

April 2005

„Voice over IP“: Positionspapier des Verbands Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien

1. Der VDAV und seine Mitgliedsunternehmen

Der Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien e.V. (VDAV) ist der Wirtschaftsverband der in Deutschland tätigen Medienunternehmen, deren Produkte und Dienstleistungen auf der Veröffentlichung von Kommunikationsadressen oder ähnlich systematisch geordneten Informationen basieren. Zu den von den Mitgliedsunternehmen des VDAV herausgegebenen Medien zählen in erster Linie Telekommunikations- und Branchenverzeichnisse, Stadtadressbücher und B2B-Informationen in allen medialen Ausprägungen: Print-, CD-ROM-, DVD-, Voice- oder Online-Angebote. Zu den bekanntesten Produkten gehören „DasTelefonbuch“, „DasÖrtliche“ und die „GelbenSeiten“, gewusst-wo, KlickTel, Wer liefert Was?, Branchenkompass u.v.a..

90 Prozent des deutschen Marktes für Verzeichnismedien werden von Mitgliedunternehmen des VDAV abgedeckt. Dem bereits 1920 gegründeten VDAV gehören zurzeit rund 160 meist mittelständische Medienunternehmen an, die direkt und indirekt rund 40.000 Arbeitsplätze in Deutschland sichern. Im Jahr 2004 erwirtschafteten die Mitgliedsunternehmen des VDAV einen Werbeumsatz von rund 1,196 Mrd. Euro.

2. Selbstverständnis des Verbands deutscher Auskunft- und Verzeichnismedien

Öffentliche Verzeichnismedien als Treiber der Kommunikationsgesellschaft
Unternehmen wie auch private Haushalte sind darauf angewiesen, dass die Zugangsinformationen zu ihren Kommunikationsanschlüssen in öffentlich zugänglichen Verzeichnissen vorgehalten werden. Ohne die Zuordnung des Adressaten eines Telefongesprächs zu dessen Telefonnummer ist ein erster Kontakt über das öffentliche Telefonnetz nur schwer zu realisieren. Gerade im Geschäftskundenbereich ist davon auszugehen, dass an der Erreichbarkeit für die Kunden ein vitales Interesse besteht. Wer ein Telefonbuch oder Branchenverzeichnis aufschlägt, tut dies mit der klaren Absicht, ein Produkt oder eine Dienstleistung zu erwerben – in jedem Fall aber, um einen Kontakt privater oder geschäftlicher Natur herzustellen, der ohne die Kontaktinformation eines Verzeichnisses nicht zustande käme. In einem immer komplexer werdenden Kommunikationsnetz einer modernen Informationsgesellschaft bedarf es vertrauenswürdiger und funktionaler Orientierungshilfen.

Öffentliche Teilnehmerverzeichnisse: ein Universaldienst

Auch der Gesetzgeber erkennt den Bedarf an öffentlichen Teilnehmerverzeichnissen an und hat entsprechende Regelungen im Telekommunikationsgesetz (TKG) verankert: Die unter Teil 6 des TKG geregelten Universaldienste sichern eine für die Gesellschaft im Zusammenhang mit Telekommunikation unabdingbare Grundversorgung ab. Einer der Universaldienste ist die Bereitstellung öffentlicher Teilnehmerverzeichnisse in allen möglichen medialen Ausprägungen(§78 TKG).

Akzeptanz durch Verbraucher

Öffentliche Teilnehmerverzeichnisse genießen eine hohe Akzeptanz als praktische Orientierungshilfe und seriöse Informationsquelle in der Kommunikationsgesellschaft, wie die vom VDAV zum vierten Mal in Auftrag gegebene repräsentative Umfrage zur Nutzung von Auskunft- und Verzeichnismedien beweist. Die von dem Marktforschungsinstitut

