



10 Jahre FST

357 Jahre
unternehmerische
Erfahrung

Mehrwert – mehr Zukunft

FST-REPORT

Berichtszeitraum 2006/Juni 2007

Bericht des Fachverbandes FST e.V. im Jubiläumsjahr 2007
FST: Für Vertrauen in Mehrwertdienste – von Anfang an.

**Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste e.V.
Geschäftsführung Claudia Kalenberg**

Sitz der Geschäftsstelle:

Sternstraße 9-11
D- 40479 Düsseldorf

Tel. +49-(0)2 11-311 209-0
Fax +49-(0)2 11-311 209-30

info@fst-ev.org
www.fst-ev.org

Vereinsregister: AG Düsseldorf VR 8374

Der Verein wird gerichtlich und außergerichtlich durch jeweils zwei Mitglieder des Vorstands gemeinsam vertreten

Veröffentlichung vorliegender Publikation: 13. Juni 2007, Berlin
Berichtszeitraum: Januar 2006 bis Juni 2007

Autor/Redaktion: Tanja Kaiser, Presse-/Öffentlichkeitsarbeit FST e.V.
Layout/Gestaltung: alavia GmbH, Düsseldorf, www.alavia.net

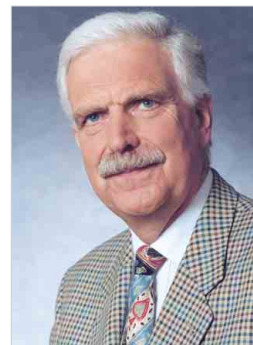
Von der Idee zur Institution

FST: Für Vertrauen in Mehrwertdienste – von Anfang an.

«Als im Jahr 1997 die Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste e.V. gegründet wurde, lautete unsere Grundidee, den Markt mit Vernunft und Verantwortung selbst zu gestalten. Ein Jahrzehnt später zeigt sich der dauerhafte Wert dieser Idee. Aus der Idee wurde eine Institution.»

Der Vorsitzende Hans-Joachim Kruse zum Jubiläumsjahr 2007

Kaum eine Branche ist so starkem Wandel ausgesetzt wie die des Geschäfts mit der (Tele)-Kommunikation und den über Telekommunikationstechniken vertriebenen Dienstleistungen. Im Wandel der Zeit hat sich das Gesicht dieses Marktes vollkommen verändert. Gesellschaftliche Trends, politische Umbrüche, neue regulatorische Rahmen, gestiegene Erwartungen an Konsumentenrechte und nicht zuletzt der rasante technische Fortschritt haben diesen Wandel beschleunigt – und den Charakter unseres Marktes konturenstärker gemacht.



Der Markt ist Trends unterworfen und setzt solche. Wir handeln mit Produkten, die zusehends unabhängig sind von Raum und Zeit – und gerade deshalb möchten wir uns als Vertreter der Branche und anlässlich unseres Jubiläumsjahres mit dem Faktor **Zeit** deutlich auseinandersetzen. Was ist rund um uns herum entstanden in den vergangenen zehn Jahren? Welche Meilensteine hat der TK-Teilmarkt Mehrwertdienste gesetzt? Anlässlich unseres Jubiläumsjahres möchten wir nicht nur über unsere Maßnahmen der Jahre 2006 und 2007 berichten, sondern auch die Geschichte der Mehrwertdienste, die zugleich die des FST und des liberalisierten Telekommunikationsmarktes ist, mit den wichtigsten Eckdaten erzählen.

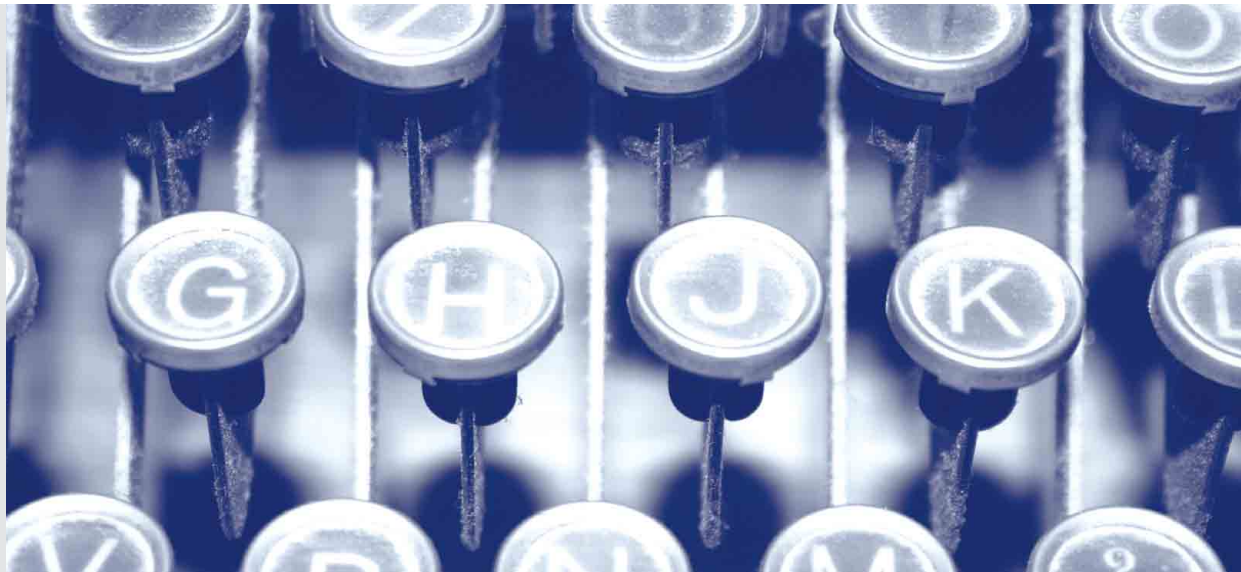
Auch für die Zukunft gilt: Der Markt bleibt in Bewegung. Der Rahmen, in dem wir agieren, verändert sich kontinuierlich. Sind wir gerüstet für die Herausforderungen von morgen? Oder gehen wir neue Ziele mit den Tools von gestern an? Als Fachverband muss sich das FST-Team aus Vorstand und Geschäftsstelle diese Fragen immer wieder neu und gewissenhaft stellen. Nur so können wir Ihren Erwartungen als Mitgliedsunternehmen und unseren Aufgaben, für möglichst stabile und planungssichere Marktbedingungen zu sorgen sowie gegenüber der Öffentlichkeit das Vertrauen in Mehrwertdienste zu fördern, gerecht werden.

Rund ein Jahrzehnt nach Gründung des Verbandes zeigt sich: Die Grundidee der Freiwilligen Selbstkontrolle ist von dauerhaftem Wert. Aus einer Idee konnte eine Institution heranwachsen. Die wichtigste Grundlage dazu stellen seit nunmehr zehn Jahren unsere Mitgliedsunternehmen. Daher haben wir ihre langjährige unternehmerische Erfahrung, insgesamt 357 Jahre, zum Motto unseres Jubiläumsjahres gemacht, um nach Außen zu zeigen: Der Markt für Mehrwertdienste hat Tradition, lebt von Kompetenzen und bringt damit die richtigen Voraussetzungen und Potenziale für eine erfolgreiche Zukunft mit!

Hans-J. Kruse

Ihr Hans-Joachim Kruse

Inhalt



Von der Idee zur Institution	3
FST: Für Vertrauen in Mehrwertdienste – von Anfang an. Der Vorsitzende Hans-Joachim Kruse zum Jubiläumsjahr 2007	
Viele große Ideen haben mal klein angefangen ... Im Mehrwertdienste-Markt von heute liegt die Zukunft vieler Branchen	5
1997 – 2007: Meilensteine des Marktes	6
Politik & Regulierung: Der FST 2006/2007	8
1. Lobbying & politische Interessenvertretung	8
2. Bundesnetzagentur, internationale Zusammenarbeit zur Regulierungsfragen & FST-Verhaltenskodex	10
Markt & Kommunikation: Der FST 2006/2007	12
1. FST-Monitorings, Fachforen & geldwerte Vorteile	12
2. Medien, Öffentlichkeit & Verbraucher, interne Kommunikation & Workshops	13
Blick in die Zukunft: Agenda 2007/2008	15
Vorstand, Leitung Verhaltenskodex-Kommission und Geschäftsstelle	16
Mitgliedsunternehmen des FST e.V.	18
Sponsoren der Meisterfeier – 10 Jahre FST – in Berlin	19

Viele große Ideen haben mal klein angefangen ...

