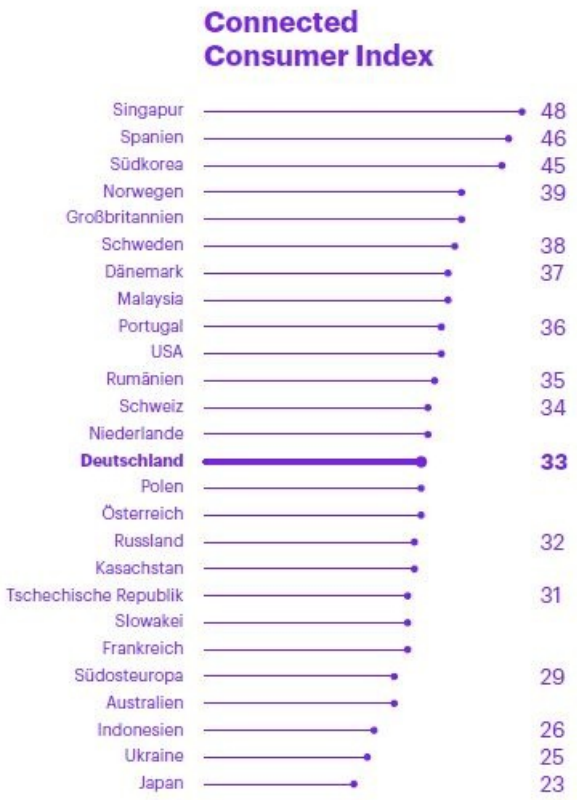
KEARNEY

Kearney

05.11.2020 – 07:50 Uhr

Digitale Services auf dem Vormarsch: Neue Chance aber auch Risiko für Telekommunikationsanbieter



Düsseldorf (ots) -

Durch Video-on-Demand, Connected Devices und Co. bietet sich deutschen Unternehmen ein Wachstumspotential von mehr als 12 Mrd. Euro. Gleichzeitig drängen globale Player wie Netflix, Apple oder Amazon immer weiter auf den Markt vor. Telekommunikationsunternehmen haben nun die einmalige Gelegenheit sich aus der Rolle des reinen Anbieters von Mobilfunk, Festnetz und PayTV zu befreien.

"45% der Befragten unserer NextGen-Studie sind offen ihre Telekommunikationsdienste nicht mehr bei einem Telekommunikationsunternehmen zu kaufen", so Sören Grabowski, Experte für den Telekommunikationssektor und Partner bei Kearney. "Die Unternehmen müssen nun handeln, um in der digitalen Welt nicht abgehängt, sondern zum Navigator für Verbraucher zu werden."

Nicht erst seit Beginn der Coronakrise ist auch unter deutschen Konsumenten die Nutzung von digitalen Angeboten wie Video-on-Demand, Musikstreaming und Online Gaming fortgeschritten. Allerdings landet das Geld für diese Dienste zumeist nicht bei den Telekommunikationsanbietern, sondern bei globalen Plattformen wie Netflix, Apple oder Amazon, die schnell und innovativ agieren.

Nun gilt es die bestehenden Möglichkeiten auszuschöpfen. Wie unsere Studie zeigt, gibt es ein enormes Wachstumspotential von mehr als 12 Milliarden Euro:

Ein klarer Wachstumsmarkt sind die Dienste für **Medien und Entertainment -** trotz großer Investitionen und unterschiedlichster Ansätze bereits seit der Einführung von 3G. Hier zeigt sich ein Steigerungspotential der durchschnittlichen Ausgaben um rund 30% in Summe. Die globale Konkurrenz in den derzeit größten Segmenten wie Video-on-Demand schläft allerdings nicht und hat in Deutschland schon eine dominierende Stellung.

Ein weiterer Wachstumstreiber der Zukunft ist der Markt für **Connected Devices**. Sprachassistenten, Fitnesstracker oder auch Smart-Home-Equipment sind vielversprechende Produkte und bieten durch Abo-Services weitere Möglichkeiten zur Umsatzsteigerung.

Aber auch auf dem traditionellen Telekommunikationsmarkt für **Konnektivität** gibt es noch weiteres Potential zur Monetisierung: 23 Prozent der Deutschen geben an, nicht zufrieden mit ihrer derzeitigen Internetverbindung zu sein. Möglich ist dies aber nur in Verbindung mit einer effektiven und flächendeckenden Breitbandinfrastruktur, die hohe Geschwindigkeiten - wie im europäischen

Ausland durchaus üblich - ermöglicht. Vor allem der Glasfaserausbau stellt dabei Staat und Anbieter vor große Herausforderungen.

Aber nicht nur die Anbieter haben Nachholbedarf - auch die deutschen Konsumenten sind weitaus weniger digital verbunden als viele europäische und globale Verbraucher.

Der Connected Consumer Index, der das Nutzungsverhalten der Konsumenten misst, zeigt ein eindeutiges Bild: Zwar ist die Performance in den Standard-Telekommunikationsdiensten wie Mobilfunk, Festnetz und PayTV noch vergleichbar, allerdings sind es vor allem die digitalen Dienste für Medien und Entertainment sowie Connected Devices die Deutschland unterdurchschnittlich abschneiden lassen.

"Jedem Unternehmen sollte mittlerweile das große Wachstumspotential klar sein. Für Telekommunikationsunternehmen, die in Deutschland mit einem gesättigten Markt zu kämpfen haben, bieten sich jetzt einmalige Chancen, sich aus der Rolle des reinen Konnektivitätsanbieters zu befreien. Mit ihrer offensiven Strategie zeigen Unternehmen wie Jio in Indien, Turkcell in der Türkei oder MTS in Russland wie der zukünftige Weg auch in Deutschland aussehen kann", so Grabowski.

Die Studie:

Unsere NextGen: The Connected Consumer-Studie bietet einen umfassenden Überblick über die Kunden von Telekommunikationsdiensten. Die Studie basiert auf Ergebnissen einer Umfrage unter rund 16.000 Konsumenten in 28 Ländern.

Kearney hat den Connected Consumer Index (CCI) erstellt, um den Grad der digitalen Nutzung der Verbraucher zu ermitteln und Vergleiche zwischen unterschiedlichen Regionen zu ermöglichen. Dieser basiert auf den drei Säulen Telekommunikationsdienste, Medien und Entertainment sowie Connected Devices.

Über Kearney

Als globale Partnerschaft in mehr als 40 Ländern machen uns unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu dem, was wir sind. Als Einzelne bringen wir unterschiedliche Leidenschaften und Stärken ein. Was uns eint ist, dass wir alle genauso viel Freude an unserer Arbeit haben wie diejenigen, mit denen wir zusammenarbeiten. Gemeinsam mit ihnen lassen wir aus großen Ideen Realität werden und unterstützen sie dabei, ein neues Kapitel aufzuschlagen.

www.de.kearney.com

www.twitter.com/KearneyDACH

CXO-Update "impact"

Anmeldung Kearney Newsletter "Standpunkt"

Pressekontakt:

Michael Scharfschwerdt
Kearney
Director Marketing & Communications

Charlottenstraße 57
10117 Berlin
Telefon: +175 2659 363
Michael.Scharfschwerdt@kearney.com

de.kearney.com

Medieninhalte

Connected Consumer Index - Ländervergleich / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/15196 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Kearney"

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100001237/100858964 abgerufen werden.