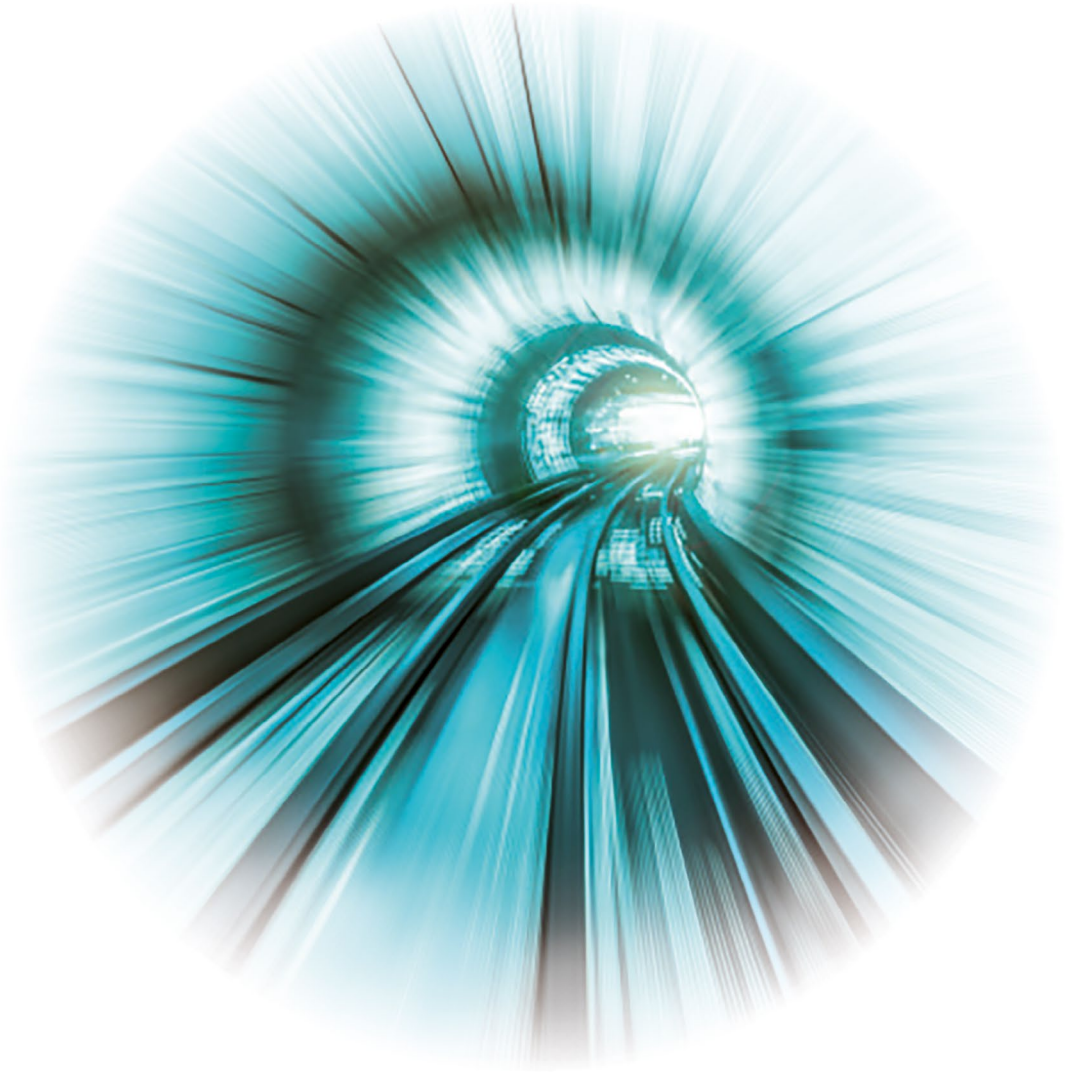
Deloitte.



B2B-Telko-Expertenbarometer 2019

Erwartungen von Geschäftskunden und Learnings für Telekommunikationsanbieter

Der Telko-Geschäftskundenmarkt steht kaum im Fokus der Öffentlichkeit. Dabei wird er durch die zunehmende Digitalisierung von Unternehmen immer wichtiger.

B2B: der „unsichtbare“ Markt	04
Anschlusstechnologie	06
Dienst-Auswahlkriterien	08
Glasfaser-Entwicklung	10
Mehrwertdienste wie IoT & M2M	12
Datenschutz und -sicherheit	14
B2B-Zukunftstrends	16
Zukünftiger Bandbreitenbedarf	18
5G als Treiber für neue Anwendungen	20
Fazit und Ausblick	22
Ansprechpartner	24

B2B: der „unsichtbare“ Markt

Der Telko-Geschäftskundenmarkt ist hoch komplex und macht laut Marktdaten 40 Prozent des Telekommunikationsumsatzes in Deutschland aus. Dennoch steht er kaum im Fokus der Öffentlichkeit und findet nur wenig Beachtung. In den Medien geht es meist um mobile Netzabdeckung, Internetbandbreiten für Privathaushalte im ländlichen Raum und 5G-Entwicklungen. Dabei wird dieser „unsichtbare“ Markt durch die zunehmende Digitalisierung von Unternehmen immer wichtiger. Rechenzentrumsanbindungen und Echtzeitkommunikation über Lieferketten hinweg erfordern eine hoch performante Telekommunikationsinfrastruktur. Zudem sind Cloud-Anwendungen und Videokonferenzen in modernen Firmen mittlerweile selbstverständlich. Zu langsame Leitungen oder Ausfälle können für Unternehmen schnell kritisch werden.

Doch wo steht der B2B-Markt aktuell und welche Entwicklungen sind heute schon absehbar? Licht ins Dunkel bei TK-Diensten für Business-Kunden bringt das Deloitte B2B-Telko-Expertenbarometer 2019. Die Studie beleuchtet erstmalig die Nachfrageseite und berücksichtigt aktuelle Technologien wie Glasfaser, 5G und IoT.

Zur Datenerhebung haben wir im Frühjahr 2019 mehr als 200 Interviews mit Einkaufsverantwortlichen für Telekommunikationsdienstleistungen in deutschen Unternehmen geführt. Die Umfrage berücksichtigt Experten sowohl kleiner, mittlerer als auch großer Unternehmen, deren Mitarbeiter über mehrere Standorte verteilt sind und die daher besondere Ansprüche an Geschwindigkeit, Sicherheit und Vernetzung haben. Im B2B-Telekommunikationsbereich sind das Unternehmen mit 10 bis 50 Mitarbeitern, 50 bis 250 Mitarbeitern und darüber.

Die Ergebnisse zeigen klare Trends, die sich vor allem bei verschiedenen Unternehmensgrößen teilweise deutlich unterscheiden, bergen aber auch einige Überraschungen in Bezug auf DSL-Techniken und den Einsatz von IoT- und M2M-Lösungen.

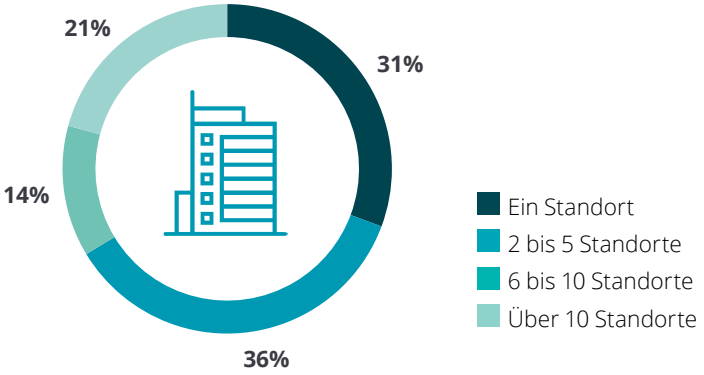
So sind die Erwartungen an den neuen Mobilfunkstandard 5G eher noch verhalten – ganz im Gegensatz zum Hype um die Versteigerung der 5G-Frequenzen. Dagegen scheinen IoT & M2M gerade in großen Unternehmen bereits Einzug gehalten zu haben, haben aber noch viel Potenzial nach oben.