Im Mehrwertdienste-Markt von *heute* liegt die Zukunft vieler Branchen

Der Markt von heute ist dynamischer denn je und bietet exzellente Branchenlösungen. Die rasante Entwicklung auf dem Technologiesektor fördert und fordert kontinuierlich neue Ansätze.

Zeitgemäße Kommunikationstechniken machen es möglich – und den praktischen Mehrwert vielseitig. Der Markt für telekommunikationsgestützte Dienstleistungen gilt als Wachstumsmotor innerhalb der Kommunikationsbranche mit prognostizierten Wachstumsraten von bis zu 50 Prozent für die kommenden Jahre. Nach aktuellen Schätzungen durch WIK-Consult überschritt der Mehrwertdienste-Markt – einschließlich Info- und Servicrufnummern, Auskunftsdiensten und mobilfunkgestützten Diensten wie Klingeltönen etc. – in 2006 die Umsatzmarke von 3,5 Milliarden Euro Gesamtvolumen.

Das aktuelle Gesicht hat viel Profil: Mobiles Marketing, interaktives Fernsehen – Unternehmen, Behörden, Medien haben die Vorteile moderner Kundengewinnung und -bindung für sich entdeckt. Der Konsument spart heute Zeit und persönliche Energie. Er nutzt die Vorteile moderner Abrechnungs- und Informationssysteme – und entscheidet zuweilen interaktiv über TV-Kandidaten-Schicksale. Kurz: Das Angebots- und Leistungsspektrum beschränkt sich längst nicht mehr auf die Nutzung im Rahmen des Unterhaltungsektors, vielmehr hat der Markt zwischenzeitlich nahezu alle Wirtschaftszweige und Branchen erreicht. Die aktuelle Angebotslandschaft der Branche spiegelt mit steigender Tendenz Dienstleistungen wider, die zugleich große Zielgruppeninteressen und wirtschaftliche Anforderungen an alternative Absatzwege decken.

Die Wahrnehmung:

Zwischen Millionenpublikum und alten Zöpfen

Die öffentliche Wahrnehmung von Mehrwertdiensten unterliegt einem vergleichsweise hohen Maß an Marktkomplexität und technisierten Hintergründen – und hält deshalb nicht immer mit den tatsächlichen

Entwicklungen schritt! Während sich zeitgemäße Dienstleistungsangebote zunehmend erfolgreich fachfremden Branchen und neuen Zielgruppen öffnen, scheinen in manchen Köpfen die alten Zöpfe des Marktes fest verankert.

Wir möchten deshalb im Rahmen der folgenden Doppelseite die Geschichte des Marktes mit den wichtigsten Eckpfeilern der Bereiche Regulierung, Gesetzgebung, freiwillige Marktstandards – aber selbstverständlich vordergründig mit den wichtigsten technologischen Entwicklungen und Innovationsleistungen der marktteilnehmenden Unternehmen – erzählen. Die Voraussetzungen dazu bringt der Verband FST als Interessenvertretung der ersten Stunde mit. Beständiges Instrument hierbei: der FST-Verhaltenskodex mit steigendem Wert für Qualitäts- und Marktsicherung. Schließlich erfordern branchenübergreifende Vertragsstrukturen und komplexe Wertschöpfungen heute mehr denn je ein anerkanntes Instrument zur Sicherung seriöser Maßstäbe.

Mit Kompetenz in die Zukunft:

357 Jahre unternehmerische

Erfahrung der FST-Mitgliedsunternehmen

Hätten Sie's gewusst? FST-Mitgliedsunternehmen werfen gemeinsam 357 Jahre gebündeltes Know-how in die Waagschale unternehmerischer Erfahrung. Im Durchschnitt sind sie also bereits seit über sieben Jahren erfolgreich an diesem insgesamt noch sehr jungen Markt etabliert – einschließlich fester Kunden- und Partnerstämme und nicht zuletzt als langjährig verlässliche Arbeitgeber. Ein Kompetenz-Markt mit Tradition und Zukunft.

1997 bis 2007: Meilensteine des Marktes

Zehn Jahre Marktliberalisierung. Zehn Jahre Fortschritt. Die Übersicht zeigt die wichtigsten Schritte auf dem Weg zum aktuellen Leistungsportfolio des Marktes: maßgebliche technische Innovationsleistungen, freiwillige Sicherheitsstandards mit Vorbildcharakter für Rechtsprechung und Gesetzgebung, die Entwicklungen der Zielgruppenabdeckung erfolgreicher Nischenprodukte – nicht zuletzt der Mehrwertdienste-Markt als Bestandteil von Diversifizierungsstrategien anderer Märkte ...

1997

Die Liberalisierung des Telekommunikations-Marktes steht kurz bevor. Da keinerlei gesetzliche Rahmen für den TK-Teilmarkt Mehrwertdienste bestehen, gründen Marktteilnehmer in Düsseldorf die „Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste e.V.“ und entwickeln den „FST-Verhaltenskodex“

Vorreiter: Neben special-interest Angeboten des Segments 0190 sind zu diesem Zeitpunkt vor allem Freephone-Dienste über die damals verwendete Kennzahl 0130 und Shared-Cost-Dienste über 0180 erfolgreich etabliert. Vorreiter unter den Wirtschaftszweigen, die Servicerufnummern einsetzen, ist für den Shared-Cost-Bereich bereits seit 1992 die Versandhaus-Branche. Erfolgsrezept: 0180 bot von Anfang an Routingsysteme, die eine optimale Service-Aufstellung von Call Centern ermöglichen. Vorteile, die beispielsweise auch der ADAC früh erkannte und für seine Mitglieder einsetzte.

0800 ersetzt 0130! Erste 0800-Freephone-Dienstleistung ist 1997 - zunächst noch innerhalb des Monopols durch die Deutsche Telekom AG – ein Telefonseelsorge-Dienst.

Call Media TV-Votings via 0137 werden eingeführt. Vorläufer moderner 0137-Call Media Systeme – so genannte TED-Abstimmungen – sind bereits seit den 60ern im deutschen Fernsehen bekannt. Seit 1993 wurden spezielle Vorkehrungen zur Vermeidung von Netzblockaden getroffen und 1997 – zunächst über die Deutsche Telekom AG – eingesetzt.

Etablierung einer Regulierungsbehörde: Aus dem Bundesministerium für Post und Telekommunikation (BMPT) und dem Bundesamt für Post und Telekommunikation (BAPT) geht die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (RegTP) hervor.

2001

Interaktive TV-Formate werden zunehmend beliebter, die Medienwirksamkeit von Sendeformaten, die Massenverkehr erzeugen, steigt und das Monopol der Deutschen Telekom AG für die 0137-Rufnummernergasse fällt. Damit wird die Grundlage für die Erfolgsgeschichte von Call Media, der Verbindung von Medienangeboten in TV, Radio und Print mit telefonbasierten Mehrwertdiensten geschaffen. Call Media hat sich fest als dritte Säule der Medienfinanzierung etabliert und ist heute integraler Bestandteil der Diversifikationsstrategien vieler Medienunternehmen.

FST entwickelt eine Kennzahlensystematik für die Rufnummernergasse 0900 und schafft damit die Voraussetzungen für die transparente Zuordnung von Dienstleistungsgruppen durch den Konsumenten. Hierbei kennzeichnet die Ziffer -1 Angebote der Gruppe Informationsdienste, die Ziffer -3 Unterhaltungsdienste und die Ziffer -5 weist die Angebotsgruppe rund um sonstige Dienste, insbesondere Erwachsenenunterhaltung, aus. Im Rahmen ihrer Zuteilungsregeln für 0900 Rufnummern empfiehlt die Regulierungsbehörde Anbietern ausdrücklich die Orientierung an der vom FST entwickelten Systematik. Weiterführend hat der FST eine Übersicht zur differenzierten Einbettung verschiedener thematischer Bezüge entwickelt. Sie ordnet nahezu 50 Angebotsgruppen o.g. Kennzahlen-Systematik zu (vgl. www.fst-ev.org/fst+recht/regulierung).

1999

Betriebsversuch 0190-0/0900: Einführung des Offline-Billings mit voller Tarifflexibilität im Premium Rate Service

Der Markt am regelmäßigen „runden Tisch“: Die sogenannte „große Nummerierrunde“ der RegTP tagt 1999/2000 regelmäßig in Bonn.

'97

'99

'01

'98

'00

'02

1998

Die Liberalisierung ist da – Markt und Wettbewerb öffnen sich!

Servicenummern im Einsatz für Markenartikler: Für 0180 werden die Gassen -1 und -4 mit neuen Tarifstrukturmöglichkeiten eingeführt. Mit Marktliberalisierung und Öffnung des Wettbewerbs nimmt der Einsatz von 0180-Nummern sprunghaft zu: Markenartikler entdecken Shared-Cost-Dienste für Vertriebs- und Customer Care-Geschäftsfelder

Auch für 0800-Freephone-Angebote öffnet sich der Wettbewerb.

