



ICT-Outlook

CEBIT 2007

Paul Jürgen Sparwasser

Stand: 04.03.2007

2007

Themenübersicht

- 
- 1. Gesamtmarkt ICT**
 - 1. Marktüberblick & Budgets**
 - 2. Hardware & Peripherie**
 - 3. Netzwerk, Betriebssysteme, Security, Wireless**
 - 4. Software & Dienstleistungen**
 - 5. Internettech & E-Commerce**
 - 2. Konvergenz & Voice-over IP**

1. Gesamtmarkt ITC

1.1 Marktüberblick & Budgets

ITC-Ausgaben in der EU (% vom BSP)

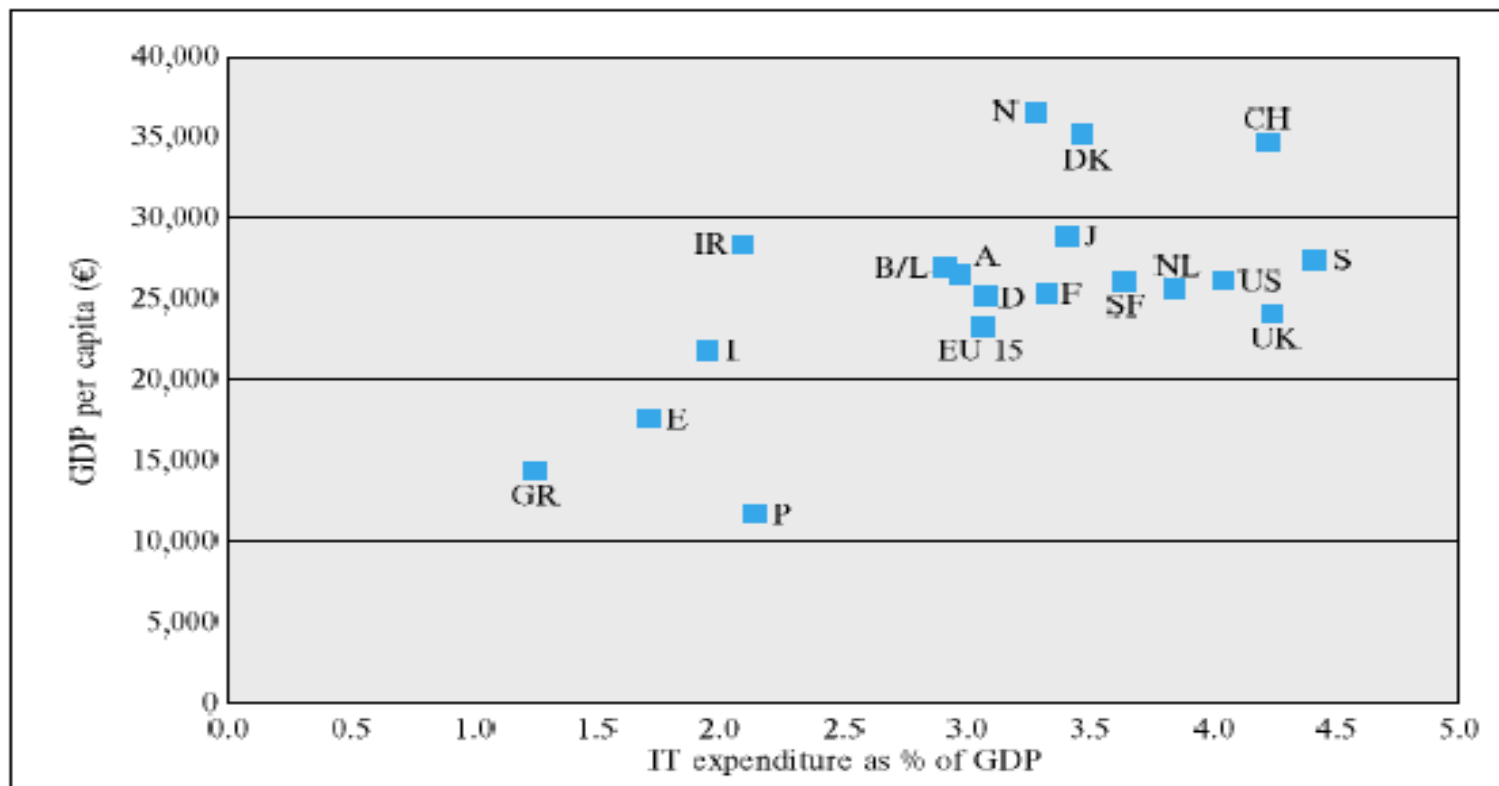


Figure 10
IT spending/GDP
versus per capita GDP
in the EU 15, Norway,
Switzerland, the US and
Japan, 2004