Ipsos im Herbst 2004 durchgeführte Umfrage ergab, dass 88 Prozent aller Deutschen ab 14 Jahren Verzeichnismedien nutzten (im Jahr 2001 noch 82 Prozent). Umgerechnet sind dies rund 57 Millionen Menschen. Dabei waren die gedruckten Verzeichnisse nach wie vor die dominierende Nutzungsform. Rund 74 Prozent der Befragten, d. h. drei von vier Bundesbürgern, bedienen sich dieser Medien, um private und gewerbliche Adressen zu finden. Bei der Befragung von Ipsos wurden die Nutzer auch danach befragt, welche Eigenschaften sie Verzeichnismedien zuordnen: 83 Prozent der Befragten gaben an, dass Verzeichnismedien helfen, Informationen und Adressen „schnell zu finden“, 82 Prozent stimmten der Aussage zu, dass sie sich außerdem durch „einfach zu findende“ Informationen auszeichnen. Als nützlich und vertrauenswürdig bewerteten 78 bzw. 70 Prozent der Befragten diese Medien. Dabei nutzt die überwiegende Mehrheit die gedruckte Variante der Verzeichnismedien – mit steigender Tendenz. Auch in Zeiten des Internet besteht daher ein großer Bedarf an gedruckten Verzeichnissen und somit nach verlässlicher Orientierung. Gleichzeitig verzeichneten aber gerade die Online-Medien einen besonders hohen Nutzeranstieg. Hier wuchs die Nutzung von 7 Prozent in 2001 auf 15 Prozent in 2004 an. Diese Tendenz weist auf einen

Wirtschaftliche Relevanz öffentlicher Verzeichnisse

Die Vorhaltung öffentlicher Verzeichnismedien unterstützt die kommunikative Verdichtung und somit auch die wirtschaftliche Prosperität: Zunächst bedeutet die Erreichbarkeit durch ein Teilnehmerverzeichnis schlicht mehr Telefonie und ist damit ein Antriebsfaktor für den Kommunikationsmarkt. Vor allem in regionalen und lokalen Räumen haben Verzeichnismedien darüber hinaus eine essentielle wirtschaftliche Bedeutung: Sie sind eine entscheidende Voraussetzung für die ortsnahe Versorgung mit Produkten und Dienstleistungen und damit für regionalen Handel und ortsansässiges Gewerbe. Schließlich sind Verzeichnismedien besonders für kleine und mittelständische Unternehmen ein etabliertes und bewährtes Werbemedium. Bei einem Ranking des Zentralverbands der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) belegten die Verzeichnismedien den sechsten Platz der Werbemedien in

Deutschland: noch vor den Fachzeitschriften und dem Hörfunk. Rund 6 Prozent des Gesamtumsatzes, also mehr als 73 Millionen Euro, werden mittlerweile in den verschiedenen Online-Ausprägungen der Verzeichnismedien erwirtschaftet.

Eine Umfrage des Marktforschungsinstituts Ipsos ergab, dass die Nutzer von Verzeichnismedien eine für die Werbewirtschaft hoch interessante demographische Zielgruppe darstellen: Generell verfügen sie über ein hohes Bildungs- und Einkommensniveau. Im Hinblick auf die Bedeutung der Verzeichnismedien als Werbeträger ist auch die von Ipsos untersuchte Nutzungsfrequenz ein relevanter Faktor: Der Anteil der Häufignutzer von Verzeichnismedien liegt bei den gedruckten Verzeichnissen bei 49 Prozent (23 Mio. Personen) und bei den Online- und CD-ROM-Verzeichnissen bei 59 bzw. 60 Prozent.

3. Entwertung von Verzeichnissen

Das Geschäftsmodell der Auskunfts- und Verzeichnisanbieter beruht im Wesentlichen auf der Veröffentlichung möglichst vollständiger Kommunikationsadressen möglichst vieler Teilnehmer. Ohne eine größtmögliche Vollständigkeit sinkt die Attraktivität von Auskunfts- und Verzeichnismedien für die Telekommunikationskunden. Ihre Nutzung sinkt, was wiederum Auswirkung hat auf die Anziehungskraft der Verzeichnismedien als Werbemedium für die werbetreibende Wirtschaft. Im Gegensatz zu den Zeiten vor der Deregulierung und Liberalisierung der Telekommunikation, in denen die Nichtveröffentlichung einer Telefonnummer im Telefonbuch extra beantragt werden musste, und die Anzahl der Nichteintragungen dementsprechend äußerst gering war, weisen die Verzeichnisse heute bereits größere Lücken auf.