2000

Das Netz wird intelligent! 2000 entwickelt sich der Trend zu so genannten „Managed Services“: Die Call-Center-Technik innerhalb von Unternehmen wird zunehmend hin zu so genannten „Managed Services“ – intelligenten Netzen mit Anbindung von Sprachdialogsystemen etc. – verlagert. Intelligente Call-Routings ermöglichen insbesondere für Call-Center-Betreiber mit verschiedenen Standorten noch heterogenere Vernetzungsmöglichkeiten.

FST schafft in Vorreiterrolle Verhaltenskodex-Regelungen zu Dialern! Vorschriften zu Einwahlfenstern legen die Grundsteine für spätere Regulierungsmaßnahmen und schaffen damit in diesem speziellen Fall besonderer Verbrauchergefährdung die Voraussetzungen für griffigen Verbraucherschutz!

TV-Votings: Einführung eines neuen Blocktarifs für Massenverkehrsanwendungen wie Abstimmungen im Rahmen erfolgreicher TV-Formate wie beispielsweise „Big Brother“ etc..

2002

Erstmals werden „Premium-SMS“ von Carriern als Wholesales-Produkt gelaunched. Durch Musiklizenzierungen im nennenswerten Umfang gelten Premium-SMS-Dienstleistungen wie Klingeltöne etc. seit 2001/2002 als integrales Standbein von Diversifizierungsstrategien der Musikwirtschaft.

2005

Neuer Name: aus der Regulierungsbehörde (RegTP) wird die Bundesnetzagentur (BNetzA).

Mit vereinten Kräften: Vorbereitungen zur vollständigen Migration 0190/0900. BNetzA, FST, weitere Verbände sowie Mobilfunknetzbetreiber realisieren in Zusammenarbeit einen Branchenkonsens zur wirtschaftlich verträglichen und zugleich verbrauchertransparenten Ablösung des ehemaligen Flaggschiffs 0190.

Regelungen mit Vorbildcharakter: FST entwickelt im Rahmen des „FST-Verhaltenskodex“ umfassende Regeln für das Segment „Premium-SMS“ einschließlich des Bereichs „Mobile Payment“ – und schafft damit freiwillige Sicherheitsstandards mit Vorbildcharakter für Gesetzgebung und später am Markt nachziehende Vereinbarungen rund um Premium-SMS-Modelle.

in Zukunft

Schon die Schlagworte der „Gegenwart“ machen deutlich: Es geht um Konvergenzen. VoIP, Triple Play, Quadruple Play, IPTV, NGN – Next Generation Network. Das Prinzip freiwilliger Standards als wichtiges Element im Puzzle um Regulierungs- und Gesetzgebungsverfahren kann auch beim Aufbau neuer Rahmen für o.g. Marktterrains greifen – die richtigen Netzwerke und ineinandergreifende Handlungsmuster auch weiterhin vorausgesetzt!

2006

Modernes Kundenmanagement: Anfang 2006 erfolgt die Abschaltung von 0190 sowie die offizielle Etablierung der „Info- und Servicrufnummer 0900“. Marktbeteiligte Unternehmen, Verbraucher und Verbraucherschützer setzen auf die 0900 als besonders anwendungsfreundliches und sicheres Instrument modernen Kundenmanagements, das sich im Vergleich zum Vorgänger 0190 durch innovative und flexiblere Technik, ein ausgewogeneres thematisches Erscheinungsbild und verbesserte Verbrauchertransparenz auszeichnet.

FST-Untersuchung zu aktuellem Erscheinungsbild der Info- und Servicrufnummer 0900. Das umfangreiche MONITORING aus der FST-Reihe „Prävention am Markt für Mehrwertdienste“ untersucht Angebotsportfolio, Tarifstrukturen und Einhaltung der Dienstleistungskennzahlen 0900 -1, -3 und -5. Die Untersuchung ist über die FST-Geschäftsstelle erhältlich und zeigt: Das in 0900 gesetzte Vertrauen zeigt sich schon in der ersten Etablierungsphase als berechtigt.

Umsatzmarke überschritten: Nach Experten-Schätzungen von WIK-Consult überschreitet der Mehrwertdienste-Markt einschließlich Info- und Servicrufnummern, Auskunftsdiensten und mobilfunkspezifischen Diensten wie Klingeltöne etc. in 2006 die Umsatzmarke von 3,5 Milliarden Euro Gesamtvolumen. Ein Erfolgsmarkt!

Kernforderung der Branche: Im Rahmen des Gesetzgebungsverfahrens TKG-ÄndG fordert der FST engagiert und in wichtigen Punkten erfolgreich die Gleichbehandlung von Mobilfunk- und Festnetz.

2003

Inkrafttreten des „Missbrauchsbekämpfungsgesetzes“ einschließlich Regelungen zu 0190/0900. Hierbei u. a.: Einführung 0900-9 als spezielle Gasse für Dialeranwendungen

„Mobiles Marketing“: Aus dem anfänglichen Privatkunden-Geschäft Premium-SMS entwickeln sich schnell neue alternative Absatzwege und Response-Kanäle für unterschiedliche Wirtschaftszweige und Markenartikler: Ob via Kurzinformation zur aktuellen Sonderaktion des Autohauses oder das Shortcode-Gewinnspiel auf der Schokoriegelverpackung – moderne Kundenbindung funktioniert mit Premium-SMS-Diensten überall und jederzeit.

'03

'04

'05

'06

'07

2004

Neu aufgestellt! Neupositionierung des FST zum „Fachverband“ mit Erweiterung des Leistungsumfanges um die Geschäftsfelder Lobbying, Kommunikation, optimierte Mitglieder-Informationsservices sowie Etablierung der MONITORING-Reihe „Prävention am Markt für Mehrwertdienste.“

Sprachdialoganwendungen: Deutliche Trendentwicklung hin zu stärkerer Call-Center-Automatisierung mit Sprachdialogsystemen und Ablösung reiner Tonwahlsysteme durch moderne Spracherkennungssoftware. Die Personalisierung durch Datenbankanbindung wird durch „VoiceXML-Sprachdialogplattformen“ ermöglicht, das „Voice Application Management System“ erleichtert Betrieb und das schnelle Einbringen auch umfangreicherer Änderungen der jeweiligen Sprachdialoganwendung.

Erfolgreiches Nischenprodukt: Nach Schätzungen werden bereits 2004 in Deutschland Premium-SMS-Dienste wie Klingeltöne, Wallpapers, Nachrichten etc. im Wert von 183 Millionen Euro gekauft. Aus der ursprünglichen Idee, zur Unterscheidung verschiedener Telefone bzw. Anrufer die jeweilige Klingelton-Melodie variabel zu gestalten, hat sich zwischenzeitlich ein eigener Wirtschaftszweig – und fester Bestandteil der Diversifizierungsmodelle der Musikindustrie – entwickelt.

FST entwickelt die ersten Regelungen für das Segment Premium-SMS am deutschen Markt – und nimmt auch hier eine Vorreiterrolle ein!

2007

In Kraft gesetzt: Erstmals werden verbraucher-schützende Vorschriften zu Mehrwertdiensten gesetzlich im Rahmen des TKG-ÄndG geregelt.

Von der Idee zur Institution: 10 Jahre FST – 2007 feiert der Verband FST das zehnjährige Jubiläum einer erfolgreichen Idee!

Politik und Regulierung – der FST 2006/2007



Lobbying und politische Interessenvertretung

In Balance: Seit Neupositionierung der Freiwilligen Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste FST e.V. Anfang 2004 hat der Verband seine Geschäftsfelder um die politische Interessenvertretung des Marktes erweitert und setzt hierbei erfolgreich auf den ausgewogenen Dialog zwischen Politik und Wirtschaft auf Länder- wie Bundesebene.

2006 hat der FST erstmals das politische Parkett auf europäischer Ebene betreten und das persönliche Gespräch mit Vertretern der EU-Kommission, insbesondere mit der Generaldirektion INFOS (Informationsgesellschaft und Medien) gesucht und gefunden. Hintergrund: Der wirtschaftliche Erfolg von Unternehmen wird zunehmend auch durch Richtungsentscheidungen aus Brüssel beeinflusst – hier erfolgen wichtige Weichenstellungen für Themenkomplexe wie die Gleichbehandlung von Mobilfunk- und Festnetzen, internationale konsumentenschützende

Maßstäbe, Jugendschutzkriterien o. ä.. Eingbracht hat der FST sich beispielsweise im Rahmen der EU-Konsultation zum Thema „Kindersicherheit und Mobiltelefondienste“.