1. Gesamtmarkt ITC

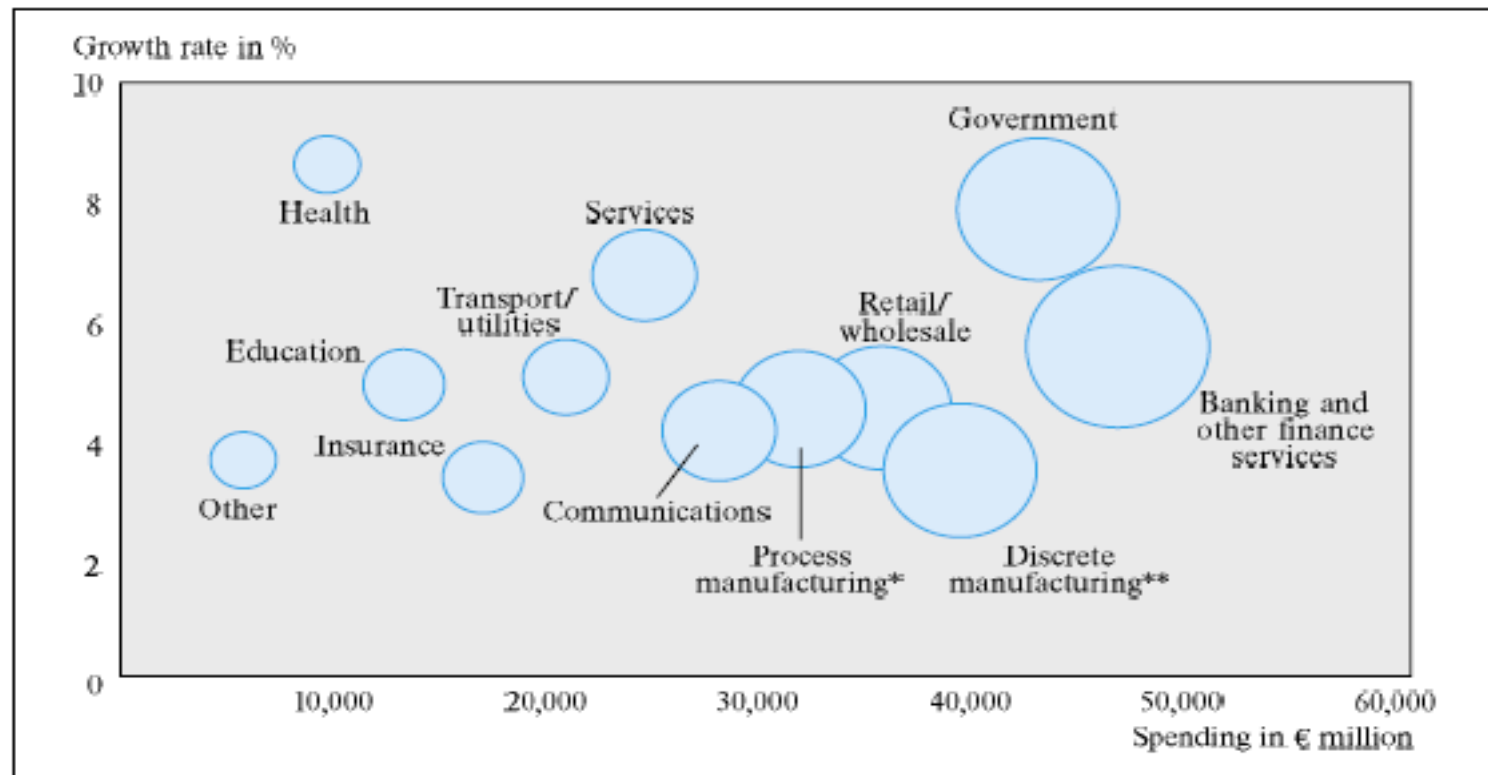
1.1 Marktüberblick & Budgets

ITC-Ausgaben in der EU (Branchenverteilung)

Figure 11
European IT vertical
market outlook, 2005

* Process manufacturing includes industries that transform raw materials into products (production and preliminary processing of metals; non-metallic mineral products; fibres; food, drink and tobacco; textile, paper and paper products; rubber and plastic) or into substances with new physical and chemical properties (chemicals).

** Discrete manufacturing includes industries that transform semi-finished products into final products.

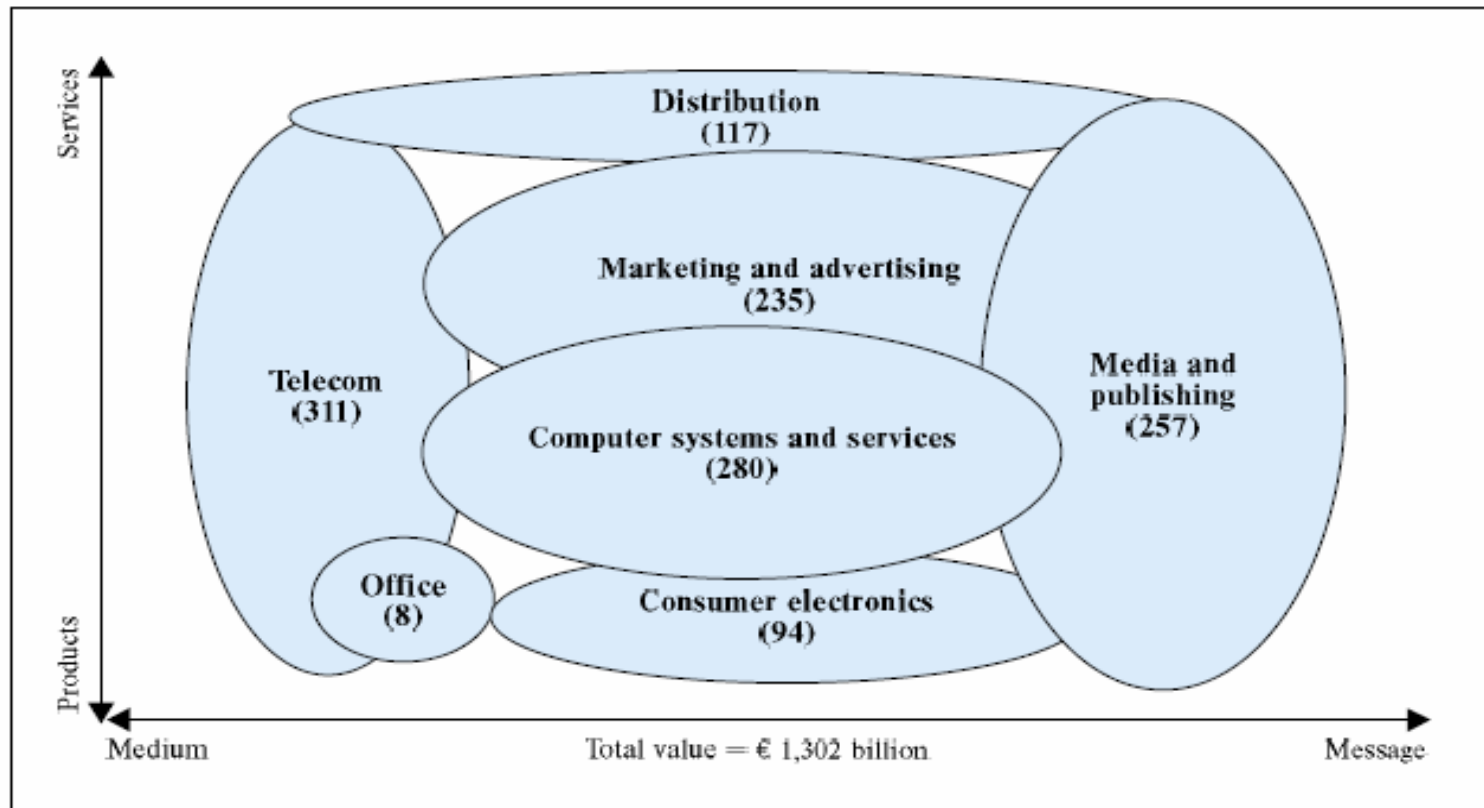


1. Gesamtmarkt ITC

1.1 Marktüberblick & Budgets

ITC-Business Arena in der EU (Produkte über Medien & Mittel)

Figure 7
EU 15 plus Norway
and Switzerland,
ICT business arena,
2004, € billion



1. Gesamtmarkt ITC

1.1 Marktüberblick & Budgets

ITC-Import vs. Export in der EU (Globale Sicht)