Steigendes Datenschutzbedürfnis

Verbraucher erleben die Informationsgesellschaft aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Als Fülle faszinierender Möglichkeiten der Kommunikation mit Freunden und Fremden, als unerschöpfliche Quelle neuer Informationen – zuweilen aber auch als unsichere Technologie. Der mögliche, ungewollte

Fremdzugriff auf die persönlichen Daten verunsichert die Verbraucher; Schlagworte hier sind Spam oder Passwort-Missbrauch. Datenschutz im Sinne von Verbraucherschutz ist längst zu einem populären, politischen Schlagwort geworden. Folglich hat sich die Sensibilität der Verbraucher für die Möglichkeit des Missbrauchs von Kommunikationsmitteln und persönlichen Informationen spürbar erhöht. Verbraucher entscheiden heute von Fall zu Fall, wo und inwieweit sie personenbezogene Informationen weitergeben. Doch aus der veränderten Wahrnehmung des Wertes persönlicher Information ergibt sich eine paradoxe Situation. Die Notwendigkeit eines umfassenden Zugangs zu Informationen steigt, während gleichzeitig die Bereitschaft sinkt, die nötigen Informationen bereitzustellen. Mit anderen Worten: Alle wollen das Telefonbuch nutzen, selbst aber nicht drinstehen. Rund 30 Prozent der Festnetz-Nutzer sollen Schätzungen zufolge auf eine Veröffentlichung ihrer Telefonnummer verzichten.

Fragmentierung des Verbraucherangebots

Die Entwicklung auf dem Gebiet der Kommunikation war in den letzten Jahren enorm. Die unterschiedlichsten technologischen Errungenschaften und neue Diensteanbieter beleben das Feld eines wachstumsstarken und dynamischen Marktes, den es zu fördern gilt. Damit verbunden ist jedoch auch eine zunehmende Unklarheit darüber, wie mit den unterschiedlichen Teilnehmerdaten der verschiedenen und neuen Kommunikationsanbieter verfahren werden soll.

Verschiedene Carrier oder Provider haben damit begonnen, eigene Verzeichnisse ihrer Kunden zu veröffentlichen. Diese Handhabung ist sinnvoll für die Kunden des jeweiligen Netzes: Zweck der netzbezogenen Verzeichnisse ist nämlich vor allem, den Kunden aufzuzeigen, mit welchen anderen Kunden sie innerhalb dieses Netzwerks zu besonders günstigen Konditionen telefonieren können (z. B. HeliNet/UnnaCom). Jedoch führt die Entwicklung hin zu separaten Carrier-Verzeichnissen gleichzeitig zu einer Fragmentierung des Angebots und damit zu größerer Unübersichtlichkeit für den Verbraucher.

Eine der neuesten Errungenschaften im Zuge der Konvergenz der Netze ist ENUM (abgeleitet vom englischen Begriff „Telephone Number Mapping“). Das Nummerierungsverfahren ermöglicht, dass eine Nummer den Empfang sämtlicher Nachrichten für eine Person steuern kann: Telefonnummern werden in eindeutiger Weise auf eine Internetdomain bezogen. Diese Domain kann dann zur Identifizierung unterschiedlicher Kommunikationsdienste herangezogen werden, zum Beispiel Fax, Mobilfunk, Voice Mail Systeme, E-Mail-Adressen, IP-Telefonie-Adressen, Webseiten, GPS-Koordinaten, Anrufumleitungen oder Unified Messaging. Auch im Kontext von ENUM stellt sich die Frage, wie die über dieses neue Nummerierungsverfahren vergebenen Rufnummern in Zukunft verwaltet werden sollen: Vor dem Hintergrund eines Zerfalls des Informationsangebotes durch ein umfassendes öffentliches Verzeichnis erscheint auch hier die separate Verwaltung der ENUM-Rufnummern nicht sinnvoll und entspricht nicht den Interessen der Verbraucher.

Die Folgen einer Entwertung öffentlicher Verzeichnisse Informationen scheinen allgegenwärtig zu sein und Kommunikation in Alltag so selbstverständlich, dass die Grundvoraussetzungen dahinter leicht verschwinden. Der Zugang zu Informationen ist keineswegs selbstverständlich. Die Politik diskutierte dieses Thema zuletzt vor dem Hintergrund eines möglichen „Digital Divide“, des gleichberechtigten Zugangs zum Internet. Zahlen des BAT-Freizeitforschungsinstituts unterstreichen, dass das Internet für die privaten Verbraucher ein Nischenmedium geblieben ist (2003: 21 Prozent). Gerade die Ruheständler seien „Netztafel“ geblieben. Die Forschungsgruppe Wahlen beziffert den Anteil der Menschen mit Internetzugang 2004 immerhin auf 62 Prozent. Gerade für diejenigen, denen der Zugriff auf das Internet als Informationsquelle nicht möglich ist, sind und bleiben die öffentlichen Verzeichnisse eine wichtige Orientierungshilfe in der Kommunikationsgesellschaft.

