allgemeine Ziel kostenorientierter Preisstrukturen nicht beeinträchtigt werden. Nettokosten der Universaldienstverpflichtungen sollten anhand transparenter Verfahren berechnet werden.*
- (20) Die Berücksichtigung des immateriellen Nutzens bedeutet, dass der finanzielle indirekte Nutzen geschätzt wird, den ein Unternehmen aus seiner Position als Erbringer eines Universaldienstes zieht, und bei der Ermittlung der Gesamtkostenbelastung von den direkten Nettokosten der Universaldienstverpflichtungen abgezogen wird.*
- 122.2. Der Grundsatz einer Berücksichtigung der immateriellen Vorteile steht im Anhang IV dieser Richtlinie:
- [...] Bei der Nettokostenberechnung sollten die Vorteile für den Universaldienstbetreiber, einschließlich der immateriellen Vorteile, berücksichtigt werden.*
123. Der MEDIENRAT ist daher der Auffassung, dass der wirtschaftliche Wert der Eigenwerbungskanäle bei der Bestimmung der Großhandelspreise berücksichtigt werden muss.
124. Im Fall von VOO (Brutélé und Tecteo) unterscheidet man zwischen zwei Eigenwerbungskanälen:

---

<sup>35</sup> Richtlinie 2002/22/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über den Universaldienst und Nutzerrechte bei elektronischen Kommunikationsnetzen und -diensten (Universaldienstrichtlinie) (ABl. L 108 v. 24. April 2002, S. 51-57).

- 124.1. Ein Kanal, auf dem ein animiertes Logo mit den Worten „VOO TV – TEL – NET“ in der Schleife verbreitet wird;
- 124.2. Die Verbreitung von Eigenwerbung auf dem Kanal BeTV<sup>36</sup> in der Zeit, wo die Sendungen von BeTV verschlüsselt verbreitet werden.
125. Der *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (CSA) der Französischen Gemeinschaft hat einen Bericht mit dem Titel „La communication commerciale dans les médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles, Synthèse et évolutions 2010-2011“<sup>37</sup> veröffentlicht. In diesem Bericht steht die tägliche durchschnittliche Anzahl Minuten Werbung im Fernsehen (Abbildung 6, Seite 10). Diese Anzahl reicht von 11 Minuten für BeTV bis 98 Minuten für RTL-TVi im Jahre 2010 (bzw. von 14 bis 99 im Jahre 2011).
126. Der MEDIENRAT geht davon aus, dass die Eigenwerbungskanäle von VOO bei den Kunden, die mit analogem Fernsehen (allein oder mit dem Digitalfernsehen) versorgt werden, eine vergleichbare Zuschauerzahl erreichen, wie die Werbung auf BeTV. Dies ist eine vorsichtige Annahme, da die Werbung auf BeTV nur zwischen ca. 19.00 Uhr und 20.50 Uhr (unverschlüsselt) verbreitet wird, während die Eigenwerbungskanäle kontinuierlich (im Falle des ersten Kanals) und während aller verschlüsselter Stunden (im Falle des zweiten Kanals) ausgestrahlt werden. Die Annahme ist auch vernünftig, wenn man bedenkt, dass die Werbedauer auf BeTV die niedrigste der in dem Bericht des CSA analysierten Sender ist.
127. BeTV erhielt im Jahre 2010 [vertraulich] EUR des Nettoeinkommens (d.h. Brutto-Werbeentnahmen, Gesamtinvestitionen der Werbetreibenden, abzüglich der Vergütung der Vermittler). Dividiert man diesen Betrag durch 12 und die Gesamtzahl der Anschlüsse von Brutélé und Tecteo, kann der Werbewert der Eigenwerbungskanäle um [vertraulich] Cent pro Linie und pro Monat geschätzt werden.
128. Betreibern mit beträchtlicher Marktmacht bleibt es unbenommen, ihr Einzelhandelsangebot frei festzulegen, also auch freiwillig auf ihre Eigenwerbungskanäle zu verzichten. In einem solchen Fall würde die durch die Berücksichtigung des Werts dieser Kanäle veranlasste Korrektur des Großhandelspreises nicht mehr benötigt.

#### Schlussfolgerung

129. Der wirtschaftliche Wert der Eigenwerbungskanäle muss bei der Ermittlung der Preise gemäß der *Retail minus*-Methodologie berücksichtigt werden.
130. Dieser wirtschaftliche Wert wird wie folgt ermittelt:

---

<sup>36</sup> BeTV ist ein Fernsehsender, der ein vertrieben von dem Kabel verbreitetes Pay-TV-Angebot bereitstellt, auf dem Tecteo eine direkte und indirekte Rechtskontrolle ausübt (Quelle: Geschäftsbericht 2010 und Website Tecteo).

<sup>37</sup> <http://www.csa.be/documents/1705>.

130.1. Tecteo : [vertraulich] eurocents

#### 6.5 Erträge der Einzelhandelsdienste

##### Fragestellung

131. Der Einzelhandelspreis eines Betreibers ergibt sich nicht nur aus den Kosten, die er trägt, von denen einige vermeidbar sind, sondern auch aus der Verdienstspanne, die er erzielt.
132. Es gilt zu prüfen, ob bei der Ermittlung des *Minus* die Verdienstspanne, die der Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht erzielen kann, berücksichtigt werden muss.