Beim Thema Anschlusstechnologie zeigt sich: Glasfaser spielt bei großen Unternehmen die Hauptrolle; kleinere Unternehmen würden gerne Glasfaser einsetzen, ihnen mangelt es aber in nicht erschlossenen Gebieten an wirtschaftlich tragbaren Angeboten.

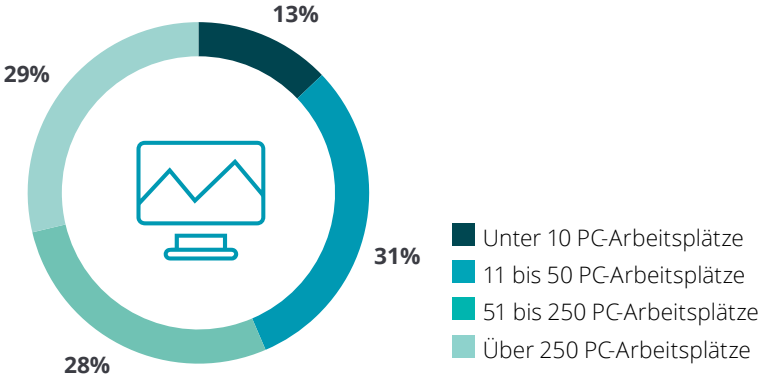
Anbieter von Telekommunikationsleistungen finden auf den folgenden Seiten die wichtigsten Ergebnisse der Studie sowie interessante Hinweise, welche Potenziale vorhanden und welche Entwicklungen in der nächsten Zeit zu erwarten sind.

Abb. 1 – Größenklassen der befragten Unternehmen

Standorte



PC-Arbeitsplätze



Quelle: Deloitte B2B-Telko-Expertenbarometer 2019

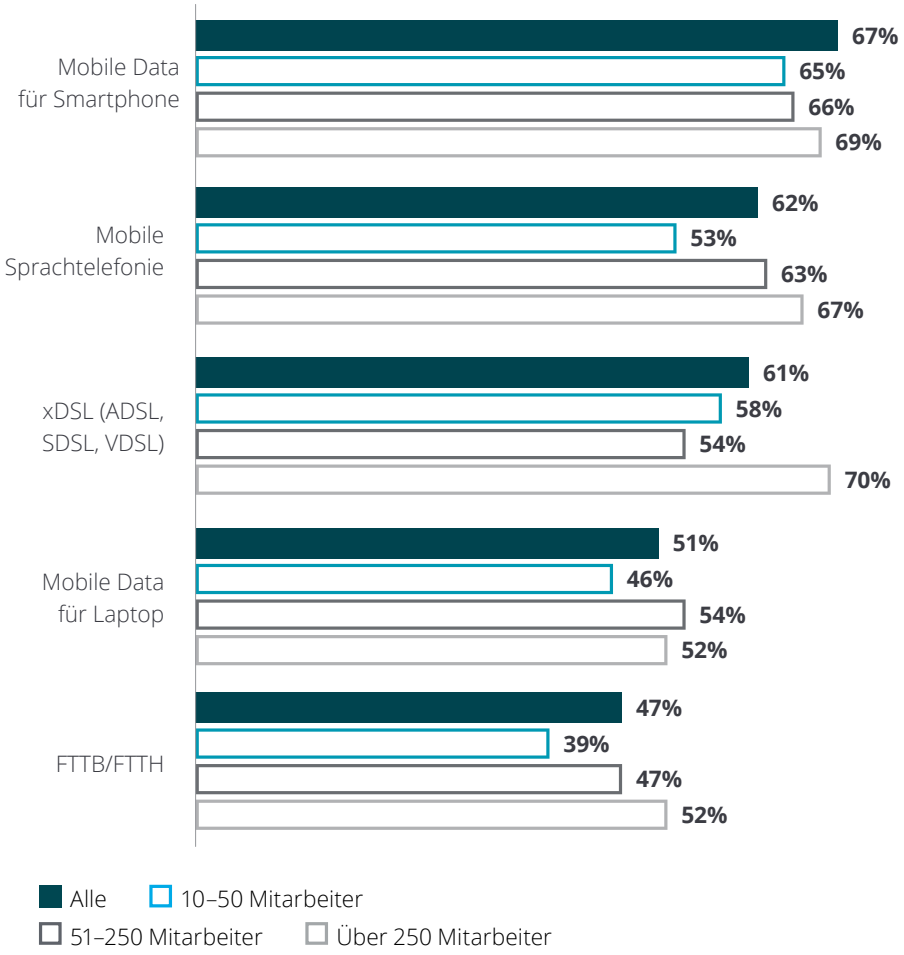
Anschlusstechnologie

Neben mobilen Kommunikationsangeboten sind xDSL-Festnetzdienste nach wie vor bei deutschen Unternehmen weit verbreitet.

Für Unternehmen ist heute die mobile Anbindung ihrer Mitarbeiter enorm wichtig. Das gilt nicht nur für die Telefonie, sondern insbesondere auch für den Datenaustausch und die Internetanbindung per Smartphone und Laptop.

Für die Smartphone-Internetanbindung zeigen sich dabei wenig Unterschiede zwischen kleinen, mittleren oder großen Firmen. Rund die Hälfte der befragten Unternehmen setzt auch für Laptops auf eine mobile Datenanbindung, was kein gutes Licht auf die WLAN-Versorgung in Deutschland wirft.

Abb. 2 – Welche Access-Dienste bezieht Ihr Unternehmen?



Quelle: Deloitte B2B-Telko-Expertenbarometer 2019

Da Glasfaser deutliche technische Vorteile wie garantierte Bandbreiten, kurze Latenzzeiten und hohe Störsicherheit bietet, sind Geschäftskunden bereit, bis zu zehnmal mehr als für xDSL zu bezahlen. Aber sie setzen Glasfaser nur dort ein, wo es wirklich benötigt wird, wie am Hauptstandort oder im Rechenzentrum. Ansonsten bestehen Firmennetze in der Regel aus einem Technologiemix aus Glasfaser- und DSL-Anschlüssen, wobei xDSL-Anbindungen noch immer den Löwenanteil ausmachen.

Eine genauere Auswertung der Daten zeigt darüber hinaus, dass die Versorgung und das Tarifniveau für eine Anbindung ans Internet über LTE mittlerweile so attraktiv sind, dass 8 Prozent der deutschen Unternehmen auf eine Mobile-only-Strategie setzen und keinerlei Festnetzprodukte mehr nutzen.

Es wird noch Jahre dauern, bis Glasfaser xDSL als führende Anschlusstechnologie ablösen wird.