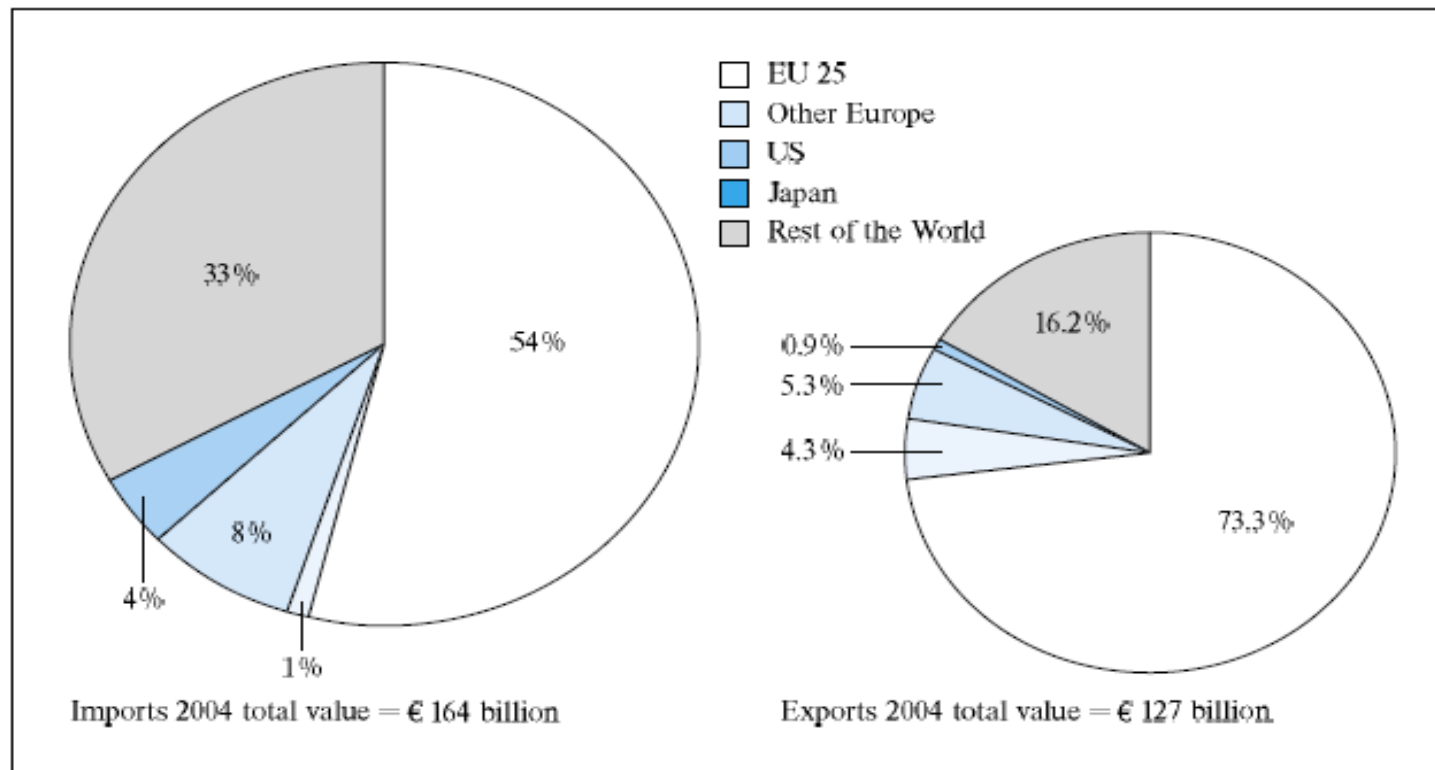


Figure 12
EU total ICT equipment imports/exports by region, 2004

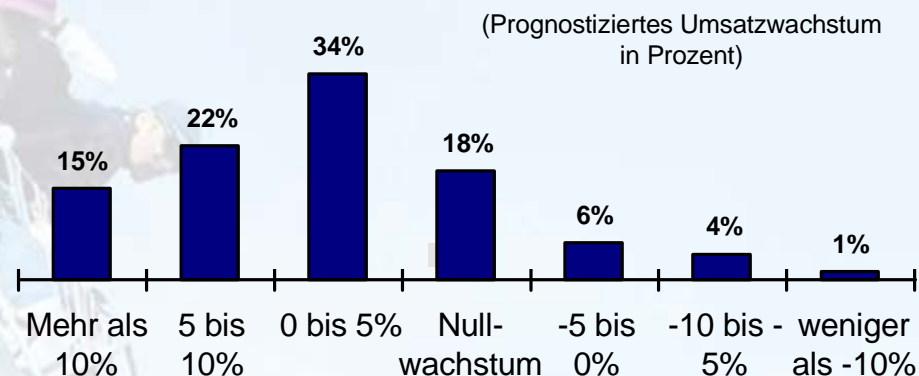
1. Gesamtmarkt ITC

1.1 Marktüberblick & Budgets

2007 wird ein gutes Jahr

In der deutschen ITC-Branche herrscht zum Jahreswechsel Zuversicht, wie die jüngsten Zahlen des Branchenverbands Bitkom zeigen. Über 70 Prozent der Befragten erwarten 2007 ein Wachstum, lediglich knapp zwölf Prozent gehen von rückläufigen Geschäften aus.

Wachstumserwartungen der ITC-Firmen in Deutschland (2007 gegenüber 2006)



Wachstumserwartungen der ITC-Firmen in Deutschland (2007 gegenüber 2006)
(Prognostiziertes Umsatzwachstum in Prozent)

Mehr als 10%	5 bis 10%	0 bis 5%	Null-wachstum	-5 bis 0%	-10 bis -5%	weniger als -10%	Gesamt
15,1%	21,9%	33,6%	17,8%	6,2%	4,1%	1,4%	100,1%

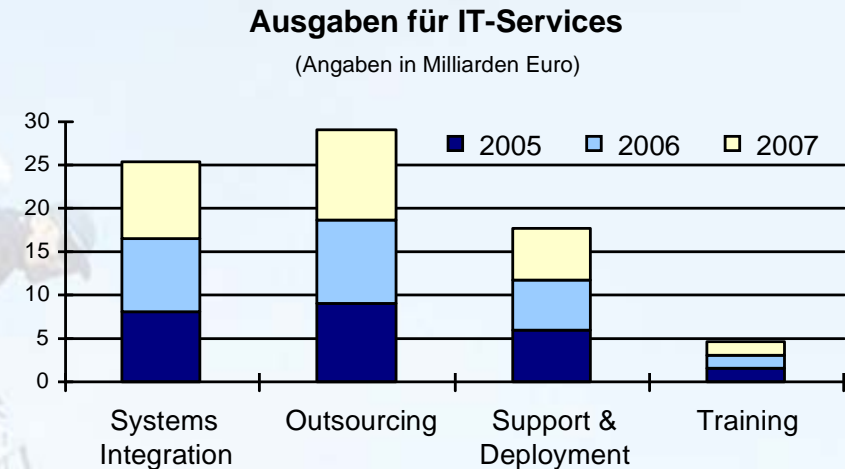
QUELLE: BITKOM, COMPUTERWOCHE 50/2006;01/07

1. Gesamtmarkt ITC

1.1 Marktüberblick & Budgets

Blick in die Glaskugel: IT-Ausgaben in Deutschland 2007

Die IT-Ausgaben steigen im kommenden Jahr um **4,5%**. Am **stärksten** werden die Services zulegen: Die Hersteller setzen stark auf die Absatzmärkte im **Mittelstand**. Service-Orientierung wird sich durchsetzen, wenn auch in Deutschland langsamer als in anderen Ländern.