##### Analyse

133. Die Differenz zwischen dem Einzelhandelspreis und den vermeidbaren Kosten bei der Bereitstellung eines Großhandelsangebots besteht nicht nur in den Kosten der „Netzwerk“-Tätigkeiten des Kabelnetzbetreibers (d.h. Tätigkeiten, die den Zugangsdienstleistungen, deren Bereitstellung ihm auferlegt worden sind, inhärent sind); diese Differenz schließt auch die Verdienstspanne, die der Kabelnetzbetreiber auf dem Verkauf seiner Dienstleistungen auf dem Einzelhandelsmarkt erzielt, ein.
134. Würde man die vermeidbaren Kosten des Einzelhandelspreises streng abziehen, hätte dies zur Folge, dass dieser ganz in den Händen des Betreibers mit beträchtlicher Marktmacht, der die Großhandelsdienstleistungen bereitstellt, bleiben würde. Es würde auch bedeuten, dass ein alternativer Betreiber, der diese Großhandelsdienstleistungen ankauft, keine Verdienstspanne auf dem Verkauf seines Einzelhandelsproduktes erzielen würde, auch nicht dann, wenn er sich so effizient wie der Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht erweist,
135. In einer solchen Situation würden Großhandelsdienstleistungen auf einem solchen Niveau fakturiert, dass:
  - 135.1. alternative Betreiber nicht dazu ermutigt wären, zu investieren, um von diesen Angebote zu profitieren, wird ihnen doch jegliche Verdienstspanne entzogen.
  - 135.2. alternative Betreiber, die dennoch in den Markt eintreten würden, nicht in der Lage wären, einen wirklichen Wettbewerbsdruck auf die von Betreibern mit beträchtlicher Marktmacht praktizierten Einzelhandelspreise auszuüben, (da sie nicht in der Lage wären, ihre eigenen Einzelhandelspreise ohne Verlust zu sinken).
136. In einem solchen Fall könnten die Benutzer nicht in den Genuss der Vorteile des Wettbewerbs kommen und die erwarteten Ziele der Entscheidung der KRK vom 1. Juli 2011 nicht erreicht werden.
137. Bei der Ermittlung des *Minus* muss daher die Verdienstspanne, die der Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht auf den Dienstleistungen, die er auf dem Einzelhandelsmarkt

verkauft, erhalten kann, berücksichtigt werden. Die Zuweisung eines Teils dieser Verdienstspanne in den *Minus* soll, auf der einen Seite, dem Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht ermöglichen, eine Verdienstspanne aufrechtzuerhalten, wenn er seine Großhandelsdienstleistungen an alternative Betreiber verkauft und, auf der anderen Seite, auch Letzteren ermöglichen, eine Verdienstspanne zu erzielen.

138. Ein solcher Ansatz wird in den Arbeiten der *Independent Regulators Group* im Zusammenhang mit dem *Retail minus* erwogen, in denen es heißt, dass der *Minus* eine gewisse Spanne, die der historische Betreiber auf den Einzelhandelskosten erzielt, berücksichtigen kann:

*An NRA should consider whether the minus should also account for a return on capital employed for those retail costs included in the calculation of minus. If an NRA decides that the minus should include this, then there are potentially a range of possible approaches available to calculate the level of this cost to be included. These possible approaches could include using the notified operator's weighted average cost of capital (adjusted to reflect risks in the specific market if the NRA has adopted a divisional cost of capital) or using an estimate for a benchmark of cost of capital of the sector, or using an alternative measure of returns such as return on turnover.<sup>38</sup>*

139. Das BIPT hielt eine ähnliche Argumentation in seinem Entwurf einer Entscheidung über den Weiterverkauf des Telefon-Abonnements:

*208. Enfin, l'IBPT souligne que lors de la détermination du minus, il faut tenir compte de la marge bénéficiaire que Belgacom peut obtenir sur les revenus d'abonnement. L'imputation d'une partie de la marge dans le minus devrait par conséquent permettre tant à Belgacom qu'à l'acheteur WLR de réaliser une partie de la marge.<sup>39</sup>*

140. Die niederländische Regulierungsbehörde OPTA hat ebenfalls bei der Berechnung des *Minus* anlässlich seiner Entscheidung über den Weiterverkauf der Fernsehdienstleistungen von UPC und Ziggo<sup>40</sup> eine Spanne berücksichtigt. Die Begründung für die Berücksichtigung dieser Spanne wird in den von OPTA

---

<sup>38</sup> IRG, public consultation document, Principles of implementation and best practices regarding the use and implementation of Retail Minus pricing as applied to electronic communication activities, 30 novembre 2005.

<sup>39</sup> Projet de décision du 20 décembre 2006 concernant les aspects qualitatifs et quantitatifs de l'offre de référence WLR.

<sup>40</sup> OPTA, WLR-C-tarieven UPC en ZIGGO, 10. März 2010.

durchgeführten Marktanalysen für die Versorgungsgebiete von UPC<sup>41</sup> und Ziggo<sup>42</sup>

---

enthalten:

*Onder de retailkosten verstaat het college ook een redelijk rendement. Dit redelijk rendement dient ter dekking van risico's die met de retailactiviteiten samenhangen. Het college baseert de risicovergoeding op een normrendement. Het college zal nader onderzoek doen om dit normrendement te bepalen. Dit normrendement kan het college daarbij baseren op het rendement dat vergelijkbare bedrijven in een concurrerende omgeving realiseren. Toepassing van UPC's eigen daadwerkelijk gerealiseerde rendement is hiervoor pas geschikt indien uit nader onderzoek blijkt dat dit rendement geen extra winsttopslag bevat bovenop de met de retailactiviteiten samenhangende risico's. Hantering van een rendement inclusief extra winsttopslag zou betekenen dat de minus zo groot zou worden dat inefficiënte toetreding mogelijk is, hetgeen het college niet wenselijk acht.*