Auf nationaler Ebene der zentralste Schauplatz 2004 bis 2007: das Verfahren zum TKG-ÄndG. Wenn gleich die politische Zäsur im Herbst 2005 die Ergebnisse etlicher Gespräche rund um das Gesetzgebungsverfahren vorerst blockiert hatte, bot die Wiederaufnahme des Verfahrens neue Chancen – und Erfolge. Neben verschiedenen Themenschwerpunkten rund um Preishöchstgrenzen, Preisansageverpflichtung oder Mehrwertsteuererhöhung war immer wieder die FST-Kernforderung nach Gleichbehandlung von Mobilfunk und Festnetz Gegenstand von Stellungnahmen, Anhörungen und persönlichen Gesprächen. Im Ergebnis konnte eine einheitliche Preishöchstgrenze in Höhe von drei Euro

bei zeitabhängig abgerechneten Diensten für Anrufe aus dem Fest- und Mobilfunknetz erreicht werden. Mehr Planungssicherheit und wirtschaftlich verträglicher Verbraucherschutz im Ergebnis der Verhandlungen auch für Call-by-Call-Dienste und 0137-MABEZ-Dienstleistungen. Preisansagen müssen auch weiterhin nicht überall kostenfrei geschaltet werden,

Kombinationstarife bleiben für die Anbieterunternehmen zulässig, Faxabrufdienste dürfen weiterhin auch zeitabhängig abgerechnet werden.

Fest steht: Der FST hat sich zum wichtigen Element im Puzzle um Gesetzgebungsverfahren gemausert.

FST-STELLUNGSNAHMEN | POLITIK

- ▶ März 2006: Stellungnahme zum Referentenentwurf des TKG-ÄndG
- ▶ Juni 2006: Stellungnahme zum Kabinettsentwurf des TKG-ÄndG
- ▶ Juni 2006: Positionierung zum Thema „Einheitliche Preisobergrenze“
- ▶ Juni 2006: Stellungnahme zu den Empfehlungen der Ausschüsse des Bundesrates zum Entwurf des TKG-ÄndG
- ▶ Juli 2006: Stellungnahme des FST zur Stellungnahme des Bundesrates zum Entwurf des TKG-ÄndG
- ▶ August 2006: Positionierung zum Thema „Gleichbehandlung von Mobilfunk und Festnetz“
- ▶ September 2006: Einbringung eines brancheneinvernehmlich erarbeiteten Konkretisierungsvorschlags zu § 66j TKG-ÄndG – „Rufnummernübermittlung“
- ▶ September 2006: Einbringung der Kernforderungen des FST zum TKG-ÄndG
- ▶ Oktober 2006: Stellungnahme zur EU-Konsultation „Kindersicherheit und Mobiltelefondienste“
- ▶ November 2006: Stellungnahme zum Entwurf des Staatsvertrages zum Glücksspielwesen in Deutschland in der Fassung vom 25.10.2006
- ▶ November 2006: Positionierung zum Thema „Gesetzliche Verankerung einer kostenfreien Warteschleife bei Premium Diensten“
- ▶ Februar 2007: Positionspapier zum Umfang der Ermächtigung der BNetzA aus § 67 Abs. 2 TKG-ÄndG – Keine Befugnis der BNetzA zur Regulierung der Endkundenpreise im Festnetz
- ▶ März 2007: Stellungnahme zum Entwurf einer Telekommunikations-Nummerierungsverordnung in der Fassung vom 23.01.2007

ANHÖRUNGEN

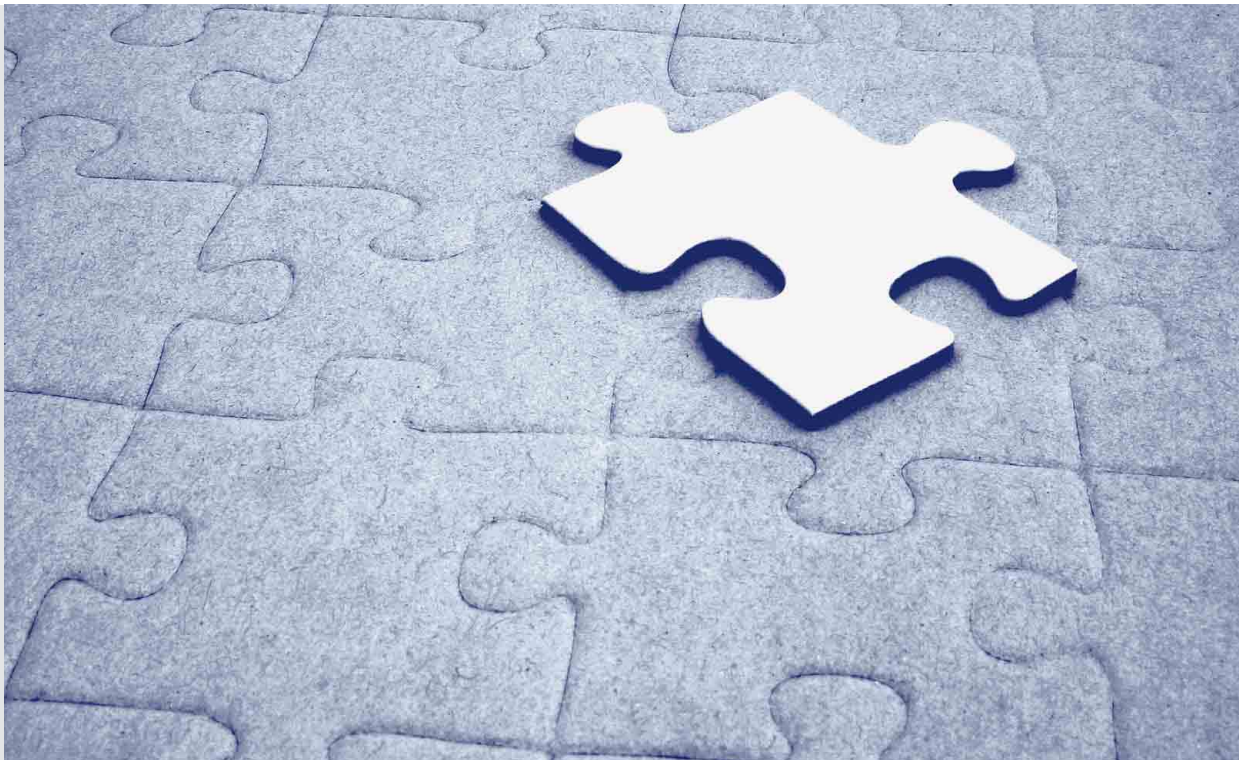
- ▶ Oktober 2006: Anhörung zum TKG-ÄndG vor dem Wirtschaftsausschuss des Bundestages

PERSÖNLICHE GESPRÄCHE

- ▶ Über 30 Gespräche mit politischen Entscheidungsträgern aller Fraktionen, BMWI, VZBV, Verbraucherzentrale NRW, Verbände angrenzender Märkte

AUF DER FST-AGENDA FÜR DIE QUARTALE DREI UND VIER 2007

- ▶ Telekommunikations-Nummerierungsverordnung
- ▶ Ggf. Mitgestaltung des Gesetzesvorhabens zur Unterbindung sogenannter Cold Calls



Bundesnetzagentur, internationale Zusammenarbeit zu Regulierungsfragen, FST-Verhaltenskodex

Im Berichtszeitraum 2006/2007 konnte die konstruktive Zusammenarbeit mit der Bundesnetzagentur (BNetzA) weiter gestärkt und ausgebaut werden. Im Kontext mit klassischen Regulierungsthemen ist der regelmäßige Austausch mit BNetzA-Entscheidungsträgern sicherlich Spiegel der Anerkennung als Fachverband und zu berücksichtigende Instanz als Interessensvertreter der markt beteiligten Unternehmen.

Gegenstand persönlicher Gespräche und Korrespondenzen waren hierbei insbesondere die Themenschwerpunkte Migration 0190/0900, Zuteilungsregeln für MABEZ-Dienste und Auskunftsdienste, das Nummerierungskonzept – sowie auch hier die FST-Kernforderung nach Gleichbehandlung von Mobilfunk- und Festnetz. Aktuell bringt sich der FST aktiv in das Anhörungsverfahren zu 0181-Rufnummern ein.