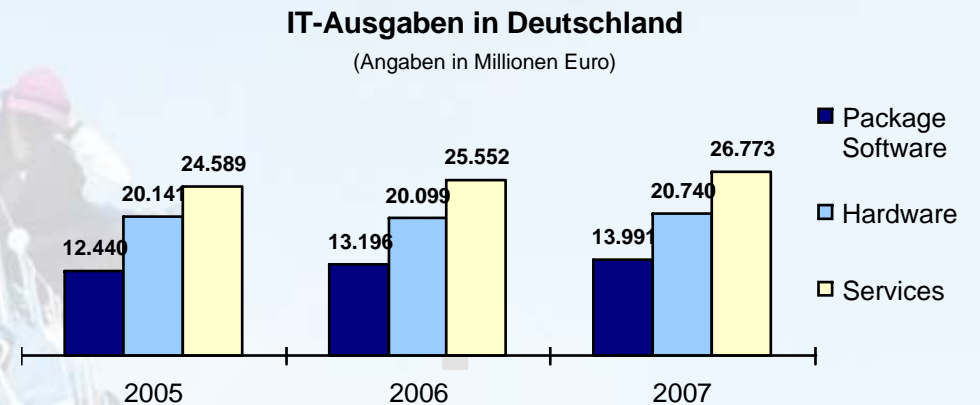
Ausgaben für IT-Services (Angaben in Milliarden Euro)				
	Systems Integration	Outsourcing	Support & Deployment	Training
2005	8,12	9,03	5,88	1,53
2006	8,44	9,65	5,90	1,54
2007	8,88	10,39	5,92	1,56

1. Gesamtmarkt ITC

1.1 Marktüberblick & Budgets

Blick in die Glaskugel: IT-Ausgaben in Deutschland 2007 (2)

Der Mittelstand soll's richten: IDC wagt eine Prognose über die verschiedenen IT-Teilmärkte - von Hardware bis Service und von Großunternehmen bis Mittelständlern.



	2005	2006	2007
Package Software	12.440,30	13.195,50 (+6,1%)	13.991,20 (+3,2%)
Hardware	20.140,90	20.098,70 (+0,2%)	20.739,70 (+6,0%)
Services	24.588,70	25.552,00 (+3,9%)	26.772,70 (+4,8%)
Gesamt	57.169,90	58.846,20 (+2,9%)	61.503,60 (+4,5%)

1. Gesamtmarkt ITC

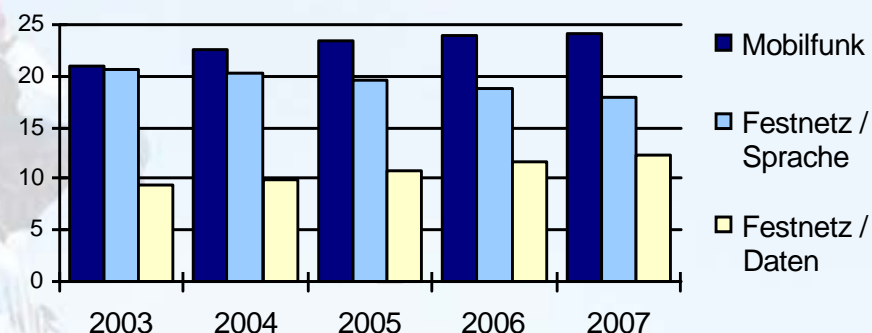
1.1 Marktüberblick & Budgets

Marktvolumen deutscher TK-Markt 2007

Unter fallenden Preisen leiden auch Telekommunikationsfirmen. Eine ganze Milliarde Euro im Festnetz werden die Carrier 2007 weniger umsetzen, dafür steigen die Erlöse für **Datenkommunikation**. Der Gesamtmarkt allerdings stagniert.

Marktvolumen deutscher TK-Markt

(Angaben in Milliarden Euro)



Marktvolumen deutscher TK-Markt

(Angaben in Milliarden Euro)

	2003		2004		2005		2006		2007
Mobilfunk	21,0	+5%	22,5	+8%	23,4	+8%	23,9	+6,5%	24,1
Festnetz / Sprache	20,6	-1,3%	20,3	-3%	19,7	-4,5%	18,8	-5,5%	17,8
Festnetz / Daten	9,4	+7%	9,9	+4%	10,7	+2%	11,6	+1%	12,3

QUELLE: BITKOM, COMPUTER RESELLER NEWS 50/2006;01/07

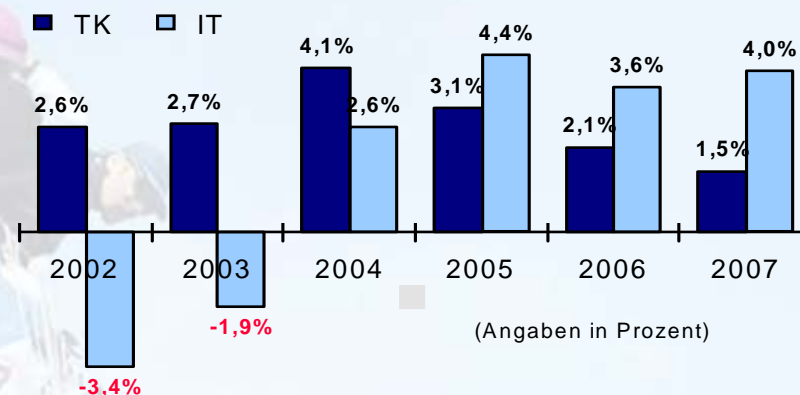
1. Gesamtmarkt ITC

1.1 Marktüberblick & Budgets

IT- sticht TK-Markt aus

Der Telekommunikationsmarkt wächst langsamer, der IT-Markt - belebt durch florierende Soft-ware- und Servicegeschäfte - entwickelt sich aufwärts. Der anhaltende Preisverfall bei Festnetz- und Mobilfunktelefonaten dürfte für eine Fortsetzung des Trends sorgen, zumal auch Breitbandanschlüsse immer billiger werden.