141. Um das Niveau der Verdienstspanne zu bestimmen, die bei der Berechnung des *Minus* berücksichtigt werden muss, muss man die Höhe der Spanne, die die Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht erreicht haben, ermitteln. Der MEDIENRAT hat die Umsatzrendite (*Return on Sales* oder *RoS*) als Indikator verwendet. Die RoS kann als der Quotient zwischen dem Ergebnis vor Zinsen und Steuern (*earnings before interest and taxes*, *EBIT*) und dem Umsatz definiert werden:

$$\text{RoS} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Umsatz}}$$

142. Die RoS von Brutélé, Tecteo, Coditel und Telenet wurde anhand der bei der Bilanzzentrale der BNB verfügbaren Daten oder der von den Kabelnetzbetreibern veröffentlichten finanziellen Daten ermittelt. Die Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

Betreiber	2006	2007	2008	2009	2010	Durschnitt
Brutélé	13,26%	15,85%	17,24%	13,88%	4,69%	12,98%
Tecteo	20,72%	9,47%	20,96%	-37,66%	-39,24%	-25,75%
Coditel	32,48%	29,37%	28,47%	34,80%	32,56%	31,54%
Telenet S.A.	5,72%	9,95%	11,17%	8,92%	16,45%	10,44%
Telenet Group Holding <sup>43</sup>	17,67%	22,03%	23,43%	24,93%	26,52%	22,92%

**Abbildung 4: Umsatzerträge der Kabelnetzbetreiber**

143. Diese Tabelle zeigt hohe, manchmal sehr hohe Erträge, was den MEDIENRAT in seiner Auffassung bestärkt, einen Teil der Spanne in den Minus einzuschließen, um sowohl dem Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht als auch dem Begünstigten zu ermöglichen, eine Verdienstspanne zu erzielen.



144. Angesichts der durch Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht erzielten Erträge, hält der MEDIENRAT es für vernünftig, eine Umsatzrendite von 5% zu berücksichtigen. Es wird daher im *Minus* einen Betrag in Höhe von 5% des betroffenen Referenzpreises berücksichtigt (vgl. Abschnitt 6.6 Referenzeinzelhandelspreis einer jeden Dienstekomponente).

#### Schlussfolgerung

145. Bei der Ermittlung der Großhandelspreise gemäß der *Retail minus*-Methodologie muss eine Umsatzrendite von 5% berücksichtigt werden.

### 6.6 Referenzeinzelhandelspreis einer jeden Dienstekomponente

#### Fragestellung

146. Dieser Abschnitt stellt die Methodologie zur Bestimmung der Referenzeinzelhandelspreise, also der Ansatzpunkte für die Bewertung des Minus unter Berücksichtigung der zuvor berechneten Kosten (vermeidbare Kosten und großhandelsangebotsspezifische Kosten), dar.

#### Methodologie

147. Die nominalen Einzelhandelspreise der Betreiber (das heißt die Preise, so wie sie in den Preislisten oder auf den Websites der Betreiber gefunden werden können) sind kein relevanter Ausgangspunkt für die Bestimmung der Großhandelspreise. In der Tat sieht die Entscheidung der KRK vom 1. Juli 2011<sup>44</sup> vor, dass die Preise die folgenden Prozesse durchlaufen müssen:

147.1. Abzug der MwSt.

147.2. Abzug der für den Erwerb des Inhalts erforderlichen Urheberrechte.

147.3. Berücksichtigung der durch den Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht durchgeführten Rabatte und Aktionen für den betreffenden Einzelhandelsdienst.

148. Aus diesem Grund stützen sich die Referenzpreise auf die durchschnittlichen Einnahmen pro Benutzer (ARPU<sup>45</sup>) jeder einzelnen Dienstekomponente. Die Verwendung von ARPU ermöglicht es, die Mehrwertsteuer, die Urheberrechte und verwandte Rechte auszuschließen und die Rabatte und andere Aktionen zu berücksichtigen, in Übereinstimmung mit den in der Entscheidung der KRK gesetzten Grundsätzen.

149. Anpassungen waren erforderlich, was die Verteilung der Einnahmen „Fernsehen“ und „Breitband“ einiger Kabelnetzbetreiber angeht. In der Tat hängen die Modalitäten zur Verteilung der Einnahmen eines Bundles „TV + Breitband“ von Buchführungspraktiken, die für jeden Betreiber spezifisch sind und sich deshalb von einem Betreiber zum anderen unterscheiden, ab. In manchen Fällen hat dies zur Folge, bedeutsam unterschiedliche ARPU für die einzeln genommenen TV- und Breitband-Komponenten zu verursachen,

obwohl die globalen ARPU „TV + Breitband“ viel besser vergleichbar sind. Die Aufgliederung der Einnahmen der Bundles „TV + Breitband“ zwischen Einnahmen „TV“ und Einnahmen „Breitband“ wurde daher angepasst, um die Abweichung zwischen den ARPU verschiedener Kabelnetzbetreiber zu minimieren.<sup>46</sup>

150. Die Einnahmen der bei den Benutzern durchgeführten Interventionen wurden in die Einnahmen der verschiedenen Komponenten (Breitband, TV, andere) gemäß der gleichen Zuweisung wie die mit Interventionen zusammenhängenden vermeidbaren Kosten, das heißt aufgrund einer Zuweisung pro Diensteeinheiten (RGU), integriert.

