




Telekommunikation: Kein Wachstum bis 2015 ? Breitbandkabel legt gegen den Trend zu

Telekommunikation: Kein Wachstum bis 2015 - Breitbandkabel legt gegen den Trend zu
Die Aussichten für Telekommunikationsunternehmen in Deutschland sind verhalten: Führungskräfte erwarten für ihre Branche in den kommenden drei Jahren bestenfalls stagnierende Umsätze. Der intensive Wettbewerb, ein hoher Innovations- und Investitionsdruck sowie Vorgaben der Regulierungsbehörden verhindern nach ihrer Ansicht branchenweites Wachstum. Für einzelne Sparten und Firmen sehen sie aber Chancen, sich erfolgreich gegen den Trend zu behaupten. Das sind Ergebnisse der Studie "Branchenkompass 2013 Telekommunikation" von Steria Mummert Consulting.
Im Jahr 2005 erreichte die Telekommunikationsbranche in Deutschland mit 68,8 Milliarden Euro Außenumsatz einen vorläufigen Höhepunkt - seither gehen die Umsätze zurück und lagen in den letzten zwei Jahren nur noch knapp über 60 Milliarden Euro. Bis 2015 werden sie nach Ansicht der für die Studie befragten Führungskräfte der Telekommunikationsbranche auf diesem Niveau verharren oder weiter leicht zurückgehen.
Die moderne Telekommunikationstechnologie treibt zwar das Wirtschaftswachstum insgesamt stark voran - aber das inzwischen eher indirekt", sagt Reinhold Weber, Telekommunikationsexperte bei Steria Mummert Consulting. "Fortschritte in der Telekommunikation ermöglichen vernetzte und mobile Anwendungen, die sowohl für die Industrie als auch für moderne Dienstleistungsunternehmen immer stärker an Bedeutung gewinnen. Der Telekommunikationsmarkt selbst ist in Deutschland allerdings schon seit einigen Jahren gesättigt."
Die einzelnen Bereiche der Branche entwickeln sich stark unterschiedlich. Der Umsatz im Breitbandkabelnetz ist in den vergangenen fünf Jahren entgegen dem Branchentrend stark gewachsen und erreichte im Jahr 2012 mit 4,4 Milliarden Euro seinen bisherigen Höchstwert. Auch für die Zukunft erwarten die Befragten, dass sich das Breitbandkabelnetz weiter am Markt durchsetzen wird. Mit aktuell 7,3 Prozent ist der Anteil am Gesamtumsatz der Branche jedoch nach wie vor klein.
Die Umsätze im Festnetz gehen hingegen zurück, machen mit 51,4 Prozent aber immer noch den größten Anteil aus. Die Festnetzumsätze sanken insbesondere beim nationalen Anbieter Deutsche Telekom, während sie bei Wettbewerbern sogar etwas zulegen. Im Mobilfunk sind die Umsätze in absoluten Zahlen ebenfalls rückläufig - im Verhältnis zueinander betrachtet konnte der Mobilfunk dem Festnetz in den vergangenen Jahren aber immer mehr Umsatzanteile abnehmen. Die befragten Entscheider gehen davon aus, dass sich dieser Trend in Zukunft noch verstärken wird - insbesondere durch eine steigende Nachfrage an mobiler Datenübertragung durch die zunehmende Anzahl an Smartphones und Tabletcomputern. Deswegen bewerten die Mobilfunkbetreiber ihre eigenen Umsatzerwartungen positiver als die der Gesamtbranche.
Ebenfalls zuversichtlich blicken die regionalen Telekommunikationsanbieter in ihre eigene Zukunft - durch eine besondere regionale Verankerung und die Fokussierung auf rentable Projekte wollen sie sich dem Branchentrend entziehen.
Hintergrund
Für die Studie "Branchenkompass 2013 Telekommunikation" führte das F.A.Z.-Institut im Auftrag von Steria Mummert Consulting qualitative Interviews mit Führungskräften ausgewählter Unternehmen der Telekommunikationsbranche. Als Auswahlkriterien dienten die Unternehmensgröße sowie eine gewisse Streuung im Hinblick auf die Gewichtung der Segmente Mobilfunk, regionale Anbieter und Kabelnetzbetreiber. Die Gespräche waren leitfadengestützt und wurden persönlich zwischen September und Dezember 2012 geführt.
Faktenkontor GmbH
Hans-Henny-Jahnn-Weg 29
22085 Hamburg
Deutschland
Telefon: +49 [0] 40/22703-0
Telefax: +49 [0] 40/22703-7961
Mail: info@faktenkontor.de
URL: <http://www.steria-mummert.de>  http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=525197 width="1" height="1"

Pressekontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

steria-mummert.de
info@faktenkontor.de

Firmenkontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

steria-mummert.de
info@faktenkontor.de

Warum nennt sich eine PR-Agentur Faktenkontor? Weil Fakten über Kommunikationserfolge entscheiden. Journalisten suchen Fakten. Entscheider suchen Fakten. Kunden suchen Fakten. Wer harte Nachrichten, Entscheidungsgrundlagen und Nutzwertargumentationen sowie spannende Geschichten liefert, setzt sich durch. Deshalb basiert unsere Kommunikationsarbeit für Pressestelle und Vertrieb unserer Kunden auf harten gründlich erhobenen Fakten. In hanseatischer Tradition nennen wir uns Faktenkontor. Das Kontor steht für hanseatisches Kaufmannstum, ein Selbstverständnis auf das sich unsere Kunden im täglichen Miteinander unbedingt verlassen können. Wie entstand das Faktenkontor? Das Faktenkontor ist aus der Unternehmensberatung Mummert Consulting hervorgegangen. Anfang 2006 firmierte die am 1. Januar 2003 gegründete Mummert Communications in Faktenkontor um.