Wachstum im westeuropäischen ITC-Markt



Jährliches Wachstum im westeuropäischen ITC-Markt

(Angaben in Prozent, Marktvolumen 2006: 642 Mrd. Euro, EU-15 plus Norwegen und Schweiz)

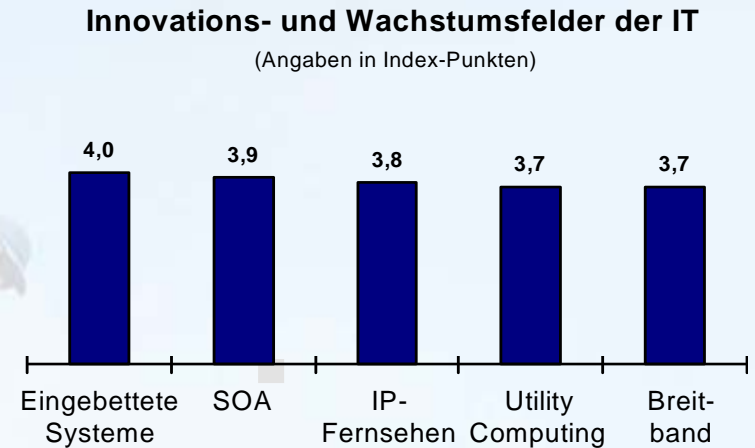
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
IT	-3,4%	-1,9%	2,6%	4,4%	3,6%	4,0%
Telekommunikation	2,6%	2,7%	4,1%	3,1%	2,1%	1,5%

1. Gesamtmarkt ITC

1.1 Marktüberblick & Budgets

Innovations- und Wachstumsfelder der IT

Roland Berger hat in der Studie »Zukunft digitale Wirtschaft« zentrale Technologiefelder der IT nach Marktpotenzial, Querschnittsrelevanz für andere Technologien und Branchen, Marktreife und politischer Beeinflussbarkeit bewertet. Den höchsten Durchschnittswert auf einer Skala von eins bis fünf erreichen Embedded Systems.



Innovations- und Wachstumsfelder der IT			
<i>(Angaben in Index-Punkten)</i>			
Eingebettete Systeme	4,0	Biometrie	3,6
Service-Orientierte Architekturen	3,9	Software-as-a-Service	3,5
IP-Fernsehen	3,8	Digitales Rechtemanagement	3,5
Utility Computing	3,7	Mobilfunk	3,5
Breitband	3,7	RFID	3,5

1. Gesamtmarkt ITC

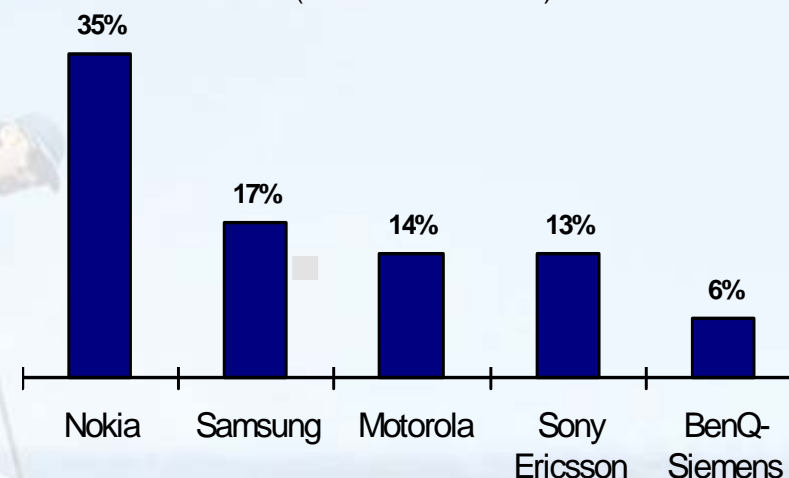
1.1 Marktüberblick & Budgets

In Europa wächst der Handy-Markt mit neun Prozent - Weltweit sind es 21,5 Prozent

Mit insgesamt 44,1 Millionen Handys wurden in Europa im abgelaufenen dritten Quartal 2006 neun Prozent mehr Geräte verkauft als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Europa liegt damit aber trotzdem deutlich hinter dem weltweiten Wachstum von 21,5 Prozent zurück. Weltweit wurden im dritten Quartal dieses Jahres 251 Millionen Mobiltelefone verkauft.

Handy-Markt Europa

(Marktanteile in Prozent)



Handy-Markt Europa

(Marktanteile in Prozent)

Nokia	Samsung	Motorola	Sony Ericsson	BenQ-Siemens	andere	Gesamt
35,1%	16,9%	13,5%	13,4%	6,4%	14,8%	100%

IDC prognostiziert für den europäischen Handy-Markt ein starkes viertes Quartal.

1. Gesamtmarkt ITC

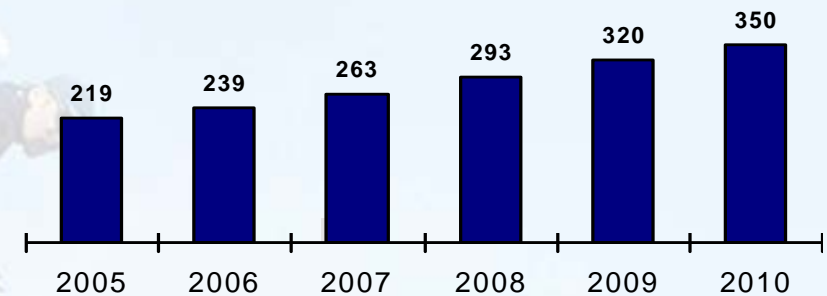
1.2 Hardware & Peripherie

Vista und Multicore-Prozessoren werden den PC-Markt beleben

Anwender rüsten auf: Wenn Microsoft in den nächsten Wochen seine neue Windows-Variante Vista auch für den Consumer-Markt freigibt, wird das einer Frischzellenkur für den weltweiten PC-Markt gleichkommen, meinen die Marktforscher von iSuppli.

Weltweiter PC-Markt - Prognose: 2005 - 2010

(Angaben in Millionen Stück)



Weltweiter PC-Markt nach ausgelieferten Stückzahlen

(Angaben in Millionen Stück)

2005	2006	2007	2008	2009	2010
219,2	238,5	262,9	292,5	320,4	350,3

Vor allem das starke Interesse an Notebooks und Microsofts Vista werden dafür sorgen, dass die Wachstumskurve intakt bleibt.

1. Gesamtmarkt ITC

1.2 Hardware & Peripherie

Wachstumsmarkt Speicherlösungen: Die wichtigsten IT-Storage-Trends 2007

Der Storage-Markt bietet zukunftssicheres Potenzial.

Denn jedes Unternehmen muss elektronische Daten speichern und dafür sorgen, dass geschäftskritische Informationen jederzeit zur Verfügung stehen. Hinzu kommen Archivierungs- und Verwaltungsaspekte.

Die wichtigsten IT-Storage-Trends 2007 (Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)		
Erreichen kürzerer Backup-Zeiten		47,8%
Schnellere Datenwiederherstellung		45,5%
(Weiter-)entwicklung eines Speichernetzwerks		41,5%
Hochverfügbarkeit der Daten		30,4%
Revisionssichere Archivierung		28,1%
Speicher-Konsolidierung		25,0%
Abgestuftes Speicherkonzept		19,6%

Im Mittelstand stehen 2007 vor allem die Themen kurze Backup-Zeiten, schnelle Datenwiederherstellung und Speichernetze auf der Agenda.

1. Gesamtmarkt ITC

1.3 Netzwerk, Betriebssysteme, Security, Wireless

IDC-Studie: Welche IT-Bedrohungen fürchten Unternehmen?

Im Auftrag von Clearswift hat IDC 430 Unternehmen zu ihrer IT-Sicherheitslage befragt. Daraus geht hervor, dass **Content Security** hierbei eine wichtige Rolle spielt.