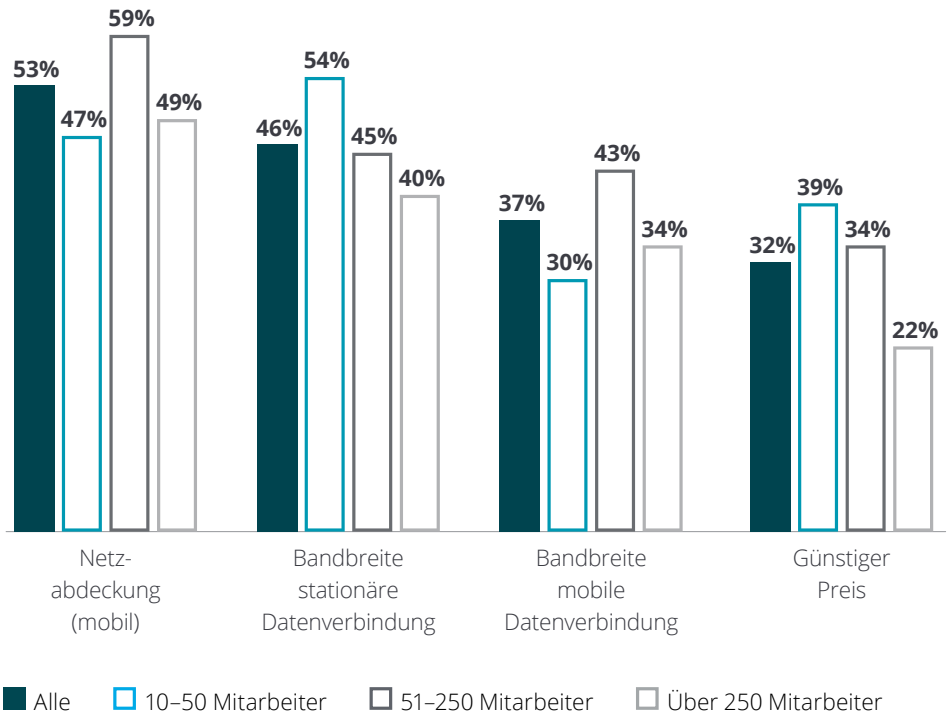
Dienst-Auswahlkriterien

Netzqualität spielt bei der Wahl des Telekommunikationsanbieters bei Unternehmen eine größere Rolle als günstige Preise.

Wenn es darum geht, zu bestimmen, nach welchen Kriterien ein Unternehmen seinen Telekommunikationsanbieter und spezielle Dienste auswählt, so stehen Bandbreite und Netzabdeckung bei allen Befragten ganz vorne. Der Preis spielt dabei eine nachgelagerte Rolle.

Großen Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern sind ein guter technischer Support mit ausgearbeiteten Service-Level-Verträgen (SLA) und der Schutz der übertragenen Daten deutlich wichtiger als die Kosten. Diese stehen erst an sechster Stelle der ausschlaggebenden Kriterien.

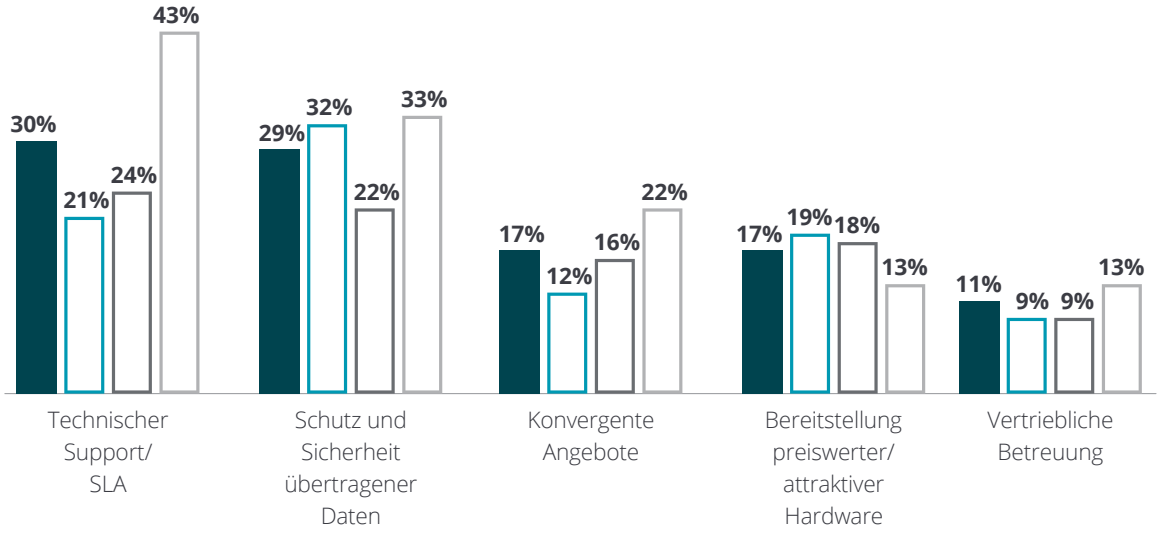
Abb. 3 – Aufgrund welcher Kriterien wurde der aktuell in Ihrem Unternehmen genutzte Telekommunikationsanbieter ausgewählt?



Quelle: Deloitte B2B-Telko-Expertenbarometer 2019

Kleine und mittlere Firmen sind da schon deutlich preissensitiver, das gilt ganz besonders für Kleinunternehmen. Ihr Fokus liegt jedoch vor allem auf einer guten Bandbreite bei der stationären Internetanbindung.

Für alle Unternehmen sind weder das Bundling mit Hardware noch konvergente Angebote, bei denen alle Dienste aus einer Hand kommen, entscheidende Auswahlkriterien.



Große Firmen legen viel Wert auf Support und Sicherheit, kleinere mehr auf hohe Bandbreite und erst dann auf günstige Preise.

Glasfaser-Entwicklung

Das größte Vermarktungspotenzial für Fibre Access besteht bei kleineren Unternehmen.

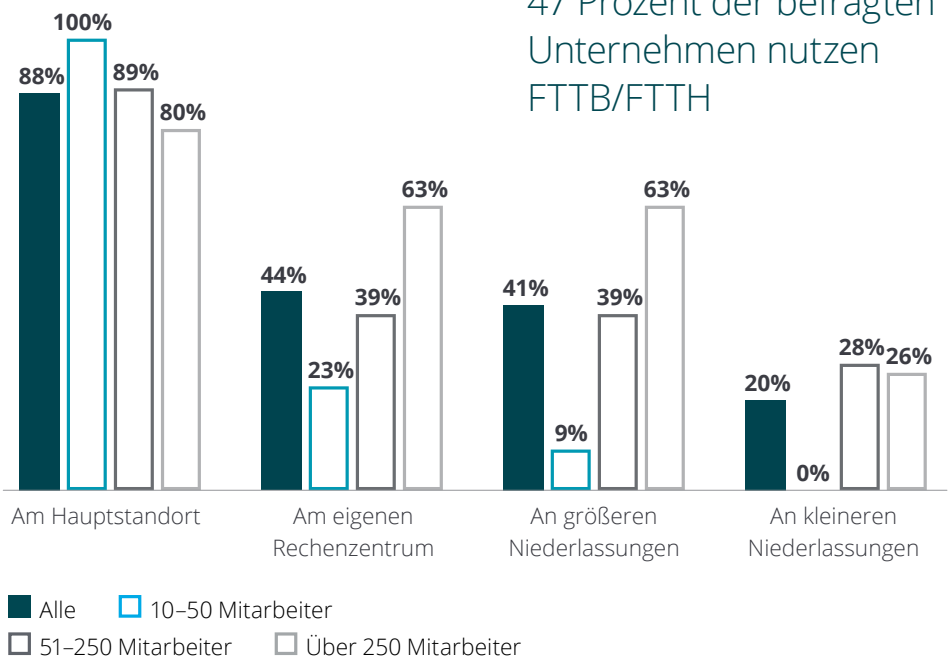
Immerhin 47 Prozent aller Unternehmen nutzen bereits Glasfaser, 88 Prozent davon binden auf diese Weise den Hauptstandort ans Internet an.