Eine schleichende Entwertung der öffentlichen Verzeichnisse durch das Versäumnis einer klaren und gesicherten Regelung der Teilnehmerdatenverwaltung würde nicht nur zu einer Aushöhlung der im

TKG geregelten Universaldienste führen, sondern auch zu einer Benachteiligung derjenigen Verbraucher, für die öffentliche Verzeichnisse nach wie vor die vertrauenswürdigste und wichtigste Informationsquelle im Alltag sind.

Aktuelle Praxis der Nummernverwaltung

Die Regelungen des TKG schreiben vor, dass die Kunden grundsätzlich ein Recht auf Eintragung in Auskunfts- und Verzeichnisdienste haben und die Telekommunikationsdienstleister die zur Veröffentlichung frei gegebenen Daten bereit stellen müssen. Abruf und Sammlung dieser Daten übernimmt derzeit die Deutsche Telekom AG (DTAG). Die DTAG stellt diese von den Carriern gesammelten Daten allen interessierten Verlegern und Auskunftsdiensten zur Veröffentlichung bereit. In den letzten Jahren zeichnet sich eine zunehmende Erosion der Datenbasis für Auskunftsdienste ab. Von rund 80 Millionen vergebenen Mobilfunknummern sind beispielsweise nur rund 2,5 Millionen Rufnummern – etwa drei Prozent – für die Veröffentlichung in Auskunfts- und Verzeichnismedien freigegeben. Die Zahl der Festnetzanschlusshaber sinkt beständig – immer mehr Verbraucher verfügen nur noch über ein Mobiltelefon und sind damit in der Regel nicht mehr in einem Verzeichnismedium aufzufinden. Aufgrund der Vielzahl der in der Veröffentlichungskette tätigen Stellen ist darüber hinaus weder für die Carrier noch für den Nutzer immer erkennbar, wer tatsächlich sein Ansprechpartner für die Pflege, Änderung oder Freigabe seiner Daten ist. Die Furcht vor einem Missbrauch der eigenen Teilnehmerdaten steht hier dem Interesse des Auffindens der Telefonnummern gewünschter Gesprächspartner entgegen.

Der VDAV sieht darum eine große Notwendigkeit darin, für die Verbraucher und Unternehmen gleichermaßen sinnvolle Lösungen zu entwickeln. Diese müssen erstens die Erwartungen der Verbraucher in einen vertrauensvollen und transparenten Umgang mit den Adressdaten erfüllen, zweitens ihr Interesse an einer Grundversorgung mit Telekommunikations-, Adress- und Branchendaten sicherstellen und drittens den notwendigen Zugang der Verleger zu den betreffenden

Daten ermöglichen. Gelingt dies nicht, werden auf längere Sicht nicht nur Telefonverzeichnisse entwertet, Arbeitsplätze verloren gehen und für die Verbraucher wichtige Informationsdienstleistungen ausbleiben. Am Ende würde ein wichtiger Bereich der Grundversorgung unserer Informationsgesellschaft gefährdet.

4. „Voice over IP“

Die Sprachtelefonie über das Internet ist eine einschneidende Neuerung auf dem Gebiet der Kommunikation. Voraussetzung ist ein Breitband-Anschluss (DSL). Innerhalb geschlossener Netze von Anbietern kann so sogar ohne zusätzliche Kosten telefoniert werden. Neben der Telefonie in geschlossenen Netzen von Providern oder Nutzern einer bestimmten Software (z. B. Skype) ist natürlich auch das Telefonieren in und aus anderen Netzen mittels „Voice over IP“ möglich: zu Gebühren, die weit unter den derzeitigen Gebühren der etablierten Provider im Festnetz liegen.

Durch diese Entwicklungen werden dramatische Kurswechsel prognostiziert. Schlagzeilen wie „Das Ende des Telefons“ (Spiegel online, 18.10.2004), „Mobile IP-Telefonie wird Mobilfunk umwälzen“ (Presstext.de, 19.11.2004) oder „Festnetzanschlüsse auf dem absteigenden Ast“ (Presstext.de, 09.02.2005) belegen dies eindrucksvoll. Ausschlaggebend für diese Entwicklung ist die technologische Konvergenz von Telefonie und anderen Datendiensten: Sie bietet eine einfachere und bedarfsgerechtere Administration und Organisation aller Daten übermittelnden Dienste.