<http://www.tecchannel.de/news/themen/sicherheit/459608/>

QUELLE: INTERNATIONAL DATA CORPORATION (IDC), TECCHANNEL 16.01.2007

1. Gesamtmarkt ITC

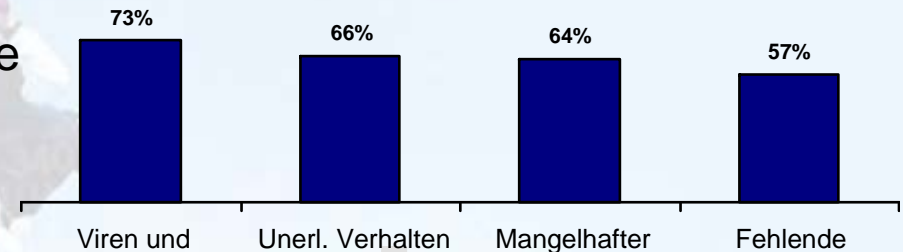
1.3 Netzwerk, Betriebssysteme, Security, Wireless

Neue Angriffe erfordern neue Gegenwehr

Die Bedrohungen für die IT haben sich in den vergangenen Monaten verändert. Doch auch alte Gefahrenquellen bleiben präsent.

Was IT-Entscheider fürchten

(Angaben in Prozent)



Was IT-Entscheider fürchten

(Angaben in Prozent)

Viren und Würmer	73%	Externe Hacker	55%
Unerlaubtes Verhalten der Mitarbeiter	66%	Interne Hacker	46%
Mangelhafter Schutz der Assets	64%	Identitätsdiebstahl	41%
Fehlende Compliance	57%	Spam	39%
Spyware	55%	Ineffizienter Betrieb	28%

Am stärksten sehen sich Unternehmen durch digitale Schädlinge bedroht.

1. Gesamtmarkt ITC

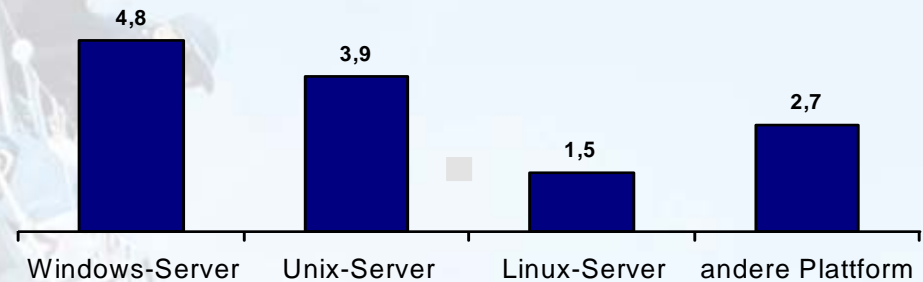
1.3 Netzwerk, Betriebssysteme, Security, Wireless

Die Nische für Unix wird kleiner

Alle Anbieter von Unix-Systemen führen auch Linux in ihrem Sortiment.
 Je stärker sich das quelloffene System und Microsofts Windows ausbreiten, desto mehr wird Unix zurückgedrängt.

Weltweite Server-Umsätze

(Angaben in Milliarden US-Dollar)



Weltweite Server-Umsätze

(Angaben in Milliarden US-Dollar, Gesamtmarkt im 3. Quartal 2006: 12,9 Milliarden US-Dollar)

Windows-Server	Unix-Server	Linux-Server	andere Plattform (z. B. Z-OS)
4,8	3,9	1,5	2,7

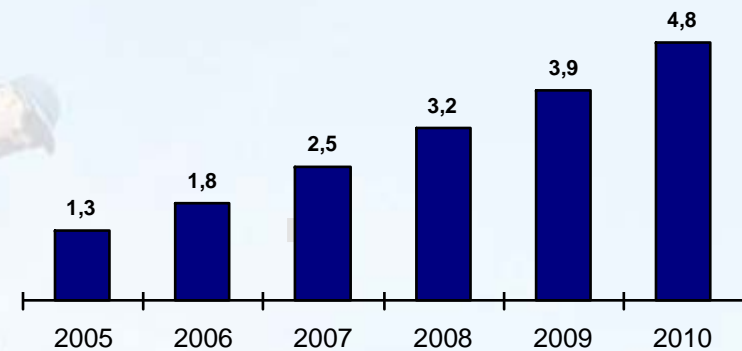
1. Gesamtmarkt ITC

1.3 Netzwerk, Betriebssysteme, Security, Wireless

Umsatzentwicklung biometrische Industrie

Seit den Anschlägen vom 11.9. gewinnt die automatisierte Identifikation von Personen per **Fingerabdruck** oder **Iriserkennung** zunehmend an Bedeutung. Entsprechend prognostiziert die International Biometrie Group (IBG) für den Biometrie-Markt bis 2010 ein jährliches Wachstum um **jährlich 30 %**.

Umsatzentwicklung biometrische Industrie weltweit
(Angaben in Milliarden Euro)



Umsatzentwicklung biometrische Industrie weltweit

(Angaben in Milliarden Euro)

2005	2006	2007	2008	2009	2010
1,3	1,8	2,5	3,2	3,9	4,8

QUELLE: INTERNATIONAL BIOMETRIE GROUP 2006; COMPUTER RESELLER NEWS 01-02/2007

Implikationen & Bezüge zu PhenoStor, Bayer (Torsten Hupe) ?

1. Gesamtmarkt ITC

1.3 Netzwerk, Betriebssysteme, Security, Wireless

59 % der öffentlichen Verwaltungen wollen auf Open Source umstellen

4 von 5 der Einrichtungen beschäftigen sich seit **mindestens einem Jahr** mit **Open Source**.
23 % haben - vor allem auf Server-Ebene - proprietäre Betriebssysteme abgelöst.
21 % führen quelloffene Lösungen mit neuen Fachanwendungen ein.

<http://www.computerwoche.de/nachrichten/583790/>

QUELLE: FRAUNHOFER INSTITUT ARBEITSWIRTSCHAFT UND ORGANISATION (IAO), COMPUTERWOCHE 14.11.2006; 12/06

Europäische Firmen interessieren sich kaum für Windows Vista

Forrester zufolge plant **über die Hälfte** aller europäischen Unternehmen **kein Update auf Microsofts Windows Vista**.

[.http://www.computerwoche.de/produkte_technik/software/583804/](http://www.computerwoche.de/produkte_technik/software/583804/)

QUELLE: QUELLE: FORRESTER RESEARCH, COMPUTERWOCHE 15.11.2006; 12/06

1. Gesamtmarkt ITC

1.4 Software & Dienstleistungen

SOA eröffnet IT-Dienstleistern vielfältige Aufgaben

Bedarf besteht vor allem nach Unterstützung in organisatorischen Fragen.

http://www.computerwoche.de/knowledge_center/it_services/586683/

QUELLE: BERLECON RESEARCH, COMPUTERWOCHE 19.01.2007



1. Gesamtmarkt ITC










1.4 Software & Dienstleistungen

Organisation: *Wo Identity-Management gebraucht wird*

Das Identitäten- und Zugriffs-Management unterstützt vor allem Prozesse im Finanz- und Personalwesen. Auch Abläufe in der Unternehmensführung sowie IT-interne Prozesse zählen zu den häufigsten Anwendungsszenarien. Je nach Branche sind weitere Abläufe etwa in Bereichen wie Logistik, Produktion, Partneranbindung oder Vertrieb von hoher Relevanz.