Starkes Engagement legt der FST auch in die Interessensvertretung der Mitgliedsunternehmen im Rahmen des Ausschusses Technische Regulierung Telekommunikation (ATRT) – einem bei der BNetzA

angesiedelten Ausschuss. Hier trägt der FST kontinuierlich dazu bei, dass möglichst ausgewogen konsensbasierte Lösungsansätze von Geschäftskunden, Verbrauchern und unmittelbar markt beteiligten Unternehmen zu BNetzA-Handlungsempfehlungen werden.

Mit seinem Engagement im IARN – International Audiotex Regulators Network – leistet der FST bereits seit vielen Jahren einen wichtigen Beitrag zur Anbindung des deutschen Marktes an internationale Wirtschaftssysteme. Nicht zuletzt spielen im Zeitalter globaler wirtschaftlicher Vernetzung auch pan-europäische und internationale Regulierungsentwicklungen eine entscheidende Rolle. Die Zusammenarbeit mit dem IARN hat den Informationsfluss zu internationalen Regulierungsthemen für den deutschen Markt weiter stärken können. In 2007 leistet der FST bereits wiederholt einen besonderen Beitrag als Gastgeber. Im Juni 2007 nehmen IARN-Mitglieder aus über 20 Ländern an den FST-Jubiläums-

feierlichkeiten in Berlin teil und tagen zwei Tage lang unter Federführung des FST.

Der FST-Verhaltenskodex – zeitgleich mit der FST-Verbandsgründung 1997 etabliert – hat sich auch im Wettbewerb zu alternativen Vereinbarungen deutlich bewährt; so auch verbandsexterne Einschätzungen, wie beispielsweise die vom Stellvertretenden VZBV-Vorstand Patrick von Braunmühl im Rahmen des FST-Themennachmittags im November

2006. Dass der FST-Verhaltenskodex umgehend auf aktuelle Marktentwicklungen reagiert, konnte jüngst unter Beweis gestellt werden: Mit der im März 2007 in Kraft getretenen Regelung zur Realisierung der 0900-Preisansagen auf Netzebene der Verbindung netzbetreiber (VNBs) konnte zügig, praxisorientiert und Verbraucherschützend die zuvor öffentlich und kontrovers diskutierte Frage nach durchgängiger Einhaltung der für den Endverbraucher kostenfreien Hinweisansagen aufgehoben werden.

FST-STELLUNGSNAHMEN & ANHÖRUNGEN | REGULIERUNG

- ▶ Januar 2006: Stellungnahme zur Problematik „Fälschung der A-Rufnummer“
- ▶ Juli 2006: Positionierung zum Auskunftsverlangen der BNetzA zu Auskunftsdienstrufnummern
- ▶ November 2006: Stellungnahme zu Anforderungen an ein Nummerierungskonzept
- ▶ Februar 2007: Positionspapier zum Umfang der Ermächtigung der BNetzA aus § 67 Abs. 2 TKG-ÄndG – Keine Befugnis der BNetzA zur Regulierung der Endkundenpreise im Festnetz
- ▶ März 2007: Stellungnahme im Rahmen der Anhörung zu 0181-Rufnummern
- ▶ April 2007: Positionierung im Rahmen des Fachgesprächs zum Thema 0181-Rufnummern

PERSÖNLICHE GESPRÄCHE

- ▶ Zahlreiche Gespräche zu unterschiedlichsten Themenkomplexen mit BNetzA-Vizepräsidentin Dr. Iris Henseler-Unger sowie themenorientiert jeweils zuständigen Referatsleitern

FST-VERHALTENSKODEX

- ▶ März 2007: 0900-Imageschutz auf anderer Ebene – FST-Verhaltenskodex regelt die Realisierung von 0900-Preisansagen auf VNB-Netzebene

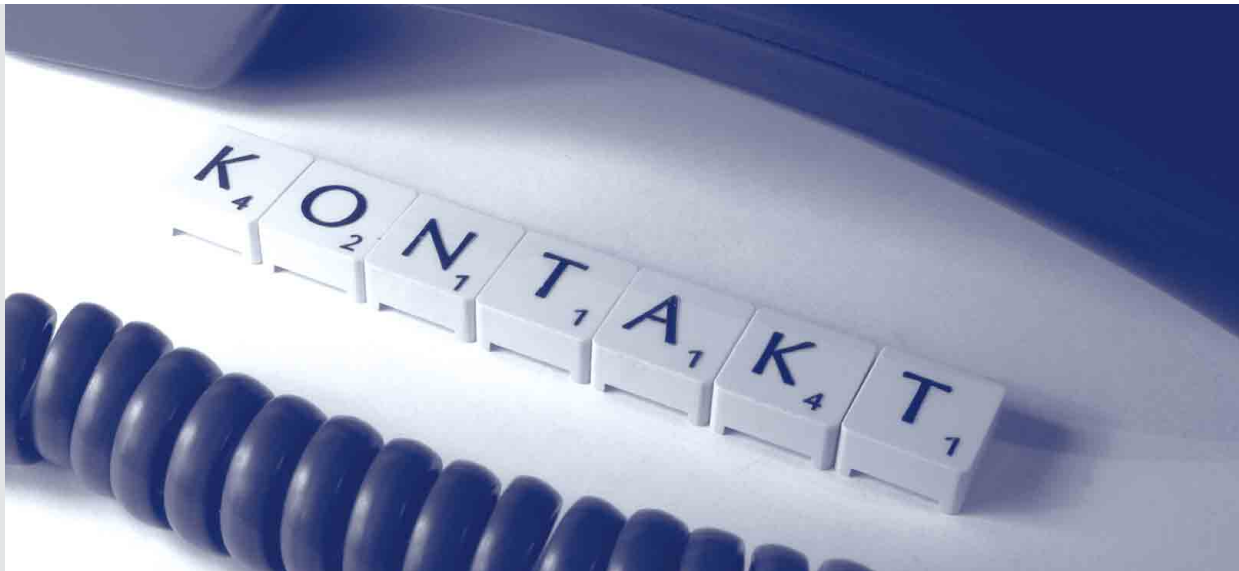
IARN – INTERNATIONAL AUDIOTEX REGULATORS NETWORK

- ▶ Mai 2006, Zürich: Mitglieder des FST-Vorstands vertreten den deutschen Markt beim IARN-Meeting in der Schweiz
- ▶ Juni 2007, Berlin: FST als Gastgeber des diesjährigen Treffens in Berlin. IARN-Mitglieder nehmen an den FST-Jubiläumsfeierlichkeiten teil und tagen zwei Tage unter deutscher Leitung

AUF DER FST-AGENDA FÜR DIE QUARTALE DREI UND VIER 2007

- ▶ Begleitung der Entwicklung eines Nummerierungskonzepts durch die BNetzA
- ▶ Fortsetzung der Bemühungen um die Sicherstellung marktgerechter Bedingungen im Zusammenhang mit der seitens der BNetzA beabsichtigten Änderung der Zuteilungsregeln für 118xy
- ▶ Beobachtung der Entwicklung im Bereich 0137-MABEZ-Diensten bzw. der ggf. neu zur Verfügung zu stellenden Rufnummernergasse 0500
- ▶ Weitere Einbringung im Zusammenhang mit der seitens der BNetzA beabsichtigten Änderung der Zuteilungsregeln für 0181-Rufnummern (Internationale Virtuelle Private Netze)
- ▶ Mitgestaltung der seitens der BNetzA beabsichtigten Änderungen im Bereich 0180 zu sinnvollen und wirtschaftsverträglichen Regelungen
- ▶ Aktive Begleitung der seitens der BNetzA zu erlassenden Ausführungsbestimmungen zum TKGÄndG (z. B. Anforderungen an einen Einzelverbindungs nachweis)
- ▶ Weitere Interessenvertretung im ATRT

Markt und Kommunikation – der FST 2006/2007



FST-Monitorings, Fachforen & geldwerte Vorteile

Der Fachverband FST verfolgt seit Anfang 2004 mittels Durchführung von Markt-Beobachtungen einen stringenten Präventionsansatz. Bei dem im Sommer 2006 durchgeführten Monitoring Info- und Servicenummer 0900 handelt es sich um die fünfte der vom FST durchgeführten Untersuchungen aus der Reihe „FST-MONITORING – Prävention am Markt für Mehrwertdienste“. Generell fließen die ermittelten Feststellungen in Modifizierungen des FST-Verhaltenskodex ein und unterstützen somit die für die Erarbeitung griffiger Verhaltensmaßstäbe erforderliche Marktnähe, Authentizität und Voraussicht.