#### 6.6.1 Referenzpreise der Angebote „analoges Fernsehen“ und „digitales fernsehen“

151. Die Referenzpreise des analogen Fernsehangebots und des digitalen Fernsehangebots sind gleich der ARPU der Fernsehkomponente. Angesichts der von den Kabelnetzbetreibern erhaltenen Informationen in Bezug auf die Anzahl Abonnenten und die Einnahmen scheint es in der Tat irrelevant, den ARPU des analogen Fernsehens vom ARPU des digitalen Fernsehens zu unterscheiden.
152. Bezüglich des analogen Fernsehens wird durch den ARPU einen einheitlichen Referenzpreis bestimmt, auch wenn derzeit die Einzelhandelspreise des analogen Fernsehens innerhalb des Versorgungsgebiets eines Kabelnetzbetreibers aus historischen Gründen (aus der Zeit, wenn der Kabelrundfunk entsprechend dem Gebiet der verschiedenen Interkommunalen mehr fragmentiert war)<sup>47</sup> unterschiedlich sein können. Die Großhandelspreise müssen nicht unbedingt solche Unterschiede widerspiegeln, die auf dem Einzelhandelmarkt zwar bestehen, aber nicht in technischer oder wirtschaftlicher Hinsicht gerechtfertigt sind.
153. Darüber hinaus bleiben diese Einzelhandelspreisunterschiede innerhalb des Versorgungsgebiets eines und denselben Kabelnetzbetreibers in Grenzen (wie die niedrige Differenzierung der vorgeschlagenen Großhandelspreise bei Telenet,<sup>48</sup> der vorschlägt, sein Versorgungsgebiet in drei Teile zu segmentieren, belegt). Nichts steht daher im Wege, einen einheitlichen Großhandelspreis für das gesamte Versorgungsgebiet eines und denselben Kabelnetzbetreibers zu bestimmen. Im Gegenteil würde die Berechnung verschiedener Werte von ARPU für verschiedene Segmente des Versorgungsgebiets eines Kabelnetzbetreibers einen zusätzlichen Komplexitätsgrad darstellen. Die Fakturierung der Großhandelsdienste würde auch dadurch unnötig verkompliziert.

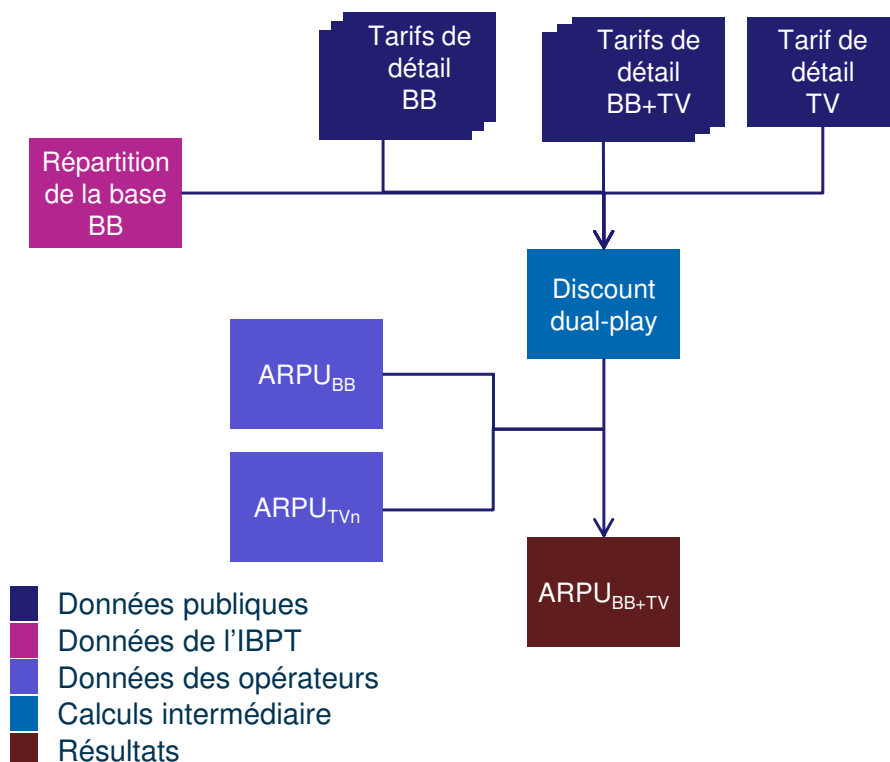
#### 6.6.2 Referenzpreis des „Dual-play“-Angebot

154. Um die Referenzpreise des Angebots „Dual-play-Fernsehen + Breitband (einschließlich analog und digital)“ zu bestimmen, ist es notwendig, die Verschiedenheit der Ströme (*streams*), die im Einzelhandelsangebot der Kabelnetzbetreiber existiert, zu berücksichtigen.
155. Wie die anderen Referenzpreise, basiert der Referenzpreis des Angebots „dual play“ auf den durchschnittlichen Umsatz pro Nutzer. Dieser durchschnittliche Umsatz pro Nutzer

des Bündels – oder  $ARPU_{BB+TVd}$  – kann nicht durch einfaches Addieren des durchschnittlichen Umsatzes pro Abonnent der Dienstekomponente „digitales Fernsehen“  $ARPU_{TVd}$  (von der man davon ausgeht, dass sie die Dienstekomponente „analoges Fernsehen“ umfasst) und des durchschnittlichen Umsatzes pro Abonnent der Dienstekomponente Breitband  $ARPU_{BB}$ . In der Tat, mittels einer dem Endbenutzer gewährten Ermäßigung schafft die Preisfestsetzung auf dem Einzelhandelsmarkt einen Anreiz, zwei Dienste gebündelt, anstatt die beiden Dienste separat (z. B. bei zwei verschiedenen Anbietern) zu abonnieren. Es gilt daher, die Höhe des mit der Bündelung von Breitband mit Fernsehen verbundenen Rabatts (in der folgenden Abbildung durch den Begriff „Discount Dual-play“ gekennzeichnet) zu prüfen. Dieser „Discount Dual-play“ kann aus der Verteilung der Breitband-Abonnentendatenbank, dem Einzelhandelspreis „Breitband“ alleine, auf der einen Seite, und Fernsehen + Breitband, auf der anderen Seite, berechnet werden.