Obwohl Telekommunikationsunternehmen Glasfaser technisch gesehen an fast jeden Ort der Republik legen können, ist das wirtschaftlich vielfach nicht machbar. Hier entstehen schnell fünf- bis sechsstellige Kosten, die den breiten Einsatz von Glasfaser bremsen.

Gerade für kleine Unternehmen ist Glasfaser wirtschaftlich wegen hoher Kosten faktisch nicht verfügbar.

Abb. 4 – An wie vielen und welchen Standorten nutzen Sie einen Glasfaseranschluss im Haus (FTTB/FTTH)?*

47 Prozent der befragten Unternehmen nutzen FTTB/FTTH



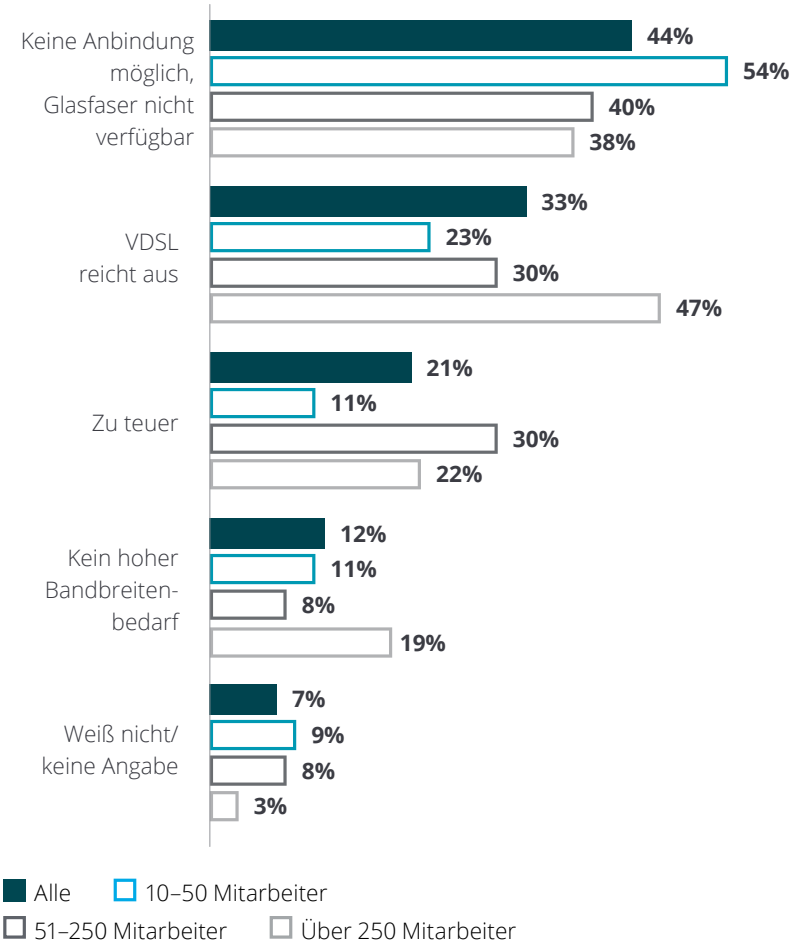
* Nur Unternehmen, die einen Glasfaseranschluss im Haus nutzen.
Quelle: Deloitte B2B-Telko-Expertenbarometer 2019

Bei großen Unternehmen ist das Bild durchaus zweigeteilt: Einerseits nutzt mehr als die Hälfte von ihnen Glasfaser. Von Großunternehmen ohne Glasfaseranschluss haben jedoch zwei Drittel entweder keinen hohen Bandbreitenbedarf oder halten VDSL für ausreichend – ganz im Gegensatz zu kleinen Firmen, die das nur zu 34 Prozent bejahen. Gerade in Unternehmen mit 10 bis 50 Mitarbeitern besteht daher ein hoher Bedarf an Glasfaseranschlüssen. In Summe begründen 65 Prozent den fehlenden Einsatz von Glasfaser damit, dass die Technik entweder nicht verfügbar oder zu teuer sei.

Große und mittlere Unternehmen nutzen dagegen Glasfaser schon intensiv. Sie binden mit mehr als 60 Prozent auch weitere Standorte und Rechenzentren per Glasfaser an und haben für eine Bandbreitensteigerung keinen Bedarf.

Das größte adressierbare Potenzial für Glasfaseranschlüsse haben daher aus Sicht der Provider vor allem kleine Unternehmen, die Glasfaser gerne einsetzen, wenn dies wirtschaftlich abbildbar wird.

Abb. 5 – Warum nutzen Sie keinen Glasfaseranschluss im Haus (FTTB/FTTH)?*



* Nur Unternehmen, die einen Glasfaseranschluss im Haus nutzen.
Quelle: Deloitte B2B-Telko-Expertenbarometer 2019

Mehrwertdienste wie IoT & M2M

IoT- und M2M-Dienste nutzt ein Viertel der befragten Unternehmen – mit deutlich steigender Tendenz.

Betrachtet man die Dienste und Anwendungen, die Unternehmen über das Internet nutzen, zeigt sich, dass eine IP-Telefonanlage in zwei Dritteln aller Firmen im Einsatz ist. Cloud-Storage und -Tools (als Office-Ersatz oder Cloud-Anwendungen) nutzen um die 40 Prozent. Bei großen Unternehmen sind Cloud- und SaaS-Dienste mit mehr als 50 Prozent weiter verbreitet.

