

Bundesnetzagentur  
Referat 212  
Tulpenfeld 4  
53113 Bonn

München, 11. Oktober 2018

**Stellungnahme zu dem Konsultationsentwurf einer Entscheidung der Präsidentenkammer der Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen über die Festlegungen und Regeln im Einzelnen (Vergaberegeln) und über die Festlegungen und Regelungen für die Durchführung des Verfahrens (Auktionsregeln) zur Vergabe von Frequenzen in den Bereichen 2 GHz und 3,6 GHz.**

Sehr geehrte Damen und Herren,

es steht außer Frage: Deutschland muss bei der **digitalen Infrastruktur** endlich an die **Weltspitze** gelangen. Dazu braucht es einen **flächendenkenden Ausbau** des 5G -Netzes – unverzüglich und mit Nachdruck.

Nur so kann die **Wettbewerbsfähigkeit** des Wirtschaftsstandorts Deutschland auch in Zukunft gesichert werden. Dieses gilt nicht nur für die Industrie, sondern insbesondere auch für den **Tourismus!**

**Leistungsfähiger mobiler Datenempfang** wird von nationalen und internationalen Gästen genauso selbstverständlich **erwartet** wie saubere Toiletten und frisch gemachte Betten. Und zwar nicht nur in Ballungszentren, an Bahnhöfen und Flughäfen, sondern **auch in den ländlichen Urlaubsregionen**. Dabei geht es mitnichten darum, beruflich erreichbar zu bleiben. Es geht darum, sich schnell über das **touristische Angebot** in der Gegend zu informieren, Freizeitaktivitäten und Veranstaltungen zu buchen oder auch Online-Bewertungen von Hotels und Restaurants vorzunehmen. **Es geht um modernes Reisen.**

Die Entwicklung **innovativer Dienste und Anwendungen** sind bereits heute nötig, um diese Kundennachfrage zu befriedigen. Allein das Beispiel von **Googles**

"**mobile first**" Strategie unterstreicht dieses eindrücklich: Datentransfer findet zunehmend unterwegs statt. Darauf muss und wird sich auch die Reisebranche einstellen.

Schon heute sehen wir eine **Zunahme der Reisebuchungen über mobile Kanäle**. Von 2015 bis 2017 ist ein Anstieg von 17% auf 24% in Europa zu verzeichnen. Von **asiatischen Online-Buchungszahlen** sind wir aber noch weit entfernt. Dort wird inzwischen fast **jede zweite Buchung** (48%) mobile getätigt.

Welche enorm **wichtige Rolle mobile Endgeräte** darüber hinaus **bei der Reiseplanung und Reisebuchung** einnehmen, zeigte bereits 2016 eine Studie der GfK und TNS im Auftrag von Google und TUI: **jede zweite Urlaubsreise** (51%) wurde schon vor zwei Jahren **via Smartphone** recherchiert, meist spontan und ungeplant. Diese Zahlen werden von einer Studie von Expedia unterstützt: Im 4. Quartal 2017 erfolgten **50% der Zugriffe über ein mobiles Endgerät**.<sup>1</sup> Jede dritte Buchung wurde mit dem Smartphone getätigt.<sup>2</sup> Auffällig ist hierbei, dass die Internetnutzer im Durchschnitt 26 Mal **zwischen den Geräten wechseln** bevor sie eine Reisebuchung vornehmen. Der Internetnutzer verwendet dabei immer das Gerät, was ihm im jeweiligen Moment am geeignetsten erscheint und möglichst zeitsparend ist. Der Kunde erwartet also ein **Angebot auf allen Kanälen**. Eine Unterscheidung zwischen mobil und stationär wird nicht mehr gemacht.

Die **Tourismusbranche** gehört in Deutschland zu den ökonomischen Schwergewichten. Knapp **drei Millionen Erwerbstätige** sind hier tätig. Zum Vergleich: Bei der deutschen Automobilindustrie sind es rund 800.000 Beschäftigte.

Gerade in ländlichen Regionen ist der **Tourismus** oft der **wichtigste Wirtschaftszweig**. Wir sind davon überzeugt: Sobald 5G flächendeckend zu Verfügung steht, werden sich **neue Angebote und Dienste** entwickeln (z.B. Touristeninformationen, Wanderführer, Buchungsmöglichkeiten für Touren und Veranstaltungen). Das ermöglicht es touristischen Anbietern

---

<sup>1</sup> Mobile traffic basierend auf Brand Expedia, Hotels.com, Orbitz, Wotif, Cheap Tickets, ebookers and HomeAway mobile traffic in Q4 2017.

<sup>2</sup> Basierend auf Expedia, Inc. Transaktionen in 2017.

**Kundenbedürfnisse aus aller Welt** zu bedienen und im **internationalen Wettbewerb zu bestehen.**

Der Ausbau der Netze und die Erhöhung der Geschwindigkeit hat darüber hinaus zur Folge, dass bereits existierende Anwendungen besser, sicherer und kundenorientierter würden.

**Jeder weiße Fleck bei der Flächenabdeckung behindert den Tourismus.** Es reicht nicht aus, die Zuteilungsinhaber bis Ende 2022 dazu zu verpflichten, 98% der Haushalte mit 100 Megabit pro Sekunde zu versorgen. Außerdem ist zu beachten, dass 98% der Haushalte nur ca. 70% Abdeckung der Fläche in Deutschland bedeuten. Es dürfen nicht wieder die gleichen Fehler gemacht werden wie beim LTE-Ausbau. Politik und Netzanbieter müssen hier einen **fairen Interessenausgleich** finden – jenseits von Höchstpreisgeboten.

Wir leben in einer **mobilen Gesellschaft.** Heißt: Wir brauchen schnellen Datenverkehr unterwegs und möglichst überall, nicht nur für Touristen. Die geplanten **500 Basisstationen reichen** unseres Erachtens für die ländliche, hier insbesondere die touristische Entwicklung in den Regionen **nicht aus.**

Der mobile Zugang zu schnellem Internet in ganz Deutschland darf **keine Barriere** mehr darstellen. Andernfalls verlieren wir bei der Digitalisierung den Anschluss und unsere Wettbewerbsfähigkeit ist nicht gesichert. Ein flächendeckender Netzausbau ist deshalb ein essentieller Bestandteil der Zukunft der deutschen Wirtschaft.

Wir hoffen, mit unseren Ausführungen einen konstruktiven Beitrag zur Diskussion geleistet zu haben. Für den weiteren Austausch stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Vielen Dank und mit freundlichen Grüßen

Michael Buller  
Vorstand  
Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)

### **Über den Verband Internetreisevertrieb e.V. (VIR)**

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) repräsentiert die digitale Touristik, die laut FUR-Zahlen von 2017 rund 61 Prozent der Urlaubsreisen ab einer Übernachtung mit vorabgebuchten Leistungen ausmacht. Zu den VIR-Mitgliedern gehören mehr als 70 Unternehmen, die in der digitalen Touristik tätig sind. Sie unterteilen sich in die vier Cluster OTA, Supplier & Tour Operator, Service & Travel Technology sowie Start-up. Der VIR fungiert als Ansprechpartner für Verbraucher, Medien, Politik und die Branche selbst bei sämtlichen Themen rund um die digitale Touristik