156. Man kann dann den „Discount Dual-play“ auf die Summe der ARPU beider Dienstekomponenten wieder anwenden, um den Dual-play-ARPU zu erhalten.

157. Die folgende Abbildung zeigt die Methodologie:



**Abbildung 5: Logik des ARPU des gebündelten Angebots Fernsehen + Breitband [Quelle: Analysys Mason, 2012]**

### Schlussfolgerung

158. Die Referenzpreise des Angebots „analoges Fernsehen“ und des Angebots „digitales Fernsehen“ entsprechen dem ARPU der Komponente Fernsehen (ohne eine Unterscheidung zwischen analogem und digitalem Fernsehen zu machen).

159. Der Referenzpreis der Angebote Dual-Play „Breitband + Fernsehen (einschließlich des analogen und des digitalen Fernsehens)“ ist gleich der Summe der ARPU der Dienstekomponenten, abzüglich der Höhe des mit der Bündelung von Breitband mit Fernsehen verbundenen Rabatts.

## 7 Wert und Anwendung des *Minus*

### 7.1 Wert des *Minus*

#### Fragestellung

160. Der *minus* ergibt sich schließlich aus der Kombination der in den vorherigen Schritten erhaltenen Ergebnisse:
- Die vermeidbaren Kosten;
  - Der wirtschaftliche Wert der Eigenwerbungskanäle;
  - Der Umsatzertrag;
  - Der noch nicht zurückgenommene Teil der (nicht wiederkehrenden) Investitionskosten.
161. Die vermeidbaren Kosten, der wirtschaftliche Wert der Eigenwerbungskanäle und der Umsatzertrag tragen positiv zum *Minus* bei (das heißt, dass, wenn der Wert eines dieser Elemente zunimmt, der *Minus* zunimmt). Hingegen trägt die Übertragung des noch nicht zurückgenommenen Teils der Investitionskosten negativ zum *Minus* bei (das heißt, dass, wenn der Wert dieses Elements zunimmt, der *Minus* abnimmt).
162. Das Modell liefert detaillierte Ergebnisse pro Betreiber und pro Art des Angebots (analog, digital und analog, Dual-play).<sup>49</sup> Es ist notwendig, die geeigneten *Minus*-Werte unter Berücksichtigung dieser Ergebnisse zu ermitteln.

#### Analyse

163. Der MEDIENRAT stellt fest, dass die mittels des Modells erhaltenen Ergebnisse für einige Betreiber (Brutélé, Tecteo, Telenet) relativ nahe sind. Der MEDIENRAT trägt von der Tatsache Rechnung, dass angesichts dessen, dass dies die erste Anwendung eines Verfahrens zur Ermittlung der Großhandelsdienstpreise auf dem Kabel ist, das Modell notwendigerweise eine große Anzahl von Annahmen enthält und es wahrscheinlich ist, dass es sich in der Zukunft entwickeln wird. Aus diesem Grund hält der MEDIENRAT es für angemessen und vorsichtig:
- 163.1. die gleichen *Minus*-Werte auf Tecteo als auf Brutélé und Telenet anzuwenden;
- 163.2. *Minus*-Werte zu wählen, die sich im unteren Bereich der Modellergebnissesspanne befinden.

### Schlussfolgerung

164. Die Großhandelspreise müssen wie folgt ermittelt werden:

$$\text{Großhandelspreis} = (\text{Geltender Einzelhandelspreis einschließlich MwSt} - \text{MwSt} - \text{Beitrag für Urheberrechte}^{50}) \times (1 - M \%)$$

*M wird gemäß folgender Tabelle bestimmt:*

	<b>Tecteo</b>
Analoges Fernsehen	35%
Analoges + Digitalfernsehen	35%
Dual play-Fernsehen + Breitband	30%

**Abbildung 6: Pro Art Angebot anwendbare minus-Werte**

7.2 Anwendung auf bestehende oder früher vertriebene Tarifpläne

### Fragestellung

165. Kabelnetzbetreiber passen regelmäßig ihre Tarifpläne an oder führen neue Tarifpläne ein. Allerdings werden diese neuen Tarifbedingungen nicht automatisch auf alle bestehenden Kunden angewendet. Einige – ältere – Tarifpläne werden derzeit nicht mehr vermarktet, gelten dennoch weiterhin für bestimmte Benutzer.

### Analyse

166. Der *Minus* findet logischerweise auf jeden Tarifplan, dessen Vermarktung gerade läuft, (oder dessen Vermarktung der Kabelnetzbetreiber nach Verabschiedung dieses Beschlusses einleiten würde) Anwendung.
167. Nimmt der Betreiber Tarifänderungen vor, werden bestehenden Kunden die neuen Tarifbedingungen nicht automatisch angewandt. Damit diese neuen Bedingungen auf sie angewandt werden, müssen sie einen freiwilligen Gang zum Betreiber machen, entweder indem sie den Tarifplan wechseln oder entsprechend auf eine Anfrage deren Betreiber reagieren.
168. Folglich kann es eine Reihe von Kunden geben, auf die Tarifpläne angewandt werden, die jedoch von den Kabelnetzbetreibern nicht mehr vermarktet werden (d.h. dass, obwohl sie noch auf einige Kunden angewendet werden, es derzeit nicht mehr möglich ist, sie zu abonnieren).
169. Tarifpläne, die von den Kabelnetzbetreibern nicht mehr vermarktet werden, generieren dennoch weiterhin Einnahmen für die Kabelnetzbetreiber. Auf dieser Weise beeinflussen sie den ARPU der verschiedenen Dienste, der als Referenzpreis dient, um den *Minus* zu bestimmen.

