mediareports
prognos

15

Produktinformation

Tablets brauchen schnelle Netze

Mobilkommunikation 2015

Deutschland Österreich Schweiz

Jahrgang 10 - Oktober 2011

Viele Tablets, noch mehr Smartphones

Smartphones und Tablet PC repräsentieren eine neue Generation von mobilen Endgeräten, die neue Nutzungskontexte für internetbasierte Dienste ermöglichen und Chancen für innovative Geschäftsmodelle eröffnen. Ende 2010 nutzen 14,4 Millionen Deutsche ein Smartphone, in Österreich und der Schweiz waren es jeweils 1,8 Millionen. Die Zahl der Tablet PC lag deutlich niedriger, in Deutschland bei 800.000, in Österreich bei 51.000 und in Schweiz bei 108.000. Aufgrund der zunehmenden Attraktivität der Geräte in allen Preissegmenten werden Smartphones und Tablets PC auf hohe Kundenakzeptanz stoßen.

Mobile Datenumsätze wachsen

Die Nutzung von Mobile Broadband nimmt zu und auch der Wachstumstrend bei Handyinternet wird sich fortsetzen. Sinkende Preise und optimiertes Nutzerverhalten führen jedoch dazu, dass die Umsatzzuwächse bei Mobile Broadband und Handyinternet nach 2012 merklich abflachen. Für den Siegeszug mobiler Internet-Access-Techniken sind hauptsächlich attraktive, vielfach einsetzbare mobile Endgeräte verantwortlich. Notwendig ist ferner ein breites Spektrum an kostenlosen und kostenpflichtigen Inhalten und Diensten, die zum Beispiel via App bequem nutzbar sind und für „jede Lebenslage“ eine Lösung parat halten. Hinzu kommen schnellere Netze und adäquate Datentarife.

Sprachumsätze gehen zurück

Die Einnahmen aus der Sprachtelefonie sind im Jahr 2010 gesunken, und sie werden auch bis 2015 weiter zurückgehen. Aufgrund des hohen Umsatzanteils von Mobile Voice – 2010 lag er bei 70 Prozent in Deutschland und Österreich sowie 75 Prozent in der Schweiz – ergeben bereits geringe prozentuale Rückgänge in absoluter Hinsicht signifikante Umsatzeinbußen, die auch erfolgreiche Datendienste mittel- und langfristig nicht ausgleichen können. Vor allem rückläufige Terminierungs- und Roamingentgelte sind für das Minus verantwortlich.

Netze werden schneller

Tablet PC unterscheiden sich in ihren Anforderungen an die Kommunikationsnetze nur unwesentlich von Notebooks. So können beide Geräteklassen HD-Videos 720p abspielen und beide benötigen entsprechend schnelle Netzverbindungen zwischen 5 und 10 Mbit/s. Für WLAN-Anbindungen stellt dies kein Problem dar, in Mobilfunknetzen sind für HD-Video HSPA+ oder noch schnellere LTE-Verbindungen erforderlich.

Die LTE-Technik wirbt mit Datenraten von 100 Mbit/s, die aber nur unter Idealbedingungen erreichbar sind. LTE konzentriert sich zunächst auf die Abdeckung der mit DSL unversorgten Gebiete. Doch auch in den Städten hat der LTE-Ausbau bereits begonnen, die Hauptphase des Roll Out erfolgt in den Jahren 2012 und 2013. Die Nachfolgetechnik LTE Advanced startet voraussichtlich 2016.

Apps als Chance für eContent

Apps eignen sich primär für oft genutzte Dienste oder Inhalte. Für selten genutzte Dienste wird eher der Browser eingesetzt. Neue Browsertechniken wie HTML5 werden helfen, die Darstellbarkeit von Webseiten auf kleinformatigen Endgeräten zu verbessern.

Gratisfunktionen von Apps erhöhen die Nutzungsattraktivität und damit die Wahrscheinlichkeit für ein Verbleiben auf dem Gerät. Marketing und gute Präsentation sind für wichtige Voraussetzungen für den Erfolg von Apps, da die Nutzerakzeptanz auch aus einem gewissen Imageeffekt resultiert.

Die Nutzung von Paid Apps und Paid Content wird sich in den nächsten Jahren dynamisch entwickeln, insbesondere dank der elektronischen Medien, ebook, eZeitungen und eZeitschriften für Tablet PC ab dem Jahr 2013.

Weitere Informationen und die Liste der Datenreihen 2005 bis 2015 finden Sie auf www.mediareports.de.