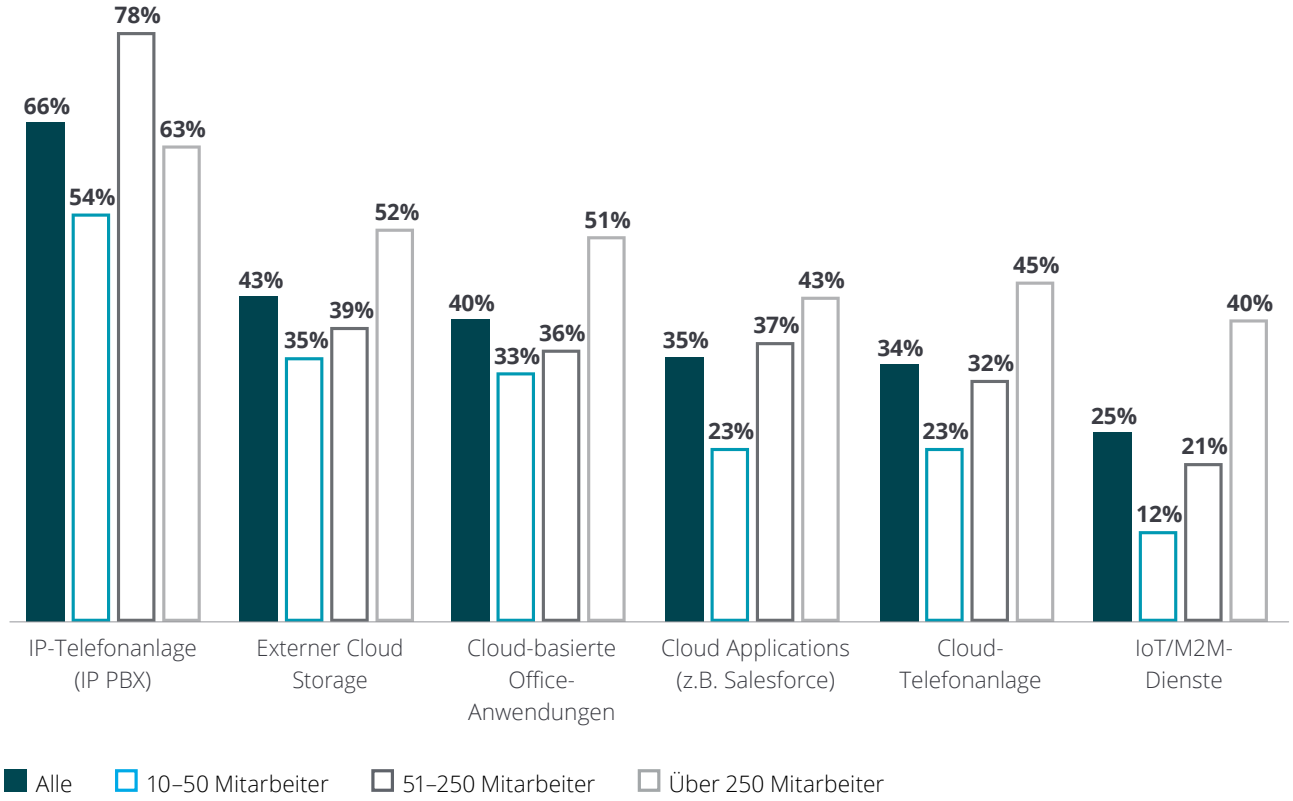
Auffällig dabei ist, dass der öffentliche Sektor im Industrievergleich trotz hohen Anteils an Glasfaser-Anbindungen deutlich zurückliegt.

Interessant ist auch die Entwicklung von IoT- und M2M-Diensten: Im Schnitt nutzt nur jedes vierte Unternehmen diese Industrie-4.0-Techniken, wobei große Firmen aus Industrie und Logistik diese Kommunikationstechnologie häufiger einsetzen. Die bevorzugten Bereiche sind vernetzte Produktionsprozesse (78%), technischer Außendienst und Wartung (68%) sowie das Flottenmanagement inklusive Tracking (56%). Eine „Killer-Applikation“ gibt es dabei aber nicht.

Dennoch können sich bis zu 47 Prozent aller befragten Unternehmen vorstellen, in den drei genannten Bereichen IoT und M2M zu nutzen. Das zeigt, dass hier das Interesse das bisherige Aktivitätsniveau deutlich übersteigt und Wachstumserwartungen durchaus berechtigt sind.

Bis zu 47 Prozent der befragten Unternehmen wollen den Einsatz von IoT und M2M weiter forcieren.

Abb. 6 – Welche der genannten Mehrwertdienste („Value Added Services“) werden von Ihrem Unternehmen bezogen?



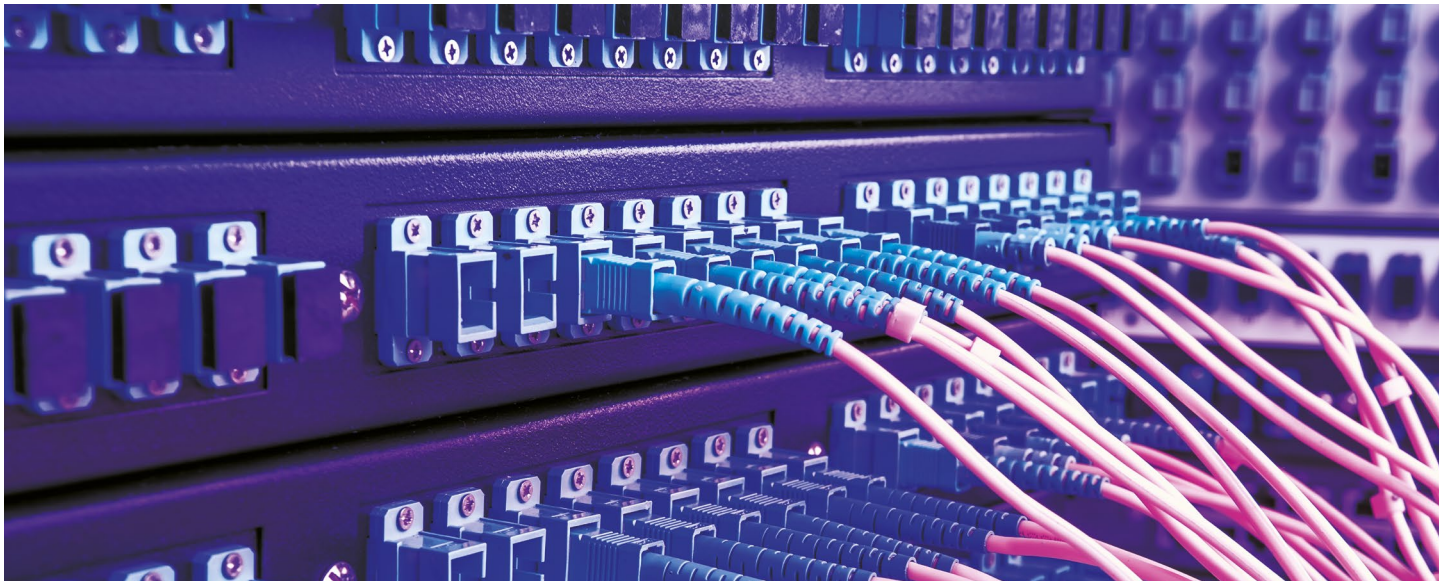
Quelle: Deloitte B2B-Telko-Expertenbarometer 2019

Datenschutz und -sicherheit

Bei Datenschutz und -sicherheit sehen sich Unternehmen insgesamt gut aufgestellt, haben aber noch Verbesserungspotenzial.

Gerade in Zeiten von Cloud- und SaaS-Angeboten ist Datensicherheit ein zentrales Thema für alle Unternehmen. Für IoT und M2M wird es noch einmal an Bedeutung gewinnen. Allerdings sehen lediglich 16 Prozent der befragten Einkaufsverantwortlichen nach eigener Einschätzung konkreten Handlungsbedarf bei Datenschutz und -sicherheit. Mehr als die Hälfte aller großen Firmen betrachten sich als gut aufgestellt. Kleine und mittelgroße Unternehmen positionieren sich größtenteils eher als ausreichend gut vorbereitet. Hier besteht also noch Handlungsbedarf.

