

STUDIE

Telekommunikation und Medien 2012

In Auftrag gegeben von

Deutscher Verband für Telekommunikation und Medien (DVTM), Düsseldorf

und der

euromarcom public relations GmbH, Wiesbaden

AUSGANGSLAGE

Die innovationsstarke Branche der Informations- und Medientechnologie gewinnt rasant an Bedeutung.

Überblick über die aktuellen Marktentwicklungen und Rückschlüsse auf die Grundstimmung der Branche lässt die vorliegende Studie „Telekommunikation und Medien 2012“ 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.

METHODIK

Im Rahmen der Kooperationsstudie wurden insgesamt 45 Mitglieder des DVTM und außerdem Besucher der CeBIT (IT-Fach und Führungskräfte) befragt. Schwerpunkte der Untersuchung waren die Konvergenz der Märkte Telekommunikation, Medien und Energie, der Einfluss der EU auf zu entwickelnde Richtlinien und anstehende Zukunfts- und Trendthemen der Branche.

Die Umfrage erhebt keinen Anspruch auf Repräsentativität, lässt aber Rückschlüsse auf die gegenwärtige Stimmung innerhalb der Branche zu.

FAZIT

In den Ergebnissen wird deutlich, dass die Experten ein stärkeres Zusammenwachsen der Telekommunikations-, IT-, Medien und Energie-Bereiche in Deutschland erwarten (75%). Neben der Entwicklung der Cloud gilt diese erwartete Konvergenz der Märkte auch als Zukunftsthema Nummer eins.

Über die Hälfte der Befragten bestätigt, dass aus der Entwicklung der Märkte, in Kombination mit eklatanten technischen Neuerungen, auch ein neues Medienverhalten resultiere. Dennoch sieht etwa die Hälfte der Befragten herkömmliche Angebote nicht als komplett gefährdet an. Etwa ein Drittel macht diese Entwicklung beispielsweise von den jeweils genutzten Inhalten abhängig.

Eine eigene regulierende Instanz um das Zusammenrücken der Märkte zu begleiten, und um einen funktionierenden Wettbewerb aufzubauen, lehnen 62% der Befragten ab. Dennoch bedauert knapp die Hälfte, dass der neue Markt bisher noch nicht reguliert werde. 27% geben sogar an, dass bisher noch kein funktionierender Wettbewerb am neuen Markt existiere. Das zeigt, dass eine gewisse Sensibilität gegenüber der momentanen Sachlage gegeben ist, die sich auch darin äußert, dass knapp 75% der Befragten zumindest nach neuen Richtlinien verlangen, die den neu entstehenden Markt begleiten und Verbraucher- und Datenschutz garantieren sollen.

Große Zustimmung fand die Forderung nach einer EU-weiten Vereinheitlichung und EU-weit einheitlichem Recht. Ein erfreuliches Ergebnis, da es das Bewusstsein zeigt, dass gerade die Branchen Medien, Telekommunikation und Energie nicht an Ländergrenzen halt machen können.

Uneinigkeit herrscht bei der Frage, ob das bisherige TKG den Anforderungen des Marktes genüge. 40% sind überzeugt, dass das Gesetz den Verbraucherschutz nicht gewährleiste, positiv sehen es hier 38%. In der Konsequenz geben insgesamt 62% an, dass das Gesetz zumindest in Teilen überarbeitet werden solle. Die größten Mankos lägen im Verbraucherschutz, dicht gefolgt vom Datenschutz.