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary

1 Aktuelle Entwicklungen des letzten Jahres

2 Basisszenario

2.1 Deutschland
2.1.1 Demografie und Wirtschaft
2.1.2 Medien- und Kommunikationsausgaben
2.1.3 Werbemarkt
2.1.4 Mediennutzung und Ausstattung

2.2 Österreich
2.2.1 Demografie und Wirtschaft
2.2.2 Medien- und Kommunikationsausgaben
2.2.3 Werbemarkt
2.2.4 Mediennutzung und Ausstattung

2.3 Schweiz
2.3.1 Demografie und Wirtschaft
2.3.2 Medien- und Kommunikationsausgaben
2.3.3 Werbemarkt
2.3.4 Mediennutzung und Ausstattung

2.4 Konsequenzen für den Mobilfunk

3 Tablets brauchen schnelle Netze

3.1 Evolution von Technik und Netzen
3.1.1 Mobilfunknetze
3.1.2 Weitere Funktechniken
3.1.3 Potenziale der Mobilfunknetze

3.2 Nutzungstrends und Nachfragepotenziale
3.2.1 Mobiles Internet
3.2.2 Mobile Broadband
3.2.3 Handyinternet
3.2.4 Trends mobiles Internet

3.3 Smartphones und Tablet PC
3.3.1 Qualitative Entwicklungstrends
3.3.2 Gerätebesitz bis 2015

3.4 Apps und mobile Inhalte
3.4.1 App-Nutzung und -angebot
3.4.2 Zukunftsperspektiven und Erfolgsfaktoren für Apps
3.4.3 App-Prognose
3.4.4 Tablet PC und Mobilfunknetze

3.5 Optionen für Mobilfunkunternehmen

4 Marktentwicklungen bis 2015

4.1 Marktbestimmende Faktoren und Trends
4.1.1 Akteure, Handlungsstrategien und FMS
4.1.2 Regulierung
4.1.3 Personen mit Mobiltelefon und SIM-Karten
4.1.4 Preise und Produkte
4.1.5 Mobilfunkmarkt

4.2 Deutschland
4.2.1 Ausgangslage: Umsatzplus 2010
4.2.2 Entwicklungsprognose: Hohe Margen sichern
4.2.3 Alternative Entwicklungen

4.3 Österreich
4.3.1 Ausgangslage: Umsätze weiter nach unten
4.3.2 Entwicklungsprognose: gebremste Verluste
4.3.3 Alternative Entwicklungen

4.4 Schweiz
4.4.1 Ausgangslage: Mobilfunk dreht ins Plus
4.4.2 Entwicklungsprognose: Weiter wie gehabt
4.4.3 Alternative Entwicklungen

5 Ausblick 2015+ - Neuer Angriff auf das Festnetz

Umfang 102 Seiten
Ein Abbildungsverzeichnis finden Sie auf www.mediareports.de

Mobilkommunikation 2015

Tablets brauchen schnelle Netze
Deutschland, Österreich, Schweiz
10. Jahrgang, Oktober 2011
Herausgeber: Prof. Dr. Josef Trappel
Autoren: Holger Delpho, Jan Todt

Website: www.mediareports.de

Über die mediareports Prognos

Die mediareports Prognos bieten Entscheidungsträgern und Analysten einen kompetenten Strategie-Support für die frühzeitige Erkennung zukünftiger Chancen und Risiken in den Medien- und Kommunikationsmärkten. Im Jahresrhythmus prognostiziert jeder Report jeweils für ein Segment die branchenspezifische Entwicklung in den drei Ländern Deutschland, Österreich und Schweiz im Fünfjahreszeitraum, bewertet die relevanten Einflussfaktoren und erstellt ein plausibles Zukunftsszenario. Folgende Themenreports mit Prognosezeitraum bis 2015 erscheinen im Jahr 2011: Breitband-Access, Mobilkommunikation, Fernsehen, Radio, Online-Medien, Zeitungen sowie der Premium-Report - Die Fakten und die Trends.

Grundlage der Reports bilden umfangreiche und kontinuierlich durchgeführte Recherchen und Marktbeobachtungen in den Medien- und Kommunikationsmärkten. Verfügbare Quellen werden analysiert, hinsichtlich ihrer Aussagefähigkeit und Qualität bewertet und - bei Eignung - als Grundlage für die Datenbasis ausgewählt. Die aus den umfangreichen Analysen von Sekundärquellen abgeleiteten Erkenntnisse diskutieren wir in Fachgesprächen mit Industrieunternehmen und Dienstleistern sowie mit Anwendern, Verbänden und Wissenschaftlern. Die Prognosen gehen über eine reine Extrapolation von Vergangenheitsdaten hinaus. Vielmehr stützen sie sich auf Modelle, die über multiple Querbezüge ein hohes Maß an Plausibilität gewährleisten.

Herausgeber der mediareports Prognos ist Prof. Dr. Josef Trappel, Leiter der Abteilung Medienpolitik und Medienökonomie an der Universität Salzburg. Die redaktionelle Verantwortung liegt bei der mediareports Prognos Holger Delpho / Daniel Hürst / Jan Todt / Michaela Wölk GbR in Freiburg im Breisgau.

Die mediareports entstehen in Kooperation mit der Prognos AG, Basel/Berlin. Die Prognos AG berät seit 1959 europaweit Entscheidungsträger aus Politik und Wirtschaft in Zukunftsfragen. Auf Basis neutraler Analysen und fundierter Prognosen entwickelt Prognos praxisnahe Entscheidungsgrundlagen und Zukunftsstrategien für Unternehmen, öffentliche Auftraggeber und internationale Organisationen.

Kontakt und Bestellung

mediareports Büro Freiburg
Daniel Hürst
Eichstetter Straße 15, D-79106 Freiburg

Telefon: +49 761 7671192
Telefax: +49 761 7671199
E-Mail: daniel.huerst@mediareports.de