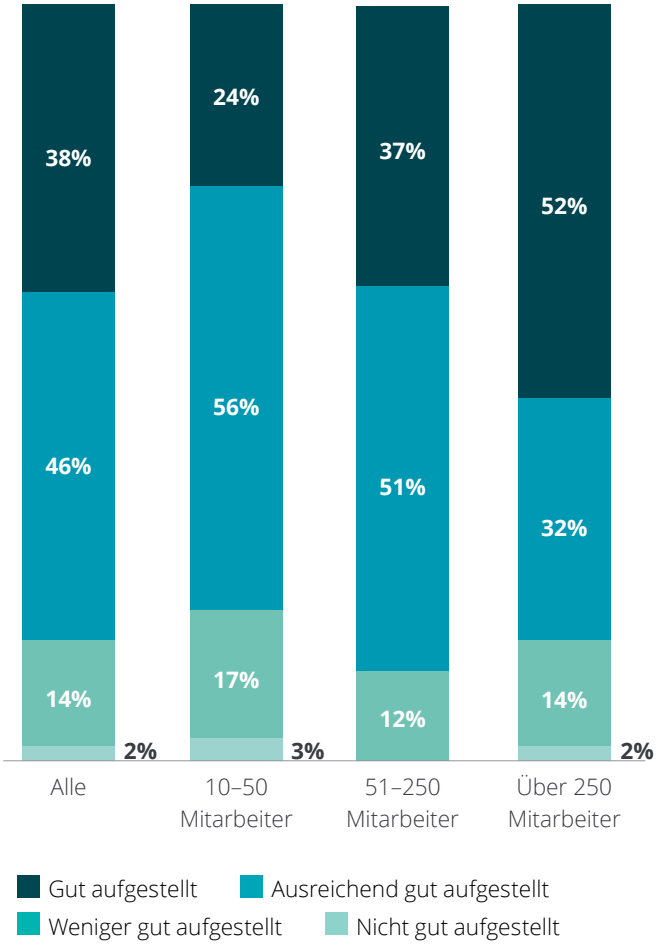
Problematisch für Telekommunikationsanbieter ist, dass sie hier von den Kunden nicht als vorrangige Ansprechpartner gesehen werden, um die Sicherheit zu verbessern. Mit 42 Prozent aller Befragten ist das IT-Systemhaus die erste Adresse. Große und mittlere Unternehmen wenden sich mit 31 respektive 27 Prozent an den TK-Anbieter als ersten Ansprechpartner. Im Gegensatz zu kleinen Unternehmen, die zu 35 Prozent ihre Sicherheitsrisiken selbst minimieren und nur in 17 Prozent der Fälle zuerst den TK-Anbieter ansprechen.



Das spiegelt auch die Herausforderung der Telekom-Unternehmen wider, nicht nur als reiner Access-Provider, sondern auch als ITK-Lösungspartner wahrgenommen zu werden, der für Unternehmen IoT- und M2M-Lösungen entwickeln und implementieren kann.

TK-Anbieter müssen stärker als ITK-Lösungspartner auftreten, um im wachsenden IoT- und M2M-Markt wahrgenommen zu werden.

Abb. 7 – Betrachten Sie Ihr Unternehmen als gut aufgestellt hinsichtlich bestehender und künftiger Risiken im Bereich Datensicherheit, beispielsweise resultierend aus IoT- und M2M-Diensten?



Quelle: Deloitte B2B-Telko-Expertenbarometer 2019

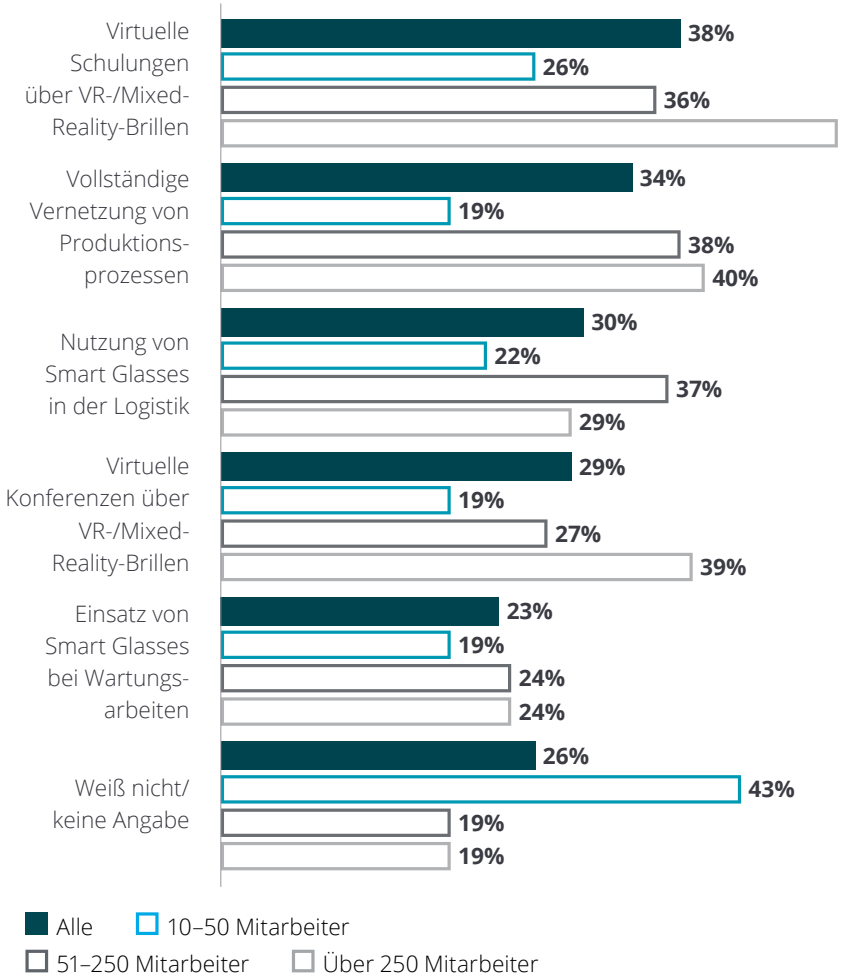
B2B-Zukunftstrends

In großen Unternehmen werden in den nächsten Jahren Virtual Reality und vernetzte Produktionsprozesse eine deutlich größere Rolle spielen.

Die Kommunikation im B2B-Bereich hat in den letzten Jahren einen deutlichen Schwenk Richtung „Video" genommen. Homeoffice und Konferenz-Calls mit Video- und Screen-Sharing gehören in vielen großen wie kleinen Unternehmen bereits zum Alltag.

Die Befragung zeigt hier, dass in der Kommunikation durch Virtual Reality deutliches Entwicklungspotenzial steckt. Insbesondere große Unternehmen können sich vorstellen, bei virtuellen Schulungen und Konferenzen VR-Brillen und-Technik einzusetzen (40 bis 50%). Kleinere Firmen finden das weitaus weniger interessant (20 bis 25%).

Abb. 8 – Bei welchen der folgenden Lösungen können Sie sich vorstellen, dass diese innerhalb der nächsten zwei bis drei Jahre in Ihrem Unternehmen genutzt werden?



Quelle: Deloitte B2B-Telko-Expertenbarometer 2019

In der Logistik und Produktion zeigen sich ebenfalls deutliche Unterschiede: Während kleine Unternehmen eher weniger auf vernetzte Produktionsprozesse oder Smart Glasses setzen, steht eine vollständig vernetzte Produktion bei Großunternehmen mit 40 Prozent an zweiter Stelle zukunftsträchtiger Techniktrends für die nächsten zwei bis drei Jahre. Mittlere Unternehmen setzen verstärkt auf Innovationen wie Smart Glasses in der Logistik und virtuelle Schulungen per VR-/Mixed Reality.

Auffällig ist, dass fast die Hälfte der kleinen Firmen keine Nutzungsszenarien für innovative B2B-Telko-Lösungen sieht. Für Anbieter derartiger Technik bieten daher größere Unternehmen deutlich mehr Potenzial.