170. Diese Tarifpläne, deren Vermarktung abgelaufen ist, können besondere Eigenschaften haben, die sie sowohl für die Nutzer (z.B. wegen eines besseren Preis-/Leistungsverhältnisses) oder für die Kabelnetzbetreiber (z.B. dank einer günstigeren Verdienstsparne) besonders interessant machen.
171. Es ist daher angebracht, dass die Begünstigten der Zugangsangebote, die nicht mehr durch die Kabelnetzbetreiber vermarktet, aber weiterhin einigen ihrer Kunden bereitgestellten Angebote, weiterverkaufen dürfen und dabei den gleichen *Minus*<sup>51</sup> genießen.
172. Ein Weiterverkauf der Einzelhandelsangebote, die nicht mehr vermarktet werden, erfordert, dass die Begünstigten der Zugangsangebote von der Existenz dieser Angebote sowie von den auf sie anwendbaren Einzelhandelspreisen erfahren. Diese Informationen müssen unbedingt durch die Kabelnetzbetreiber zur Verfügung gestellt werden.

#### Schlussfolgerung

173. Die in § 164 bestimmten *Minus* gelten für sämtliche Tarifpläne der Kabelnetzbetreiber:
  - 173.1. Tarifpläne, die zum Zeitpunkt der Verabschiedung dieses Beschlusses vermarktet werden.
  - 173.2. Tarifpläne, deren Vermarktung nach Verabschiedung dieses Beschlusses beginnen würde.
  - 173.3. Tarifpläne, die von Kabelnetzbetreibern nicht mehr vermarktet werden, aber die sie weiterhin auf einen Teil ihrer Kundschaft anwenden.
174. Tecteo muss den Begünstigten der Zugangsangebote eine vollständige Liste der nicht mehr vermarkteten Tarifpläne mit den Einzelhandelspreisen, die sie umfassen, zur Verfügung stellen.

#### 7.3 Anwendung auf die Neben- oder Zusatzdienstleistungen

##### Fragestellung

175. Die Einzelhandelspreise der Kabelnetzbetreiber bestehen nicht nur aus einem Monatsabonnement. Darüber hinaus gibt es für den Benutzer auch eine Reihe von anderen spezifischen Kosten und Gebühren (z. B. die Installation einer neuen Verbindung oder die Aktivierung eines Dienstes).

##### Analyse

176. Neben dem Monatsabonnement sind eine Reihe von spezifischen Kosten und Gebühren in der Preisliste der Kabelnetzbetreiber vorgesehen. Es ist daher angebracht, für sie einen entsprechenden Großhandelspreis vorzusehen.

177. Ein theoretischer Ansatz könnte darin bestehen, einen *Retail minus*-Preis für jede der betroffenen Leistungen zu bestimmen. Der MEDIENRAT ist jedoch der Ansicht, dass ein solcher Ansatz „Leistung für Leistung“ in der Praxis nicht machbar ist. Die Bestimmung mehrerer *Minus* würde zu zusätzlichem administrativem Aufwand mit zu der Bedeutung dieser Leistungen unverhältnismäßigen Kosten führen. Darüber hinaus wäre die Genauigkeit dieser Methode nicht garantiert, weil die Möglichkeit besteht, dass der Preis für diese Leistungen manchmal niedriger als ihre Kosten ist, und dass diese Kosten durch andere Mittel zurückgenommen werden (z. B. ist es möglich, dass einige Installationskosten nicht bei der Installation fakturiert werden, sondern a posteriori durch die monatlichen Gebühren zurückgenommen werden).
178. Daher entscheidet sich der MEDIENRAT für eine pragmatische Lösung, die darin besteht, den gleichen Minus auf alle Elemente, die die Preislisten des Betreibers mit beträchtlicher Marktmacht bilden, anzuwenden.
179. Dies bedeutet auch, dass die kostenfrei vom Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht bereitgestellten Leistungen auf Einzelhandelebene es auch auf Großhandelsebene sein werden. Geht man davon aus, dass die Kosten dieser Leistungen durch Elemente der bestehenden Einzelhandelspreise (einschließlich der monatlichen Gebühr) zurückgenommen werden, ist es logisch, dass diese Kosten auch über die Großhandelspreise, die der Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht anwendet, zurückgenommen werden.

#### Schlussfolgerung

180. Die in § 164 bestimmten *Minus* sind anwendbar auf alle Elemente, die die Preisliste der Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht bilden.

## **8 Periodische Aktualisierung und Kostenkontrolle**

### 8.1 Periodische Aktualisierung der Preise

#### Fragestellung

181. Die Kosten und die Einnahmen der Unternehmen variieren im Laufe der Zeit. Es ist daher notwendig, in regelmäßigen Abständen zu einer Neuberechnung der *Minus*-Werte auf Grundlage aktualisierter Daten über Kosten und Einnahmen.

#### Analyse

182. Die Kabelnetzbetreiber passen regelmäßig ihre Tarifpläne an oder führen neue Tarifpläne ein. Diese neuen Angebote können sowohl den ARPU der verschiedenen Dienste (weil die Einzelhandelspreise geändert werden) als auch die vermeidbaren Kosten (z. B. weil die Einführung neuer Einzelhandelsstarifpläne Marketingaufwendungen verursachen) beeinflussen. Die Kosten für die Umsetzung der Verpflichtungen können sich auch im Laufe der Zeit ändern.

