

Booz & Company

Booz & Company - Studie: Paradigmenwechsel durch Siegeszug mobiler Datendienste

05.02.2010 - 15:42 Uhr, Booz & Company

Zürich (ots) - Smartphone- und App-Boom revolutioniert die Telko-Branche / Trend zur Konvergenz und Multi-Play wird zum Wachstumstreiber / Inhalte erfordern Bandbreite, Bandbreite erfordert Netzausbau / Killer-Interface entscheidet über Kundenzugang und Markterfolg / Apps-Markt vervielfacht sich von heute 1,4 Mrd. auf fast 19 Mrd. Downloads bei 17 Mrd. Euro Umsatz

Der europäische Telekommunikationsmarkt und seine zentralen Anbieter durchleben aktuell einen veritablen Paradigmenwechsel: Das mobile Internet entwickelt sich nach langer Durststrecke dank Smartphone-Boom und mittlerweile erschwinglicher Flatrate-Tarife doch noch zum Massenphänomen. Ab 2014 verfügt das mobile Breitbandinternet in Europa über eine Netzabdeckung von 92%. Während 2009 weltweit gerade einmal 1,4 Milliarden Smartphone-Anwendungen - sogenannte Apps - von den dazugehörigen Download-Plattformen geladen wurden, vervielfacht sich dieser Wert binnen fünf Jahren auf 18,7 Milliarden Anwendungen. Dieses Volumen bringt den Anbietern durch den Anteil kostenpflichtiger Downloads einen kumulierten App-Umsatz von 17 Mrd. Euro ein. Global bedeutet dies eine Wachstumsquote von 25% pro Jahr bis 2014. Das sind die zentralen Ergebnisse einer aktuellen Studie, die die internationale Strategieberatung Booz & Company unmittelbar im Vorfeld des Mobile World Congress 2010 vorstellte.

Multi-Play wird zum Umsatzretter im Festnetzbereich

Durch laufzeitgebundene Triple-Play-Angebote für Festnetz-Telefonie, Internetzugang und TV konnten die Telekommunikations- und Kabelnetz-Betreiber den Umsatz des ehemaligen Kerngeschäfts zumindest stabilisieren. Im Mobilfunk belasten allerdings Flatrate-Angebote und Umsatzbeteiligungen für neue, trendsetzende Anbieter wie Apple die Margen weiter erheblich. "Wertschöpfungsketten verschieben sich nachhaltig. Der Erfolg des iPhones und der damit verbundenen Bezahlinhalte zeigt eindrucksvoll das ökonomische Potenzial, aber auch die Gefahr dieser Entwicklung für die Netzbetreiber", so Alex Koster, Telekommunikationsexperte bei Booz & Company. "Telekommunikationsunternehmen brauchen eine wettbewerbsfähige Strategie, um den Veränderungen im Nachfrageverhalten und neuen Entwicklungen bei Geschäftsmodellen Stand zu halten."

Die Studie macht deutlich: Um Marktanteile gegen die neuen Player verteidigen zu können, müssen die etablierten Anbieter mit Innovationen im Bereich der Endgeräte, neuen Diensten und relevanten Inhalten beim Kunden punkten. Bei den Endgeräten geben aktuell die Hersteller gegenüber den Netzbetreibern den Takt bzw. die Aufteilung der Umsätze vor. Mit dem iPhone und möglicherweise auch dem iPad hat Apple eine umsatzträchtige Schnittstelle zum Kunden und verdient damit sowohl über die Hardware, als auch über Inhalte.

Mobile Bandbreite und Netzausbau wird zur Überlebensfrage

Gleichzeitig zwingt die rasant steigende Nachfrage nach Datenapplikationen zu ständigen Investitionen im Bereich des Netzwerk-Ausbaus. Dies drückt weiter auf die Marge. Schliesslich erfordern sowohl feste als auch mobile Netze permanente Bandbreitenerweiterungen. Die Integration von Festnetz und Mobilfunk in ein IP-basiertes Netzwerk der nächsten Generation ermöglicht es, die Kosten beim Netzbetrieb langfristig weiter zu senken. Darüber hinaus müssen die Kosten für den Aufbau von Breitbandnetzen - sei es Fibre, Kabel oder Mobilfunk - geschultert werden. So wird der Aufbau von LTE-Mobilfunk-Infrastruktur durch Netzbetreiber bis 2014 weltweit mindestens weitere 20 Mrd. Euro verschlingen.

Hier wird das Dilemma der klassischen Telekommunikationsbetreiber besonders deutlich: Während die Umsätze bei stetigem

Investitionsbedarf sinken, fahren globale aber marktfremde Internet-Player die Gewinne ein. "Die Netzbetreiber geraten immer stärker in eine prekäre Situation. Wenn sie nicht weiter angestammtes Terrain verlieren wollen, müssen sie jetzt konsequent in Innovationen und neue Geschäftsmodelle investieren", resümiert Koster.

Weitere Ergebnisse der Studie:

- Der Markt im Bereich "machine-to-machine" hat bereits eine signifikante Grösse erreicht und wird weiter dynamisch wachsen. Insbesondere Anwendungen im Bereich Smart Metering/Smart Grids, Gesundheit, Telematik und Handel entwickeln sich zu zentralen Wachstumstreibern der Telko-Branche.

- Apps spielen auch im Festnetzbereich und für die Unterhaltungselektronik eine zunehmend wichtige Rolle. Bereits 2015 werden ca. 60% der Kommunikations- und Unterhaltungsgeräte im Haushalt internetfähig sein.

- Das "Bandbreiten-Rennen" geht weiter. Die Experten von Booz & Company gehen langfristig von einem Bedarf um 100 Mbit pro Sekunde aus.

- Mobile Advertising wird bis 2012 weltweit ein 13 Mrd. Euro Markt, 4 Mrd. Euro in Europa.

Über Booz & Company

Booz & Company ist mit mehr als 3'300 Mitarbeitenden in 60 Büros auf allen Kontinenten eine der weltweit führenden Strategieberatungen. Zu den Klienten gehören erfolgreiche Unternehmen sowie Regierungen und Organisationen.

Unser Gründer Edwin Booz formulierte bereits 1914 die Grundlagen der Unternehmensberatung. Heute arbeiten wir weltweit eng mit unseren Klienten zusammen, um die Herausforderungen globaler Märkte zu meistern und nachhaltiges Wachstum zu schaffen. Dazu kombinieren wir einzigartiges Marktwissen sowie tiefe funktionale Expertise mit einem praxisnahen Ansatz. Unser einziges Ziel: unseren Klienten jederzeit den entscheidenden Vorteil zu schaffen. Essential Advantage. Informationen zu unserem Management-Magazin strategy+business finden Sie unter: www.strategy-business.com , www.booz.com/ch

ots Originaltext: Booz & Company
Internet: www.presseportal.ch

Kontakt:
Karla Schulze Osthoff
Manager Marketing & Communications
Tel: +41-43-268 21 37
Fax: +41-43-268 21 22
E-Mail: karla.schulzeosthoff@booz.com

Originaltext: Booz & Company
Dossier de presse: <http://www.presseportal.ch/fr/pm/100001952/booz-company>
Dossier de presse par RSS: http://presseportal.de/rss/pm_100001952.rss2