Entsprechend nahe liegend, anlässlich abgeschlossener Migration 0190/0900 das aktuelle Erscheinungsbild der neuen Service- und Informationsnummer 0900 abzubilden und die Einhaltung der konsumentenschützenden Funktionalität der bereits 2001 vom FST entwickelten und von der Bundesnetzagentur im Rahmen der Zuteilungsregeln befürworteten Systematik für Premium-Rate-Dienstleistungskennzahlen hinsichtlich Einhaltung in der Marktpraxis zu überprüfen. Das Ergebnis überaus positiv: Das Verstoß-Aufkommen durch Rufnummernbewerbungen ohne Preisangaben oder mit unsachgerechter Zuordnung von Dienstleistungskennzahlen und Angebot war im Rahmen der Untersuchung äußerst gering, die Orientierung der anbietenden Unternehmen an der

FST-Kennzahlen-Systematik entsprechend groß. Das thematische Erscheinungsbild der Gasse 0900 war insgesamt ausgewogen – und wurde somit dem neuen Image als „Info- und Servicenummer“ bereits in ihren Anfängen gerecht. Die 17-seitige Analyse zur Untersuchung ist über die FST-Geschäftsstelle einschließlich Angaben zu Untersuchungsumfang, Methodik etc. erhältlich.

Die Untersuchung ist wiederholt breitem Fachpublikum vorgestellt worden. Generell hat der Verband auch in 2006 und 2007 die Intention zur Nutzung von Fachkongressen und Foren weiter ausgebaut. Flankierend dazu stellt der Verband seinen Mitgliedsunternehmen regelmäßig mittels Kooperationsvereinbarungen vergünstigte Konditionen zur Verfügung – das Netzwerk zu Veranstaltern von Messen, Kongressen und Seminaren hat sich verfestigt.

Auch in 2006 wieder erfolgreich: der FST-Themenachmittag im Rahmen der ordentlichen Mitgliederversammlung. Unter dem Titel „Willkommen in der Wirklichkeit“ referierten und diskutierten Gastredner wie Dr. Iris Henseler-Unger, Vizepräsidentin BNetzA, und Stellvertretender Vorstand VZBV Patrick von Braunmühl den Themenkomplex rund um neue Terrains und Technologien wie VoIP und Triple Play, sowie den neuen gesetzlichen Rahmen.

FST-MONITORINGS, FACHFOREN UND GELDWERTE VORTEILE

- ▶ Februar 2006, Brüssel, Workshop der EU-Kommission: FST vertritt den deutschen Markt beim Workshop Meeting on Premium Rate Services: How to improve consumer protection across Europe
- ▶ April 2006, Berlin, Fachmesse *telemedia Germany*: FST-Geschäftsführerin Claudia Kalenberg zum Thema „Freiwillige Selbstkontrolle – das Zünglein an der Regulierungswaage?“
- ▶ April 2006, Berlin, Kooperationsvereinbarung mit Veranstalter der *WTM – World Telemedia* – bzw. *telemedia Germany*: Geldwerte Vorteile für FST-Mitgliedsunternehmen
- ▶ April 2006, Kooperationsvereinbarung mit Seminarveranstalter *Management Circle*: Vorteilskonditionen für FST-Mitgliedsunternehmen für Intensivseminare Gewinn- und Glücksspiele
- ▶ Juli 2006, Düsseldorf, Veröffentlichung des FST-Monitorings: Info- und Servicrufnummer 0900, 17-seitige Analyse aus der Reihe FST-MONITORINGS – Prävention am Markt für Mehrwertdienste (kostenlos erhältlich über die FST-Geschäftsstelle)
- ▶ November 2006, Düsseldorf: FST-Themennachmittag und ordentliche Mitgliederversammlung: Der Kernmarkt für telekommunikationsgestützte Dienstleistungen bestätigt FST-Vorstand; BNetzA Vizepräsidentin Dr. Iris Henseler-Unger und Stellvertretender VZBV-Vorstand Patrick von Braunmühl diskutieren mit FST-Mitgliedsunternehmen aktuelle Marktfragen
- ▶ November 2006: FST-Fachbeitrag in *MMR – MultiMedia und Recht* zum Thema Aktuelle Entwicklungen des TK-Kundenschutzes in Deutschland und in der EU
- ▶ Januar 2007, Telekommunikation 2012 – technische Regulierung – Telekommunikation auf dem Weg zum NGN (Next Generation Network): FST lädt Mitgliedsunternehmen zur Teilnahme am ATRT-Workshop der BNetzA
- ▶ Februar 2007: FST-Fachbeitrag in *MMR – MultiMedia und Recht* zum Thema Verbraucherschutzregelungen in der Telekommunikation im europäischen Vergleich
- ▶ März 2007, Hamburg, *InnovationDay*: FST-Geschäftsführerin Claudia Kalenberg über Praxis 0900: Inhalte, Dienstleistungskennzahlen und Branchen-Selbstkontrolle
- ▶ April 2007, Amsterdam: Kooperationsvereinbarung mit Veranstalter der *WTM – World Telemedia*: Vorteilskonditionen für FST-Mitgliedsunternehmen
- ▶ Juni 2007, Berlin, FST-Meisterfeier: Der Verband feiert zehnjähriges Jubiläum – und zehn Jahre Marktliberalisierung

Medien, Öffentlichkeit & Verbraucher, interne Kommunikation & Workshops

Als Fachverband kommuniziert der FST die zentralen Anliegen der Branche aus politischer, wirtschaftlicher und gesellschaftsrelevanter Perspektive des Marktes. Dabei haben sich auch für den Berichtszeitraum 2006/2007 unsere Prämissen Glaubwürdigkeit, Offenheit, Klarheit – vor allem im Fall marktkritischer Anfragen – an den Verband bewährt.

Mehrfach Thema proaktiver Kommunikationsmaßnahmen: die Stützung der neuen Info- und Servicrufnummern 0900 Richtung Verbraucher- wie Fachmedien.

Ob als „große Nummer“ für flexibles Kundenmanagement mit Anspruch kommuniziert oder im Rahmen reiner Verbraucherinformationen in puncto Sicherheit gestützt – der FST hat die Markteinführung der neuen Gasse seit Anfang 2006 aktiv begleitet und das Thema 0900 unter Berücksichtigung verschiedenster Aufhänger mehrfach erfolgreich verarbeitet. Weitere entscheidende Schauplätze: das Verfahren rund um das TKG-ÄndG sowie hierbei die zentrale Forderung des FST nach Gleichbehandlung von Mobilfunk- und Festnetzen, die Neuregelungen

des FST-Verhaltenskodex – nicht zuletzt dessen Stützung in der Öffentlichkeit neben alternativ am Markt eingeführter Kodices.

„Heben Sie die Schätze Ihres Unternehmens!“, so im Fazit der dringende Rat von Wolf R. Ussler, langjährig erfahrener Wirtschaftsjournalist, an die Teilnehmer des FST-Workshops „Kommunikation als zunehmend entscheidender Erfolgsfaktor“ im Herbst 2006 in Düsseldorf. Der FST-Workshop zum Thema Presse- und Öffentlichkeitsarbeit stieß auf gute Resonanzen bei PR-Fachleuten und fachfremden Teilnehmern aus den Reihen der Mitgliedsunternehmen – ebenso wie die FST-Vortragsveranstaltung „Fit

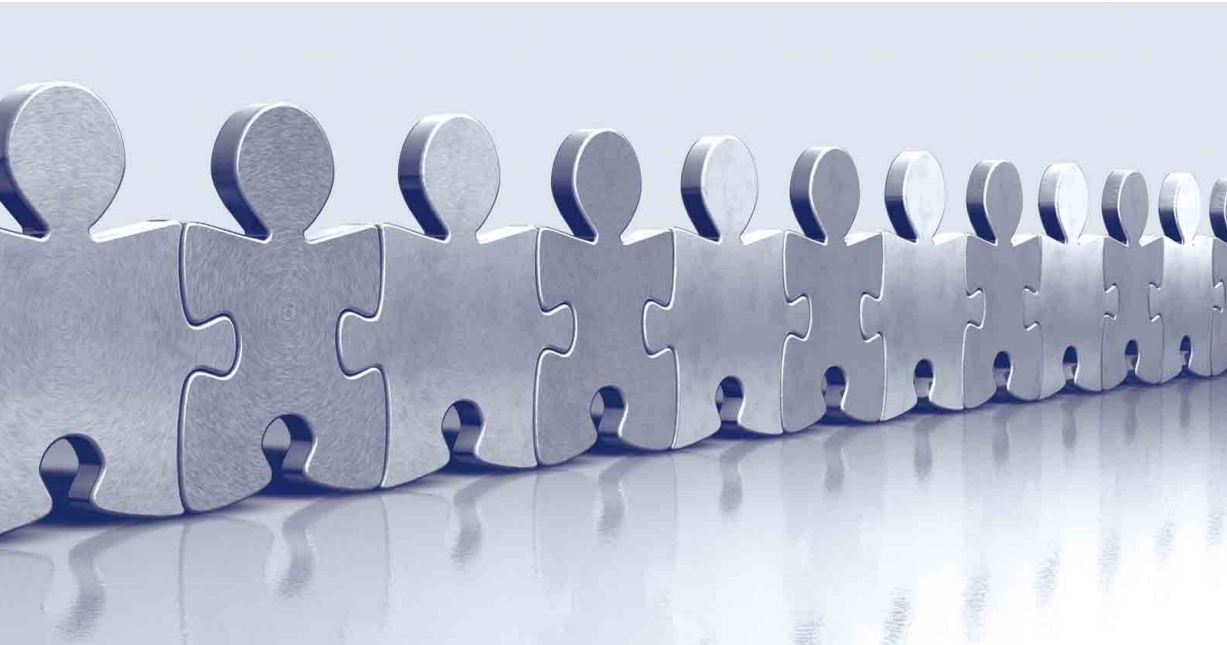
for WM!“ zu Potenzialen des Marktes rund um das Thema Gewinnspiele im Frühjahr 2006.

