

Studie: Rasanter Fortschritt der Konvergenz von TK, Medien und Energie

Düsseldorf, 17. April 2012 – 76 Prozent der befragten Experten der Telekommunikations- und Medienbranche erwarten ein stärkeres Zusammenwachsen der Telekommunikations-, IT-, Medien und Energie-Bereiche in Deutschland. Das ist ein Ergebnis der Kooperationsstudie „Telekommunikation und Medien 2012“* des Deutschen Verbandes für Telekommunikation und Medien (DVTM, www.dvtm.net) und der euromarcom public relations GmbH (www.euromarcom.de). „Die Grenzen zwischen den verschiedenen Branchen verschwinden immer mehr, Telekommunikation und Medien müssen heute bereits zusammen betrachtet werden“, so Renatus Zilles, Vorstandsvorsitzender des DVTM. „Ein spannender neuer Konvergenz-Trend ist das Zusammentreffen von Telekommunikation und Energie. Exemplarisch sei hier auf die Energiesteuerung übers Smart Phone verwiesen. Aus einem konvergenten Duo Play wird zukünftig ein konvergentes Triple Play.“

45 Prozent der im Rahmen der Studie befragten TK und IT-Experten gehen allerdings davon aus, dass das Zusammenwachsen einige Zeit in Anspruch nehmen wird und vorerst verschiedene Dienste nebeneinander bestehen werden. Sie sind überzeugt, dass das Internet-TV das herkömmliche Fernsehen nicht nachhaltig verdrängen wird. Ein ähnliches Bild ergibt die Befragung in Bezug auf das Thema Mobilität. Eine vollständige Verdrängung stationärer Angebote erwarten insgesamt 38 Prozent der Befragten. 53 Prozent rechnen damit, dass Smartphone & Co. zumindest teilweise den stationären PC verdrängen werden und nehmen die mobilen Möglichkeiten damit als Ergänzung wahr.

Thomas Gronenthal, Chef der PR-Agentur euromarcom public relations GmbH, rät dazu, künftig die Kommunikations-Kräfte im Sinne des konvergenten Marktes zu bündeln: „Neue Mittel und Werkzeuge ändern das Medienverhalten der Verbraucher. Hierauf muss die Kommunikation genau abgestimmt werden, damit sie nicht einfach ungehört verhallt.“

**Im Rahmen der Studie „Telekommunikation und Medien 2012“ wurden 45 Fach- und Führungskräfte aus der IT- und Telekommunikationsbranche befragt. Die Umfrage erhebt keinen Anspruch auf Repräsentativität, lässt aber Rückschlüsse auf eine Grundstimmung in der Branche zu. Die Umfrage entstand in Kooperation zwischen dem Deutschen Verband für Telekommunikation und Medien (DVTM) sowie der euromarcom public relations GmbH. Beide Kooperationspartner sind in verschiedenen Bereichen der Telekommunikations- und Medienbranche aktiv und verfolgen das Ziel, Bedürfnisse und Erwartungen am Markt frühzeitig zu erkennen und Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Diese werden direkt im Rahmen der Verbands- bzw. Pressearbeit in Richtung Verbraucher, Politik und Wirtschaft kommuniziert.*

Der **Deutsche Verband für Telekommunikation und Medien (DVTM)** ist die zentrale Schnittstelle der an der Wertschöpfungskette Telekommunikation und Medien beteiligten Unternehmen. Darunter sind Diensteanbieter, Netzbetreiber, Serviceprovider, Reseller, technische Dienstleister, Medien- und Verlagshäuser sowie Consulting- und Inkassounternehmen zu finden. Ziel des Verbandes ist es, im Einklang mit Verbrauchern, Politik und Wirtschaft einen zukunftsorientierten, innovativen und wettbewerbsfähigen Telekommunikations- und Medienmarkt zu schaffen. Die rund 50 Mitglieder des Verbandes agieren freiwillig im Rahmen des „Kodex Deutschland für Telekommunikation und Medien“. Der Kodex formuliert Branchenstandards und befähigt dazu, den Markt aktiv mitzugestalten. Der DVTM ging aus dem bereits 1997 gegründeten Fachverband Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste (FST) hervor. Im Februar 2011 erfolgte die Umbenennung in DVTM.

euromarcom pr gehört zu „european marketing communications“, einem der größten europäischen Agenturnetze. Die Reichweite erstreckt sich in praktisch alle west- und osteuropäische Länder sowie nach Asien und nach Nord- und Südamerika. Unternehmen können über euro.mar.com ihre globalen PR-Aktivitäten von einem „single point of contact“ steuern. Der Kundenkreis erstreckt sich von der Europäischen Union über den Verband der deutschen Internetwirtschaft und Unternehmen aus den Branchen High-Tech, Biotech, Umwelt, Food und Travel bis hin zu Web 2.0-Companies. Weitere Informationen: www.euromarcom.de.

DVTM Deutscher Verband für Telekommunikation und Medien, Birkenstr. 65, 40233 Düsseldorf, Tel.: 211 / 31 12 09 – 0, Fax: 211 / 31 12 09 – 30, RA Boris Schmidt, LL.M. (Geschäftsführer), Marco Rohrmann (Referent der Geschäftsführung / Kommunikation), E-Mail: boris.schmidt@dvtm.net, marco.rohrmann@dvtm.net, Web: www.dvtm.net

euromarcom public relations GmbH, Tel.: 0611 / 973150, E-Mail: team@euromarcom.de, Web: www.euromarcom.de