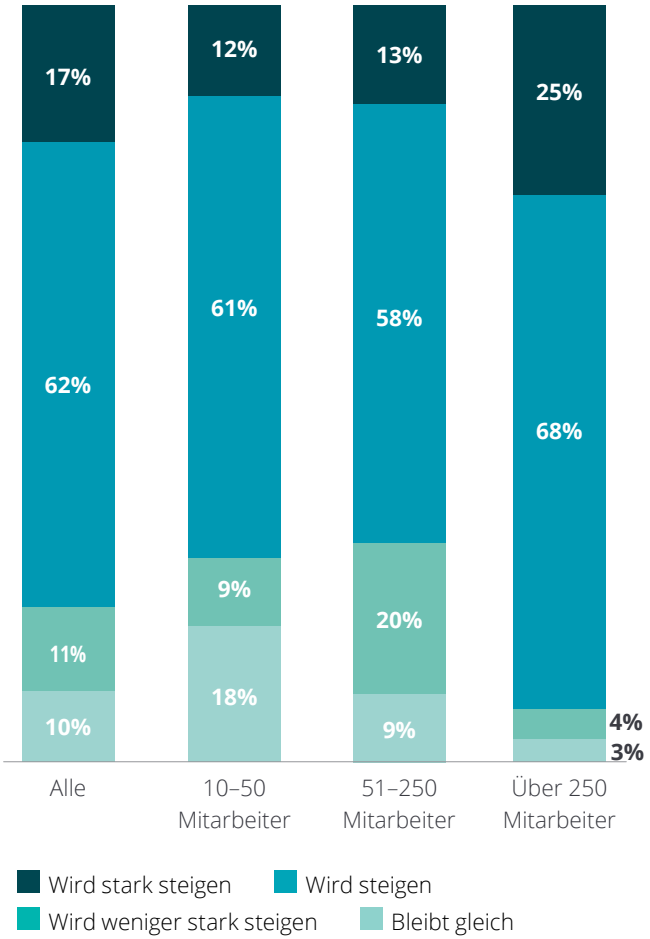
Kleine Unternehmen werden in den nächsten zwei bis drei Jahren kaum auf neue Kommunikationstechniken wie VR, Smart Glasses und Produktionsvernetzung setzen.

Zukünftiger Bandbreitenbedarf

Der Bedarf einer höheren Bandbreite ins Internet wird zukünftig zwar steigen, aber keineswegs explodieren.

Bandbreite ist in der öffentlichen Berichterstattung ein Dauerbrenner. TK-Unternehmen sind ständig dabei, die Kapazitäten auszubauen, und sind gefordert, mit dem steigenden Bedarf mitzuhalten. Umso überraschender ist das Befragungsergebnis, wie Unternehmen ihren zukünftigen Bandbreitenbedarf einschätzen. Insgesamt sehen nur 17 Prozent einen stark steigenden Bedarf. Knapp zwei Drittel der Befragten glauben, dass er lediglich wie bisher weiter steigen wird.

Abb. 9 – Wie schätzen Sie den künftigen Bandbreitenbedarf Ihres Unternehmen ein?

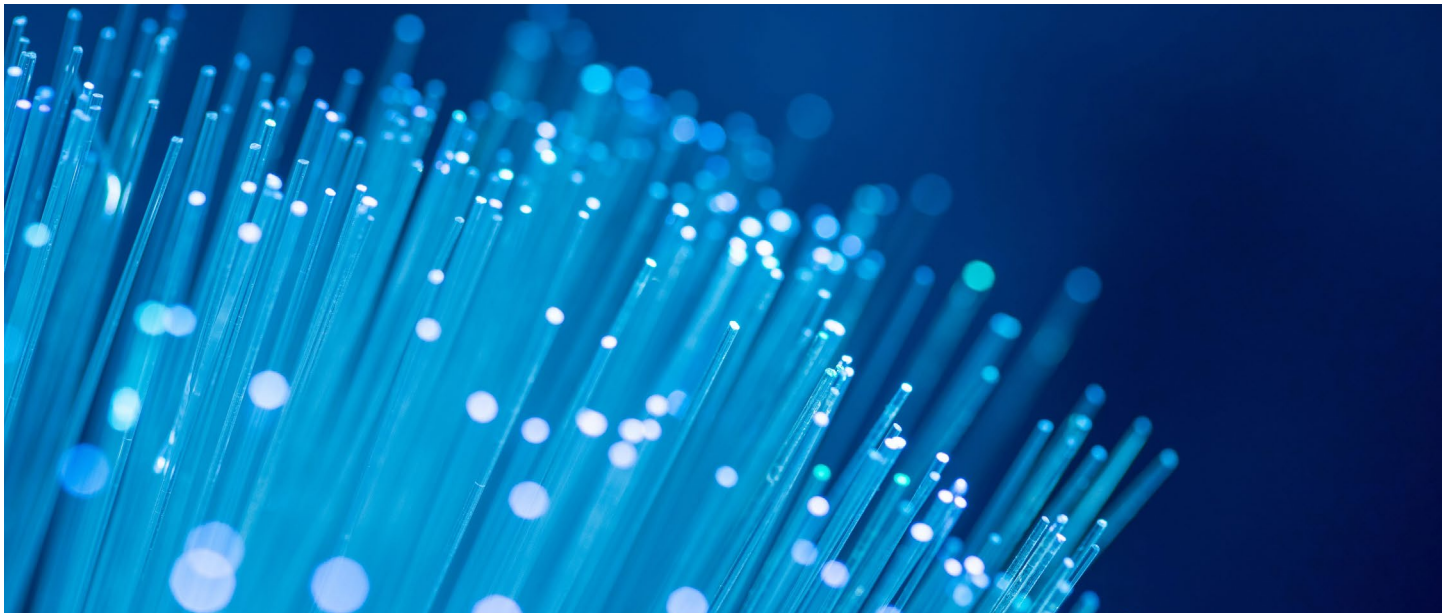


Quelle: Deloitte B2B-Telko-Expertenbarometer 2019

Mit insgesamt 93 Prozent am höchsten sind die Erwartungen (stark) steigender Bandbreiten bei großen Unternehmen, die auf innovative B2B-Lösungen und 5G-Anwendungen wie IoT und M2M setzen. Nur ein Achtel der mittleren und kleinen Unternehmen rechnet mit erheblich größeren Datenmengen in naher Zukunft.

Dies spiegeln direkt sowohl die Anbindung per Glasfaser als auch die Pläne für innovative Lösungen wider, die bei großen Unternehmen stärker ausgeprägt sind und den Transport großer Datenmengen erfordern.

Nur 17 Prozent aller Unternehmen erwarten einen stark steigenden Bandbreitenbedarf in nächster Zeit.