Stets auf dem Laufenden halten FST-Newsletter und FST-Rechtsnewsletter. Die monatlich bzw. zeitnah an relevanten Themen und Anlässen orientierten Ausgaben des FST-Newsletters informieren mit den Rubriken *Markt/Veranstaltungen*, *Gesetzgebung/Regulierung*, und *FST-Intern* über politische Entwicklungen, FST-Positionen und Mitglieder-Meinungsabfragen, Events und geldwerten Mitgliedervorteile.

MEDIEN, ÖFFENTLICHKEIT & VERBRAUCHER, INTERNE KOMMUNIKATION & WORKSHOPS

- ▶ März 2006, Bonn, themenkombinierte Gesprächsrunde für FST-Mitgliedsunternehmen: Runder Tisch zur Sammlung von Interessenslagen und Problemstellungen zu verschiedenen Marktthemen, hierbei u. a. technische Probleme und Planungssicherheiten bei 0900
- ▶ Mai 2006, Düsseldorf, „Fit for WM!“: FST-Vortragsveranstaltung für Mitgliedsunternehmen zum Themenkomplex Gewinnspiele
- ▶ Mai 2006, Düsseldorf, Dauerbrenner TKG-ÄndG: Vortragsveranstaltung mit FST-Geschäftsführerin Claudia Kalenberg zum aktuellen Stand des Gesetzgebungsverfahrens und Diskussion von Prognosen
- ▶ Oktober 2006, Düsseldorf, „Kommunikation als zunehmend entscheidender Erfolgsfaktor“: PR-Workshop für Mitgliedsunternehmen
- ▶ regelmäßig: proaktive Kommunikationsmaßnahmen in Richtung Fach-, Online- und Tagesmedien zu zentralen Branchenthemen (Bspw.: Flankierung der 0900-Marktetablierung; Gesetzgebungsverfahren, zentrale FST-Positionen, Verhaltenskodex-Regelungen etc.)
- ▶ adhoc: Entwicklung von Statements, Bearbeitung von Presseanfragen und Entwicklung von Hintergrundmaterial, Beantwortung von Verbraucheranfragen
- ▶ regelmäßig: Entwicklung von Fachbeiträgen, Vorträgen und Präsentationen
- ▶ regelmäßig: Monatliche Mitgliederinformationen via FST-Newsletter/FST-Rechtsnewsletter
- ▶ regelmäßig: Redaktion/Konzeption von Publikationen, Monitoring-Analysen
- ▶ regelmäßig: Konzeption und Koordination von Veranstaltungen & Workshops, Recherche und Verpflichtung geeigneter Referenten

Blick in die Zukunft – Agenda 2007/2008



Die Zukunft hat bereits begonnen. Schon die Schlagworte der Gegenwart machen deutlich:

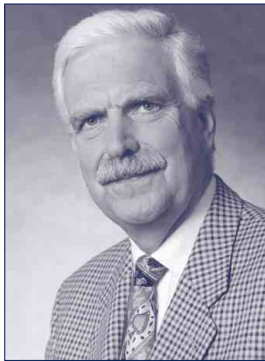
Es geht um Konvergenzen. Triple Play, Quadruple Play, IPTV, NGN – Next Generation Network.

Auch die nächste Generation von FST-Maßnahmen wird sich neuen Terrains und Wirkungskreisen öffnen. In politischer Hinsicht wird der Ausbau der Kontakte Richtung Brüssel – und die frühzeitige Einbringung in die Vorbereitungen nationaler regulatorischer und gesetzgeberischer Maßnahmen zu VoIP/NGN – auf der Maßnahmen-Agenda des FST stehen. Themenfelder, in die wir auch unsere Mitgliedsunternehmen im Rahmen von Workshops und runden Tischen stark einbeziehen werden.

Denn nur wer frühzeitig Meinungsbilder sammelt und kanalisiert, wird maßgeblich an Weichenstellungen zu regulatorischen Rahmenbedingungen des Marktes teilhaben – und damit Planungssicherheit für die beteiligten Unternehmen schaffen können.

Das Prinzip freiwilliger Standards als wichtiges Element im Puzzle um Regulierungs- und Gesetzgebungsverfahren kann auch beim Aufbau neuer Rahmen für neue Marktterrains greifen – die richtigen Netzwerke und ineinandergreifende Handlungsmuster vorausgesetzt.

Vorstand, Leitung Verhaltenskodex-Kommission, Geschäftsstelle



Hans-Joachim Kruse | Vorstandsvorsitzender FST e.V. (Finanzen/Personal, nationale Zusammenarbeit, interne Verbandsarbeit, Presse-/Öffentlichkeitsarbeit)
MPS GmbH & Co Betriebs KG, Geschäftsführung

«Der Markt bleibt in Bewegung. Neue technische Entwicklungen und die damit verbundenen Konsumentenansprüche an Sicherheit und Zuverlässigkeit unserer Dienstleistungen sorgen insbesondere in Hinblick auf die weiter am Markt anwachsenden Konvergenzentwicklungen für frischen Wind. Wie in der Vergangenheit ist der FST auch für die Zukunft gut aufgestellt. Mit flexiblen Lösungen und guten Kontakten zu Politik und Wirtschaft werden wir auch weiterhin gemeinsam wichtige Ziele angehen und erreichen.»



Dr. Silke Klaes | Vorstand FST e.V. (Finanzen/Personal, rechtliche Angelegenheiten, nationale Regulierung, nationale Zusammenarbeit)
IN-telegence GmbH & Co. KG, Leiterin Recht und Presse-/Öffentlichkeitsarbeit,

«Der FST hat im politischen Raum vor allem bei der Einführung neuer Kundenschutzregelungen des TKG deutliche Zeichen gesetzt. Das durch uns aktiv mitgestaltete Ergebnis stellt das gegenwärtige Verbraucherschutzniveau unseres Marktes dar – und erlaubt somit die weitere Entfaltung unserer Angebote. Allerdings verpassen die Neuregelungen die Gelegenheit, konvergente Entwicklungen zukunftsorientiert und technologieunabhängig zu regeln. Hier wird der FST sich zukünftig für planungssichere Rahmen engagieren.»



Marco Priewe | Vorstand FST e.V. (Internationale Zusammenarbeit, interne Verbandskommunikation, mobilfunkspezifische Dienste, E-Payment)
ATLAS Interactive Deutschland GmbH, Geschäftsführung

«Für die Entwicklung des FST zum Fachverband war auch die Optimierung unserer Mitgliederservices sehr wichtig. Das Angebot zu Workshops und Vortragsveranstaltungen stößt auf gute Resonanzen und unterstützt gerade auch kleine und mittelständische Unternehmen in der Praxis. Hierbei liegt unser Augenmerk auf qualitativ hochwertigen – aber für die Mitgliedsunternehmen deutlich kostenreduzierten – Lösungen. Dies wird ermöglicht durch persönlichen Kontaktaufbau zu Spezialisten unterschiedlichster Fachbereiche.»



Achim Wehrmann | Vorstand FST e.V. (Rechtliche Angelegenheiten, internationale Regulierung und politisches Lobbying (EU), internationale Zusammenarbeit, E-Payment)
Deutsche Telekom AG, Rechtsabteilung Mehrwertlösungen

«Unsere Untersuchungsreihe „FST-MONITORINGS“ ist wichtiger Bestandteil des FST-Geschäftsfeldes `Prävention`. Vorbeugender Konsumenten- und Marktschutz spielt im Rahmen des Zusammenwachsens internationaler Märkte eine entscheidende Rolle – und damit auch für die gegenwärtige und zukünftige Arbeit des FST. Über unser Engagement im International Audiotex Regulators Network (IARN) und in der Zusammenarbeit mit der EU (EU-Konsultationen etc.) tragen wir aktiv zur Präventionsarbeit auf internationaler Ebene bei.»