183. Aus diesen Gründen ist es notwendig, die *Minus*-Werte in regelmäßigen Abständen zu aktualisieren.
184. Der *Minus* kann aber nicht bei jeder Änderung der Einzelhandelspreise neu bewertet werden. Eine solche Aktualisierungshäufigkeit würde eine zu große Arbeitsbelastung für Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht und für die Regulierungsbehörde generieren, und zwar ohne erheblichen Mehrwert. Tatsächlich ist es unwahrscheinlich, dass, isoliert betrachtet, ein geänderter oder neuer Tarifplan an sich sehr erhebliche Auswirkungen auf den *Minus* hätte.
185. Der MEDIENRAT hält es für angemessen und verhältnismäßig, dass die *Minus*-Werte für einen Zeitraum von einem Jahr gelten. Diese Dauer ermöglicht es, eventuelle saisonale Effekte zu beseitigen und entspricht der minimalen Periodizität, mit der Unternehmen ihre allgemeine Buchhaltung<sup>52</sup> erstellen. Diese Periodizität entspricht desweiteren der statistischen Datenerhebung des BIPT, auf die der MEDIENRAT zurückgreifen kann.

#### Schlussfolgerung

186. Die geltenden *Minus*-Werte müssen jährlich überprüft werden.
187. Tecteo wird jährlich die für die Revision der *Minus*-Werte erforderlichen Daten gemäß dem ihm von dem MEDIENRAT bekannt gegebenen Format.

## 8.2 Kostenkontrolle

#### Fragestellung

188. Die Entscheidung der KRK vom 1. Juli 2011 (deutsches Sprachgebiet) sieht weder eine getrennte Buchführung noch ein Kostenverbuchungssystem vor. Allerdings ist es erforderlich, eine Kontrolle über die dem Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht tatsächlich entstehenden Kosten auszuüben.

#### Analyse

189. Die Entscheidung der KRK vom 1. Juli 2011 sieht vor, dass der Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht dem MEDIENRAT alle Elemente, die es ihm ermöglichen, die Einhaltung der Verpflichtungen in Bezug auf die Preise zu kontrollieren, mitteilt.
190. Gemäß Artikel 102 des Dekrets vom 27. Juni 2005 kann der MEDIENRAT im Rahmen seiner Zuständigkeit durch mit Gründen versehene Anfrage alle nützlichen Informationen von jeder betroffenen Person zu verlangen. Der MEDIENRAT legt die Frist zur Mitteilung der angefragten Informationen fest.
191. Es ist notwendig, einen klaren und detaillierten Überblick der von dem betroffenen Betreiber getragenen Kosten zu erhalten. In der Tat:



- 191.1. Der MEDIENRAT muss eine Kontrolle über die tatsächlich von dem Betreiber vorangetriebenen Kosten ausüben können. So muss sich der MEDIENRAT vergewissern, dass die Kosten für die Umsetzung denjenigen, die für einen effizienten Betreiber entstehen, entsprechen.
- 191.2. Der Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht muss in der Lage sein, seine Kosten zu bestimmen, um ein angemessenes Zurückbekommen hierfür zu erhalten. Es ist daher in seinem eigenen Interesse, dass die Kosten genau identifiziert werden.
- 191.3. Zum jetzigen Zeitpunkt sind die von dem Betreiber mitgeteilten Beträge, die als Grundlage für die Festlegung der Großhandelspreise dienen, nur Schätzungen. Sie müssen überprüft werden, um zu vermeiden, dass der Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht von Zugangsinteressenten ungerechtfertigte Beträge verlangt. Es ist in der Tat angebracht, zu verhindern, dass ein Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht bestrebt wird, die Belastung auf die Mitbewerber mittels überschätzter Kosten zu erhöhen, indem er irrelevante Kosten in die Kostengrundlage einschließt oder nicht die effektivsten Lösungen bringt.
- 191.4. Die Kabelnetzbetreiber haben keine Erfahrung in der Umsetzung der durch die Entscheidung der KRK vom 1. Juli 2011 auferlegten Verpflichtungen. Dies mag erklären, warum eine Schätzung der Kosten für die Umsetzung offenbar so schwierig ausfällt.
192. Daher ist es angemessen, dem Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht die Verpflichtung aufzuerlegen, dem MEDIENRAT eine Aufstellung der tatsächlich für die Umsetzung seiner Verpflichtungen entstandenen Kosten, aus derer die Hauptkategorien, unter denen diese Kosten zusammengefasst sind, hervorgehen, und welcher geeignete Belege beigelegt ist.
193. Unbeschadet einer weiteren Prüfung durch den MEDIENRAT muss die Kostenaufstellung von einem anerkannten Betriebsrevisor bestätigt werden, der die tatsächlichen Kosten und die Relevanz ihrer Zuteilung überprüft.<sup>53</sup>
194. Auf diesen Grundlagen wird der MEDIENRAT, falls erforderlich, entscheiden können, die Minus-Werte zu ändern.

#### Schlussfolgerung

195. Tecteo muss dem MEDIENRAT folgende Informationen spätestens binnen drei Monaten nach der ersten effektiven Umsetzung einer unten stehenden Verpflichtung und danach jährlich:

<b>Verpflichtungen</b>	<b>Investitionen</b>	<b>Andere Kosten</b>
Weiterverkauf der analogen Fernsehdienste		

<b>Verpflichtungen</b>	<b>Investitionen</b>	<b>Andere Kosten</b>
Zugang zur digitalen Fernsehplattform		
Weiterverkauf der Breitband-Dienste		

***Abbildung 7: Informationen, die Betreiber mit beträchtlicher Macht mitzuteilen haben***

196. Diese Informationen müssen so detailliert sein, dass die wichtigsten Kategorien, unter denen die Kosten zusammengefasst sind, ersichtlich sind.
197. Diese Informationen müssen geeignetes Belegmaterial und die Bescheinigung eines Wirtschaftsprüfers über die tatsächlichen Kosten und die Relevanz ihrer Zuteilung umfassen.

