

Trendbarometer TK-Markt 2008

War 2007 das Jahr der Konvergenz und der flächendeckenden Verbreitung breitbandiger Internetanschlüsse, so schauen die Telekommunikationsanbieter 2008 noch stärker auf das Thema Mobilität. Bereits jetzt erreicht die Handypenetration mit 107 Prozent in Deutschland einen Spitzenwert, mobiles Internet oder mobile Communities werden nach Meinung von Sapient diesem Markt weiteres Wachstum beschern. IPTV hingegen wird auf seinen Durchbruch in Deutschland auch 2008 noch warten müssen.

Value Added Services im Mobilfunk

Haupttreiber für neue Angebote im Mobilfunk ist vor allem der Verfall bei den Minutenpreisen. Alle Anbieter haben mittlerweile Flatrate-Angebote im Portfolio – mit Hilfe mobiler Datendienste versuchen diese nun neue Erwerbsquellen zu erschließen und die fallenden Margen zu kompensieren. Alle großen Anbieter werden 2008 versuchen, auf die über den Preiskrieg gewonnenen Communities Value Added Services anzubieten. Am vielversprechendsten werden hierbei Services sein, die auf Carrierseite schnell und kostengünstig zu implementieren und mit hohem Nutzen für die Zielgruppe ausgestattet sind. EINEN Killerservice wird es nicht geben. Herauszuheben sind aber sicher zum einen Navigationsanwendungen und zum anderen Gaming-Anwendungen, da hier die Vermarktungsmöglichkeiten mit Werbepartnern auf der Hand liegen. Für solche community-spezifischen Services sind dann die Nutzer auch bereit zu zahlen bzw. lassen sich einfacher Vermarktungspartner finden, die die Finanzierung übernehmen werden. Als ein weiteres wachsendes Feld wird sich die IP Nutzung von Mobilfunknetzen herauskristallisieren – Dienste wie zum Beispiel fring sind hier erst der Anfang.

Mobile Clients werden Handys erobern

Größere Displays bei den Geräten, bezahlbare Datenflatrates und schnelles UMTS/HSDPA werden 2008 die intensive Verknüpfung von Online- und Mobilaktivitäten der Carrier befeuern. Das Thema mobiles Internet ist beim Verbraucher angekommen, auch weiter beflügelt durch das nun am Markt befindliche iPhone und seine Konkurrenten wie der Q Bowl. Die Bestrebungen der Anbieter gehen hier zur Bereitstellung eines eigenständigen Online-Kanals und der sinnvollen Verknüpfung mit ihren mobilen Diensten. Sogenannte „On Device Portals“ auf den jeweiligen Endgeräten werden dabei die Nutzung des mobilen Internets nicht nur für die Verbraucher vereinfachen und vielfach komfortabler gestalten, im Umkehrschluss bieten diese für die Carrier auch die Möglichkeiten, gezielt mobiles Marketing zu machen und das Endgerät als ständig aktualisierbare Werbefläche nutzen zu können. Neue werbefinanzierte Erlösmodelle auf Seite der Carrier und geringere Kosten für mobile Datenanwendungen beim Endverbraucher werden die Folge sein.

IPTV weiter in Lauerstellung

Kernthema im Bereich Festnetz wird 2008 IPTV. Hier sind allerdings sinnvolle Querschnittsdienste, die die Auswahl steuern, von Nöten um dem Fernsehen via IP Protokoll zum Durchbruch zu verhelfen. Die Verwaltung des Angebots via Electronic Program Guide (EPG) wird zentrales Element. IPTV wird sich allerdings nicht völlig autonom entwickeln. Der nachhaltige Erfolg wird aber darüber gesteuert werden, dass Mehrwertdienste wie Video on Demand im klassischen TV-Angebot verankert sein werden. Hinderungsgrund Nummer 1 ist noch immer die technische Komplexität – Fernsehen ist schließlich ein Massenprodukt, es muss noch einfacher werden und technische Aversionen bei den Nutzern abbauen.