Renatus Zilles | Vorstand FST e.V. (Nat. und internat. Regulierung, nat. und internat. pol. Lobbying (EU), Presse-/Öffentlichkeitsarbeit, mobilfunkspezifische Dienste)
NEXT ID GmbH, Vorsitzender der Geschäftsführung

«Mehrwertdienste sind heute über viele Branchen hinweg integraler Bestandteil erfolgreicher Geschäftsmodelle. Mit der kontinuierlichen Lobby- und Kommunikationsarbeit auf nationaler und europäischer Ebene schaffen wir die richtigen Voraussetzungen für die Entwicklung dieses hochdynamischen Marktes. Die konvergierenden Märkte verlangen dabei nach technologieneutralen Ansätzen unter Einbeziehung der Mobilien Dienste. Gleichzeitig arbeiten wir an zukunftsfähigen Antworten auf die Herausforderungen, die sich durch neue Technologien (IPTV/Triple Play) ergeben. Dies wird eines der vordringlichsten Themen der Branche sein.»



Katrin Ernst | Leitung FST-Verhaltenskodex-Kommission
IN-telegence GmbH & Co. KG, Rechtsanwältin, Recht und Personal

«Der FST-Verhaltenskodex hat sich auch im Wettbewerb zu anderen jüngst am Markt eingeführten Vereinbarungen gut bewährt. Unsere Marktnähe wird sich auch künftig positiv auswirken. Aktuelles Beispiel für schnelle Reaktionsfähigkeit ist unsere praxisnahe Regelung zur Realisation von 0900-Preisansagen auf Verbindungsnetzbetreiberebene. Die Regelung optimiert die Marktpraxis insofern, dass evtl. vorhandene Fehlerquellen bei der Einrichtung der kostenfreien Preisansage durch FST-Unternehmen in Vorreiterrolle weitestgehend minimiert werden.»



Claudia Kalenberg | Geschäftsführung FST e.V.
Telefon +49-(0)2 11-311 209-13 | ckalenberg@fst-ev.org

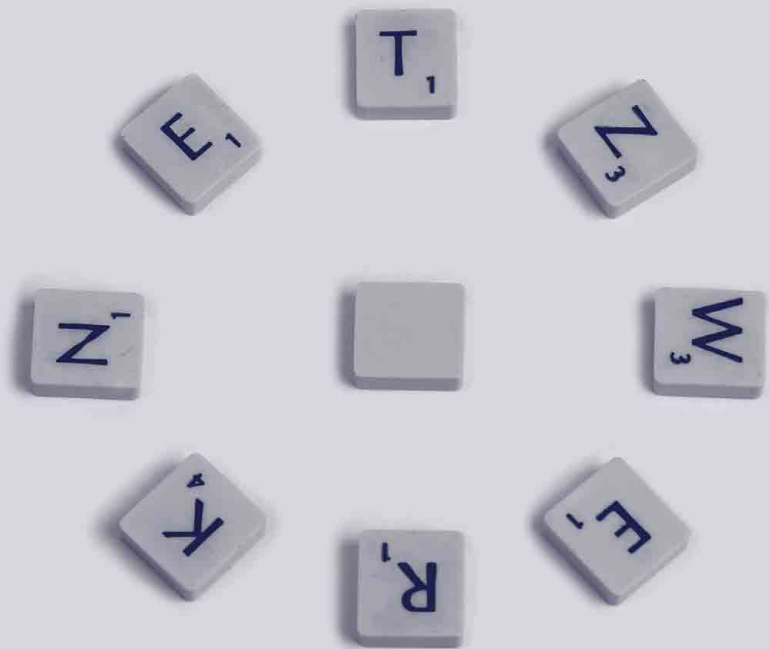
«Das Grundprinzip funktionierender Verbandsarbeit ist der Aufbau möglichst stringenter Handlungsmuster unter Berücksichtigung vielfältiger Meinungsbilder. Der Austausch mit den Unternehmen spielt hierbei eine große Rolle. Die FST-Geschäftsstelle hat sich insbesondere in den vergangenen Jahren zu einer Anlaufstelle für Fragen und Anregungen – und damit zu einer wertvollen Unterstützung des operativen Geschäfts unserer Mitgliedsunternehmen – entwickelt. Vor diesem Hintergrund blicke ich den Herausforderungen zur Mitgestaltung der neuen Marktterrains wie VoIP und NGN zuversichtlich entgegen.»



Tanja Kaiser | Presse-/Öffentlichkeitsarbeit FST e.V.
Telefon +49-(0)2 11-311 209-16 | tkaiser@fst-ev.org

«Die Integration einer Interessensvertretung in die Mitgestaltung neuer Rahmen setzt stets das im Vorfeld geschaffene Vertrauen voraus. Hierbei wird die öffentliche Wahrnehmung einer gesamten Branche durch vielerlei Aspekte beeinflusst. Glaubhaft und nachhaltig zu ihrer Verbesserung beizutragen, ist eine der Hauptaufgaben des FST. Unser Ansatz, 'Kommunikation' als Dialog mit den verschiedensten Ebenen von Öffentlichkeit – also Politik, Wirtschaft, Konsumenten und Medien – gleichermaßen zu verstehen, wird auch unsere Position zur Mitgestaltung neuer zukunftsträchtiger Marktterrains stärken.»

FST-Mitgliedsunternehmen*



118-Auskunftsdienste GmbH
 1comm GmbH Calling & I-Net Entertainment
 ADT Telefonservice GmbH & Co. KG
 ARCOR AG & Co. KG
 ATLAS Interactive Deutschland GmbH
 Audio Service GmbH
 Audiofon Direkt GmbH
 Bauer Vertriebs KG
 Beate Uhse AG
 BT (Germany) GmbH & Co. oHG
 byon GmbH & Co. KG
 COLT TELECOM GmbH
 Commdoo GmbH
 Crystal MeDialog GmbH
 DDV Deutscher Direktmarketing Verband e.V.
 Deutsche Telekom AG, T-Com
 digame.de GmbH
 dtms GmbH
 EconoMedia Informationsdienste GmbH
 HAIST GmbH
 HNC Harry Neugebauer Consulting
 IN-telegence GmbH & Co. KG
 Infostar Inh. Cristovao Silva
 Kanzlei Dr. Bahr

Kanzlei Dr. Dörre
 Legion Telekommunikation GmbH
 M.I.T. Media Info Transfer GmbH
 mBlox GmbH
 Metavox GmbH & Co. KG
 MPS Media Phone Service GmbH & Co. Betriebs KG
 MPS Media Planungs System GmbH
 MR. NET Services GmbH & Co. KG
 net mobile AG
 NEXT ID GmbH
 PGmedia IN-Systems GmbH
 Questico AG
 RTL Media Services GmbH
 Server-Tel LTD. Co. KG
 TCS-Telecommunication Service GmbH
 Team ATW Werbeagentur GmbH
 Tele-Pronto Communication GmbH
 TeleForte Kommunikations AG
 Telekontor GmbH & Co KG
 Telewerft Communication GmbH & Co KG
 VATM e.V.
 WebMarketing-2000 GmbH
 Wire Card AG
 zed Germany GmbH

* in alphabetischer Ordnung, für den Berichtszeitraum 2007

Wir bedanken uns herzlich bei den Sponsoren
 unserer Jubiläumsfeier – 10 Jahre FST – in Berlin



Für die Realisation des Layouts des vorliegenden FST-Reports bedanken wir uns bei der alavia gmbh



Unternehmenskommunikation | Marken PR | Produkt PR | B2B-Kommunikation | Online-Kommunikation |
 Interne Kommunikation | Krisen-Kommunikation | Publikationen | Sponsoring | Messen | Events

alavia gmbh

Volmerswerther Straße 53
 D-40221 Düsseldorf

Telefon +49.211.300654-0
 Fax +49.211.300654-40

info@alavia.net
 www.alavia.net

alavia Büro Berlin

Schlesische Straße 29
 D-10997 Berlin

Telefon +49.30.61 07 37 22
 Fax +49.30.61 07 37 26





Freiwillige Selbstkontrolle
Telefonmehrwertdienste e.V.

Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste e.V.
Sternstraße 9-11 · D- 40479 Düsseldorf · Telefon +49-(0)2 11-311 209-0 · Fax +49-(0)2 11-311 209-30
info@fst-ev.org · www.fst-ev.org