Wo Identity-Management Prozesse unterstützen sollte

(Basis: 106 Unternehmen mit IM-Umsetzung/-Planung in Deutschland,
Skala von 1 = sehr wichtig bis 5 = unwichtig)

Finanzwesen		1,78
Personalwesen		2,07
Unternehmensführung (Topmanagement)		2,15
Interne Prozesse der IT-Abteilung		2,17
Vertrieb und Marketing		2,48
Anbindung externer Partner / Lieferanten		2,68
Logistik		2,83
Fertigung		2,97
Forschung und Entwicklung		3,57

1. Gesamtmarkt ITC

1.4 Software & Dienstleistungen

Gartner: SOA und BPM wachsen zusammen

Ab dem kommenden Jahr entwickelt sich Business Process Management (BPM) zum Treiber für SOA-Vorhaben.

<http://www.computerwoche.de/soa-trends/584947/>

QUELLE: GARTNER, COMPUTERWOCHE 15.12.2006; 01/07



1. Gesamtmarkt ITC










1.4 Software & Dienstleistungen

Knowledge Management: Der lernende Mittelstand

Mittelständische Betriebe vertrauen in Sachen Wissens-Management vor allem darauf, Mitarbeitern den Zugang zu allen relevanten Informationen zu ermöglichen und die Erfahrungen aus verschiedenen Projekten zur Verfügung zu stellen.

Wissens-Management-Aktivitäten im Mittelstand

(Basis: 2.342 Betriebe, Angaben in Prozent)

Informationszugang für Mitarbeiter		82%
Lernen aus Projekterfahrungen		80%
Zugriff auf Informationen aus dem Internet		76%
Kontinuierliche Weiterbildung		74%
Wissensdefizite bei Mitarbeitern erkennen		55%
Umsetzung von Ideen unterstützen		51%
Personen mit besonderen Erfahrungen erkennen		51%
Kunden und Lieferanten in die Entwicklung einbeziehen		45%
Kooperation mit Forschungsinstituten und Hochschulen		21%

Priorisiert werden außerdem der Internet-Zugang und Maßnahmen zur Weiterbildung

1. Gesamtmarkt ITC

1.4 Software & Dienstleistungen

CRM-Markt wächst langsam aber stetig

Laut Forrester werden die Ausgaben für Software und Dienste für CRM bis 2010 jährlich etwa um **7 % steigen.**

<http://www.computerwoche.de/nachrichten/583954/>

QUELLE: FORRESTER RESEARCH, COMPUTERWOCHE 20.11.2006; 12/06

1. Gesamtmarkt ITC

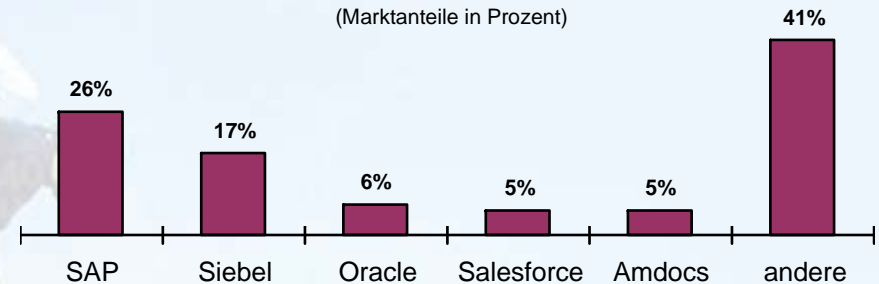
1.4 Software & Dienstleistungen

SAP hält die CRM-Krone

Marktführer im weltweiten CRM-Geschäft ist **SAP**.

Rechnet man die Umsätze von **Oracle** und **Siebel** zusammen, ist der Abstand zum Verfolgten allerdings gering.

Anteile im CRM-Markt
(Lizenzverkäufe und Wartungseinnahmen)
(Marktanteile in Prozent)



Anteile im CRM-Markt (Lizenzverkäufe und Wartungseinnahmen)

(Marktanteile in Prozent, geschätzter Jahresumsatz in Milliarden Dollar)

	SAP	Siebel	Oracle	Salesforce.com	Amdocs	andere	Gesamt
Anteil	25,9%	17,0%	6,4%	4,9%	4,9%	40,9%	100,0%
Umsatz	1,47	0,97	0,37	0,28	0,28	2,33	5,70

1. Gesamtmarkt ITC

1.4 Software & Dienstleistungen

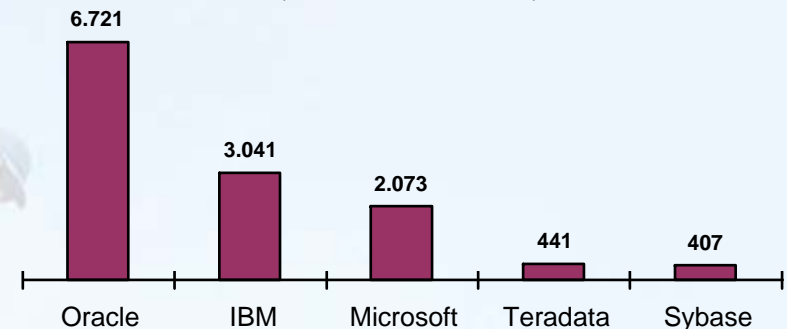
Datenbanken: Microsoft auf der Überholspur

Der Weltmarkt für relationale Datenbanksysteme ist im vergangenen Jahr um **8,3 %** gewachsen und hat ein Volumen von knapp 14 Mrd. Dollar erreicht, berichtet Gartner.

Oracle beherrscht den Markt, große Stücke vom Kuchen fallen aber auch für **IBM** und **Microsoft** ab.