Bedeutung „Voice over IP“ als Wirtschaftsfaktor

„Voice over IP“ eröffnet auf dem Markt der Sprachtelefonie ein großes Innovations- und Wachstumspotenzial. Die IP-Technologie bietet die Möglichkeit, den Telefondienst um weitere Dienste bzw. Dienstmerkmale zu ergänzen – so die Einschätzung der Regulierungsbehörde Telekommunikation und Post (RegTP). Ziel muss dabei ein offener und diskriminierungsfreier Transformationsprozess sein. Die Branchenverbände eco und VATM schreiben „Voice over IP“ das Potenzial zu, den

Wettbewerb auf dem Telekommunikationsmarkt nachhaltig zu beleben. Neben Kostenaspekten werden Vorteile durch die Steigerung der Produktivität und die Änderung von Arbeitsprozessen erwartet. Nach einer Studie des Beratungsunternehmens TechConsult wächst der deutsche Geschäftskundenmarkt für IP-Telefonie jährlich um 13,4 Prozent. Bereits im Jahr 2004 wurde ein Umsatzvolumen von 76 Millionen Euro erreicht. Bis 2006 werden zwei Drittel der international tätigen Konzerne „Voice over IP“-Anwendungen installiert haben, schätzt die Unternehmensberatung Deloitte. Die Nachfrage der Unternehmen dürfte bis auf weiteres die Marktentwicklung bestimmen.

Der VDAV erwartet, dass im Kontext von „Voice over IP“ das Bedürfnis nach innovativen Informationsprodukten entstehen wird – zugeschnitten auf die neuen Kommunikationswege. Der VDAV sieht hier große Chancen für seine Branche: Durch die Einführung neuer Produkte könnte sich der Markt für Auskunfts- und Verzeichnismedien deutlich positiv entwickeln.

Vergabe von „Voice over IP“-Nummern

Einer klaren Regelung bedarf es für die Vergabe von Rufnummern bei der Internettelefonie „Voice over IP“ (VoIP). Hier können entweder bereits vorhandenen Rufnummern konkrete IP-Adressen zugeordnet werden, oder es werden neue Rufnummern vergeben. So vergeben VoIP-Anbieter an ihre Kunden eigene, bei der Regulierungsbehörde gekaufte Telefonnummern, treten also als neue Carrier im klassischen Sinne auf. Vergaben werden können zwei Arten von Rufnummern – Rufnummern innerhalb der Ortsnetze oder Rufnummern der neu geschaffenen nationalen Rufnummerngasse 032. VoIP-Nutzer können also wählen, ob sie wie bislang gewohnt eine „normale“ Rufnummer mit Ortsnetzvorwahl oder eine nationale Rufnummer für VoIP nutzen wollen.

Klassifizierung der Internettelefonie

Bei der Frage, ob „Voice over IP“ eine Fortentwicklung der klassischen Telefonie auf neuer technischer Grundlage ist oder eine andere, neue Form der Datenübertragung und Kommunikation darstellt, bestehen unterschiedliche Auffassungen. Die Antwort auf diese Frage ist jedoch

nicht zuletzt entscheidend für die Ausgestaltung des zukünftigen Rechtsrahmens für Telefonie durch IP-Technologien. Notwendig ist, dass die Erreichbarkeit von Teilnehmern durch öffentliche Verzeichnisse bei der rechtlichen Ausgestaltung mitbeachtet wird. Sie gewährleistet in erheblichem Maße eine funktionsfähige Informationsgesellschaft. Denn in den meisten Fällen von „Voice over IP“ bleibt die Praxis des Telefonierens, wie sie etwa durch die im TKG verankerten Universaldienste in Grundzügen deutlich wird, unberührt.

Vergleich internationaler Regulierungsgrundsätze

So jung die Internettelefonie ist, so wenig einheitlich und festgelegt ist ihre rechtliche Behandlung in den unterschiedlichen Ländern. In der Frage, wie „Voice over IP“ in Deutschland mittel- und langfristig zu regulieren ist, kann man auf keine langjährigen Erfahrungen andernorts zurückgreifen. Die USA und Großbritannien haben sich bereits entschlossen, „Voice over IP“ nicht der Regulierung zu unterwerfen und sie als andere Form der Internet-Nutzung, die ebenfalls keiner Regulierung unterliegt, zu behandeln. Hintergrund dieser Position ist unter anderem der berechtigige Wunsch, die junge Industrie in dieser frühen Entwicklungsphase im internationalen Wettbewerb sinnvoll zu fördern.