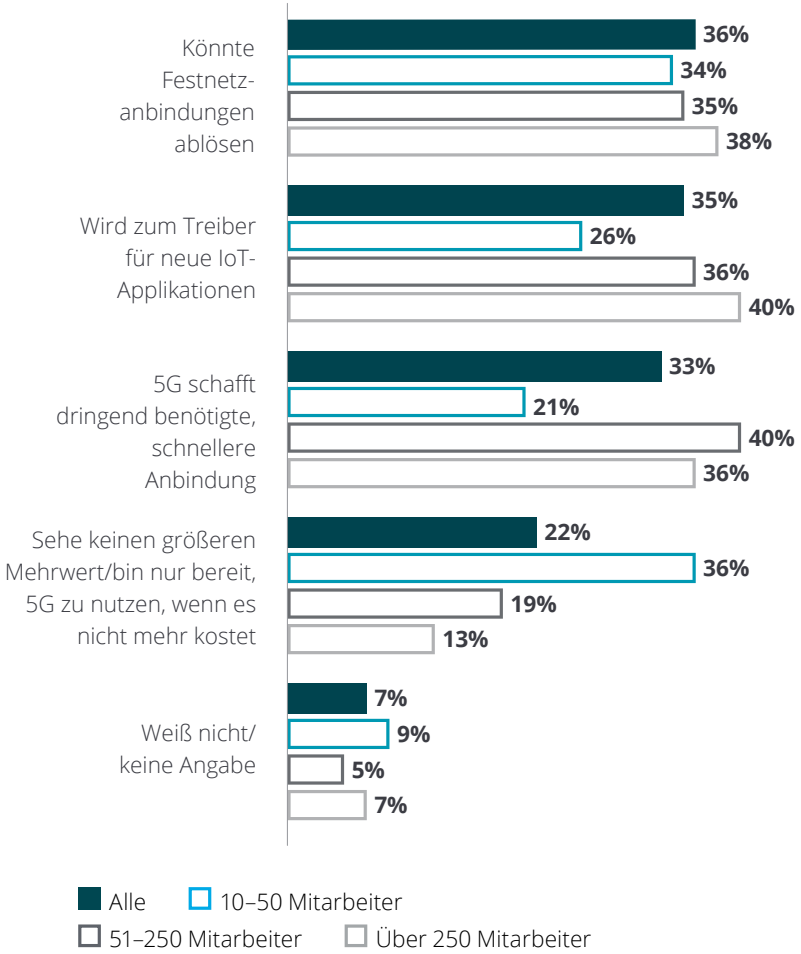
5G als Treiber für neue Anwendungen

Insbesondere große und mittelgroße Unternehmen erwarten von künftigen 5G-Infrastrukturen einen größeren Mehrwert.

Nach der für die Telekommunikationsunternehmen unerwartet teuren Versteigerung der 5G-Frequenzen stellt sich für die Anbieter die Frage, wo die größten Potenziale für die Vermarktung im B2B-Bereich liegen.

Ein Drittel aller Befragten schätzt, dass die neue Funktechnik die Festnetzanbindungen ablösen wird. Dies dürfte vor allem für Unternehmen interessant sein, die sich wirtschaftlich keine Glasfaseranbindung leisten können.

Abb. 10 – Welchen Mehrwert sehen Sie in der neuen Mobilfunkgeneration 5G für Ihr Unternehmen?



Quelle: Deloitte B2B-Telko-Expertenbarometer 2019

Kleine Unternehmen sind hierbei wesentlich zurückhaltender und erwarten zu 36 Prozent keinen größeren Mehrwert von 5G. Letztlich deckt sich das mit den in der Studie genannten Erwartungen zur steigenden Bandbreite und Einführung innovativer B2B-Lösungen.

Insgesamt zeigen die Zahlen aber, dass es keine übergroße Euphorie für 5G gibt. Natürlich begrüßen viele Unternehmen die neuen Möglichkeiten und Übertragungsraten. Da aber die Killer-Applikation fehlt, die 5G nötig macht, und die Implementierung der neuen Technik außerdem noch Jahre benötigen wird, bevor einige Gebiete vollständig erschlossen sind, müssen sich die Telekommunikationsunternehmen auf eine lange Investitionsphase vorbereiten. Der ROI wird sich angesichts der Umfrageergebnisse nicht kurzfristig einstellen.

Die Euphorie für 5G hält sich noch in Grenzen. Allerdings sehen 35 Prozent der Befragten 5G als Treiber für neue IoT-Anwendungen und Geschäftsmodelle.

Fazit und Ausblick

Die Befragung der Telko-Experten großer wie kleiner Unternehmen in Deutschland zeigt, wo Wachstum in den nächsten zwei bis drei Jahren zu erwarten ist und auf welche Aspekte Unternehmen bei den von ihnen eingesetzten Kommunikationslösungen Wert legen. Sowohl bei Glasfaseranschlüssen für kleine Unternehmen als auch dem Aufbau von IoT-, M2M- und 5G-Anwendungen für mittlere und große Betriebe gibt es noch viel Potenzial.

Zusammengefasst sind die wichtigsten Erkenntnisse der Studie:

Qualität vor Preis
B2B-Kunden ist Netz- und Servicequalität wichtiger als ein günstiger Preis. Anbieter müssen sich mit dem Fokus auf einer überlegenen Customer Experience am Markt positionieren.

Glasfaser für kleine Firmen
Das größte verbleibende Vermarktungspotenzial für Fibre Access bieten kleinere Unternehmen. Netzbetreiber sollten durch integrierte und effiziente Kanalstrategien dieses Segment stärker angehen.

IoT- und M2M-Angebote forcieren
IoT-/M2M-Dienste nutzt erst ein Viertel der befragten Unternehmen, das Interesse ist aber groß. TK-Anbieter sollten ihre IoT-Kompetenz herausstellen und sich als ein Partner positionieren, dessen Leistungen über den reinen Internetzugang deutlich hinausgehen.

Datensicherheit ist noch Thema
Kleine und mittelgroße Unternehmen sehen sich beim Thema Datensicherheit eher ausreichend als wirklich gut positioniert. Mit Angeboten zur Daten- und Ausfallsicherheit können Netzbetreiber ihre Kunden zukunftsfest absichern.

5G ist kein Selbstläufer
Deutsche Unternehmen stehen 5G und vernetzten B2B-Angeboten erwartungsvoll gegenüber. Anbieter müssen aber mit Use- und Business-Cases Überzeugungsarbeit für eine schnelle Adaption leisten.

Ansprechpartner

Dr. Andreas Gentner
Partner | Industrieleiter
TMT Deutschland und EMEA
Tel: +49 (0)711 16554 7302
agentner@deloitte.de

Martin Gottschlich
Director | Strategy TMT
Monitor Deloitte
Tel: +49 (0)211 8772 4525
mgottschlich@deloitte.de

Ralf Esser
Senior Manager | Leiter TMT Research
Tel: +49 (0)211 8772 4132
resser@deloitte.de

Deloitte.

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen, die nicht geeignet sind, den besonderen Umständen des Einzelfalls gerecht zu werden, und ist nicht dazu bestimmt, Grundlage für wirtschaftliche oder sonstige Entscheidungen zu sein. Weder die Deloitte Consulting GmbH noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited, noch ihre Mitgliedsunternehmen oder deren verbundene Unternehmen (insgesamt das „Deloitte Netzwerk") erbringen mittels dieser Veröffentlichung professionelle Beratungs- oder Dienstleistungen. Keines der Mitgliedsunternehmen des Deloitte Netzwerks ist verantwortlich für Verluste jedweder Art, die irgendjemand im Vertrauen auf diese Veröffentlichung erlitten hat.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL"), eine „private company limited by guarantee" (Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht), ihr Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen. DTTL und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbstständig und unabhängig. DTTL (auch „Deloitte Global" genannt) erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Mandanten. Eine detailliertere Beschreibung von DTTL und ihren Mitgliedsunternehmen finden Sie auf www.deloitte.com/de/UeberUns.

Deloitte erbringt Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Risk Advisory, Steuerberatung, Financial Advisory und Consulting für Unternehmen und Institutionen aus allen Wirtschaftszweigen; Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften in mehr als 150 Ländern verbindet Deloitte herausragende Kompetenz mit erstklassigen Leistungen und unterstützt Kunden bei der Lösung ihrer komplexen unternehmerischen Herausforderungen. Making an impact that matters – für rund 286.000 Mitarbeiter von Deloitte ist dies gemeinsames Leitbild und individueller Anspruch zugleich.

Stand 05/2019