## 9 Beschluss

198. Die initialen Beiträge zu den Umsetzungskosten und den nicht wiederkehrenden Kosten pro Linie sind:

				Tecteo
<b>Analoges Fernsehangebot</b>				
Initiale Umsetzungskosten	€			254.333
Nicht wiederkehrende Kosten pro Linie	€ pro Linie			2,00
<b>Analoges + Digitalfernsehangebot</b>				
Initiale Umsetzungskosten	€			515.776
Nicht wiederkehrende Kosten pro Linie	€ pro Linie			4,00
<b>Dual-play-Angebot</b>				
Initiale Umsetzungskosten	€			622.834
Nicht wiederkehrende Kosten pro Linie	€ pro Linie			4,85

**Abbildung 8: Pro Kabelnetzbetreiber und pro Art Angebot anwendbare Minus-Werte**

199. Die anwendbaren Großhandelspreise werden wie folgt bestimmt:

$$\text{Großhandelspreis} = (\text{gültiger Einzelhandelspreis TVAC} - \text{TVA} - \text{Beitrag zu den Urheberrechten}^{54}) \times (1 - M \%)$$

Mit M :

	Tecteo
Analoges Fernsehen	35%
Analoges + Digitalfernsehen	35%
Dual-play-Fernsehen + Breitband	30%

**Abbildung 9: Pro Art Angebot anwendbare Minus-Werte**

200. Gemäß §§ 708, 807 und 906 der KRK- Entscheidung vom 1. Juli 2011 sind die von den Großhändlern festgelegten Preise die Höchstpreise.

201. Die *Minus*-Werte werden jährlich aktualisiert.

202. Eine Kostenkontrolle erfolgt gemäß den in Abschnitt 9.2 aufgeführten Bestimmungen.

## 10 Inkrafttreten und Gültigkeitsdauer

203. Dieser Beschluss tritt in Kraft und wird wirksam einen Monat nach seiner Veröffentlichung auf der Website des MEDIENRATES, sofern für bestimmte Verpflichtungen nichts Weiteres angegeben ist.

204. Der *Minus*-Wert ist bis zum Inkrafttreten einer Entscheidung, die sie revidiert, anwendbar.

## 11 Rechtsbehelfsbelehrung

(gemäß Art. 2 des Dekrets vom 16. Oktober 1995 über die Öffentlichkeit von Verwaltungsdokumenten)

Gegen diese Entscheidung können Sie Einspruch erheben. Sie verfügen über eine Frist von sechzig Tagen ab Mitteilung der Entscheidung, um deren Nichtigkeitserklärung vor dem Staatsrat zu beantragen. Dabei sind die entsprechenden Formvorschriften zu beachten: Insbesondere müssen Sie Ihren Namen, Eigenschaft und Wohnsitz, den Namen und Sitz der Gegenpartei (*Medienrat der Deutschsprachigen Gemeinschaft, Gospertstraße 1 in 4700 Eupen*), den Antragsgegenstand sowie eine Darstellung des Sachverhalts und der Rechtsmittel angeben. Eine Kopie vorliegender Entscheidung ist beizufügen. Der mit Datum und Unterschrift versehene Antrag ist bei dem Staatsrat per Einschreiben einzureichen (Anschrift: *rue de la Science 33, 1040 Brüssel*).

## 12 Unterschriften

Eupen, den

Für die Beschlusskammer des Medienrates

Der Präsident der Beschlusskammer des Medienrates, Yves Derwahl	Der Vizepräsident der Beschlusskammer des Medienrates, Dr. Jürgen Brautmeier
Das Mitglied der Beschlusskammer, Peter Thomas	Das Mitglied des Büros des Medienrates für Angelegenheiten der Beschlusskammer Dr. Olivier Hermanns

## ANHANG A. VERTRAULICHE DATEN



## ANHANG B. ABKÜRZUNGEN

### A

AIESH	Association intercommunale d'électricité du Sud-Hainaut
ALE	Association liégeoise d'électricité
ARPU	Average revenue per user

### B

BNB	Banque Nationale de Belgique
-----	------------------------------

### C

CE	Commission européenne
CPS	Carrier pre-selection
CRC	Conférence des régulateurs des communications électroniques
CS	Carrier selection
CSA	Conseil Supérieur de l'Audiovisuel

### E

EBIT	Earnings before interest and taxes
------	------------------------------------

### G

GAAP	Generally accepted accounting principles
GIE	Groupement d'intérêt économique

### I

IBPT	Institut belge des services postaux et des télécommunications
IFRS	International Financial Reporting Standards
IRG	International Regulators' Group
IT	Information technology

### N

NRA	National Regulatory Authority
-----	-------------------------------

### O

OAU	Other Authorised Undertakings
OPTA	Onafhankelijk Post- en Telecommunicatie Autoriteit
ORECE	Organe des régulateurs européens des communications électroniques

### P

PIB	Principles of implementation and best practices
-----	---



## R

RGU Revenue Generating Unit

RoS Return on Sales

## S

SMP Significant market power

SPF Service public fédéral

## T

TV Fernsehen

MWSt Mehrwertsteuer

## V

VoIP Voice over Internet Protocol

VRM Vlaamse Regulator voor de Media

## W

WACC Weighted Average Cost of Capital

WLR Wholesale Line Rental

## ANHANG C. ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE DER ÖFFENTLICHEN KONSULTATION

(Dieser Teil wird in einer späteren Fassung vervollständigt.)

## **ANHANG D. KOMMENTARE DER EUROPÄISCHEN KOMMISSION**

(Dieser Teil wird in einer späteren Fassung vervollständigt.)