Auch die EU-Kommission hat das Ziel, einen offenen und wettbewerbsorientierten Telekommunikationsmarkt in Europa zu etablieren. ITK-Technologien spielen bei der Erreichung der Lissabon-Kriterien und des Aktionsplans der EU-Kommission für Wachstum und Arbeit eine nicht unerhebliche Rolle. Die weitere Verbreitung von Breitband-Technologien ist nur dann interessant, wenn neue Dienste – wie „Voice over IP“ – den Konsumenten zu attraktiven Preisen offeriert werden. In einer Stellungnahme machte sich die zuständige EU-Kommissarin Viviane Reding für ein offenes wettbewerbsförderndes Herangehen an „Voice over IP“ stark und kritisierte die deutsche Regulierungsbehörde gerade wegen ihrer restriktiven Haltung zur Vergabe der Rufnummern. Die EU-Kommission favorisiert einen EU-weiten „light touch approach“ in Bezug auf die Regulierung bei Internettelefonie.

Position des VDAV

Für den Verbraucher ist entscheidend, wie sich VoIP-Applikationen im Alltag auswirken. Für die meisten wird sich am Prozess des Telefonierens nichts ändern. Von daher betrachtet der VDAV – im Einklang mit anderen Branchenverbänden wie etwa dem VATM – VoIP als technische Weiterentwicklung der Telefonie und nicht als neue Art des Telefonierens. Dies sollte sich in der VoIP betreffenden Regulierung widerspiegeln.

Die Unternehmen wie die privaten Haushalte sind auch in Zukunft darauf angewiesen, dass die Zugangsinformationen zu ihrem Kommunikationsanschluss in öffentlich zugänglichen Verzeichnissen vorgehalten werden und so ihre Erreichbarkeit jederzeit gegeben ist. Dies drückt sich auch in dem Bedürfnis aus, weiterhin ortsnetzbezogene Rufnummern zu erhalten, denn in der geografisch zuzuordnenden Telefonnummer spiegelt sich zum einen ein Stück kultureller Identität wider, zum anderen hilft diese Information bei der räumlichen Orientierung. Der Ortsnetzbezug ist eine klare Vorgabe darüber, in welchem Telefonverzeichnis die Rufnummer zu veröffentlichen ist. Er ist zudem für diejenigen, die Verzeichnisse nutzen um Dienstleistungen nachzufragen eine wichtige Information über Anfahrtswege, ortsbezogene Verfügbarkeit und vieles mehr. Darüber hinaus sind ortsnetzbezogene Rufnummern ein in der Bevölkerung tief verankertes Strukturelement, dem aufgrund der langen erfolgreichen Praxis besonderes großes Vertrauen entgegen gebracht wird.

Telefonverzeichnisse und Telefonauskunft stellen vielfach erst den Zugang zu Telefondienstleistungen sicher: Ohne die Zuordnung des Adressaten eines Telefongesprächs zu dessen Telefonnummer wäre ein erstmaliger Kontakt über das öffentliche Telefonnetz nur unter größten Schwierigkeiten zu realisieren. Für Unternehmen und Privathaushalte stellt die heute etablierte Praxis der kontrollierten Aufnahme von ortsnetzbezogenen Rufnummern in öffentliche Teilnehmerverzeichnisse ein transparentes, sicheres und verlässliches Verfahren dar, das zweifellos auch unter den Bedingungen von „Voice over IP“ Grundvoraussetzung für eine funktionierende Informationsgesellschaft ist.

Der VDAV plädiert daher dafür, dass

- auf jeden Fall an der technologieneutralen und zweckgebundenen Nummernverwaltung und -vergabe fest gehalten wird
- der Ortsnetzbezug auch für das Telefonieren über das Internet sicher gestellt wird
- eine Vergabe von ortsnetzbezogenen Rufnummern weiterhin einen klaren und korrekten räumlichen Bezug aufweist
- eine Zuwiderhandlung oder Umgehung des Ortsnetzbezugs geahndet wird
- auch die neuen VoIP-Provider sowohl nach der Vergabe ortsnetzgebundener Rufnummern, als auch der Vergabe von 032-Rufnummern ohne geografischen Bezug an die Verpflichtungen gem. § 47 Abs. 1 ff. TKG gebunden werden, damit diese Rufnummern in die Verzeichnisdienste aufgenommen werden können und so weiterhin eine möglichst umfassende Kommunikation sichergestellt werden kann.