Weltweite Softwareumsätze mit Datenbanken in 2005

(Umsatz in Millionen Dollar)



Weltweite Softwareumsätze mit Datenbanken in 2005

(Umsatz in Millionen Dollar, Wachstum im Vergleich zu 2004 in Prozent)

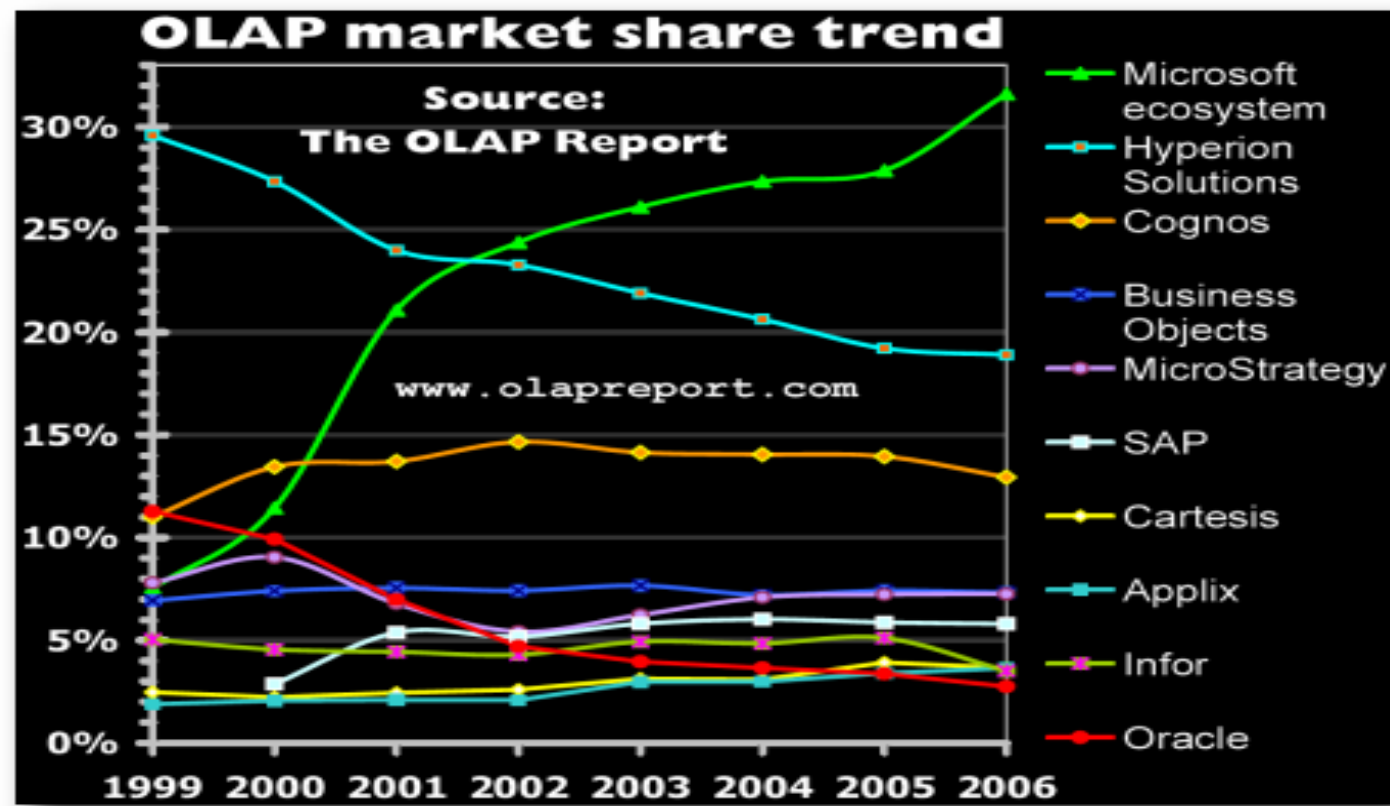
	Oracle	IBM	Microsoft	Teradata	Sybase	andere
Umsatz	6.721	3.041	2.073	441	407	1.135
Zuwachs	7,8%	6,3%	16,6%	6,9%	6,3%	4,1%

Die Gates-Company verzeichnet als einziger Anbieter ein Wachstum über dem Branchendurchschnitt, was die Analysten hauptsächlich auf die aufgestaute Nachfrage nach dem SQL-Server 2005 zurückführen.

1. Gesamtmarkt ITC

1.4 Software & Dienstleistungen

OLAP-Engines: Microsoft auf der Überholspur



QUELLE:www.olapreport.com & BARC, Würzburg

1. Gesamtmarkt ITC

1.5 Internettech & eCommerce

Internet-Techniken für Firmen

Wikis sind nicht nur reif für den Unternehmenseinsatz, sie haben auch einen hohen Wert für Firmen. Vorteile bringen außerdem **Social-Network**-Funktionen, wo Mitarbeiter und/oder Web-Besucher Produkte oder Inhalte besprechen, empfehlen oder bewerten.

Wo Web-Techniken Firmen voranbringen

	Reife für den Unternehmens-einsatz	Nutzbarkeit in der Breite	Aufwand für User und Firmen	Ökonomischer Wert
RSS	Hoch	Hoch	Mittel	Mittel
Podcasts	Hoch	Hoch	Mittel	Niedrig
Videocasts	Niedrig	Mittel	Niedrig	Mittel
Folksonomies	Mittel	Mittel	Mittel	Mittel
Blogs	Hoch	Mittel	Hoch	Mittel
Wiki	Hoch	Mittel	Niedrig	Hoch
Social Bookmarks	Mittel	Hoch	Mittel	Mittel
Gemeinsame Content-Bewertung	Mittel	Hoch	Niedrig	Hoch
Gemeinsame Forecasts	Niedrig	Niedrig	Niedrig	Hoch
Austausch von Empfehlungen	Mittel	Niedrig	Mittel	Mittel

1. Gesamtmarkt ITC

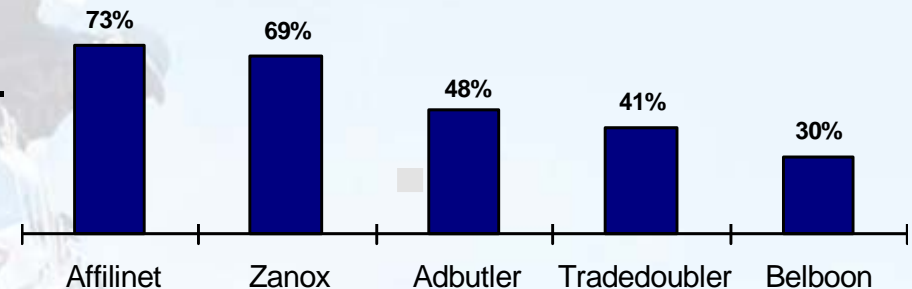
1.5 Internettech & eCommerce

Affiliate Marketing: Beliebte Partnerprogramme

Affilinet und Zanox vorne: Affilinet und Zanox sind die meistgenutzten Affiliate-Netzwerke. Das hat eine Umfrage unter den Teilnehmern des Affiliate-Marketing-Forums von 100Partner-programme.de ergeben.

Welche Affiliate-Netzwerke nutzen Sie?

(n = 97, Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, Umfrage Dezember 2006)



Welche Affiliate-Netzwerke nutzen Sie?

(n = 97, Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich, Umfrage Dezember 2006)

Affilinet	73%	Superclix	29%
Zanox	69%	Commission junction	29%
Adbutler	48%	Adcatch	14%
Tradedoubler	41%	Vitrado	12%
Belboon	30%	Webgains	9%

1. Gesamtmarkt ITC

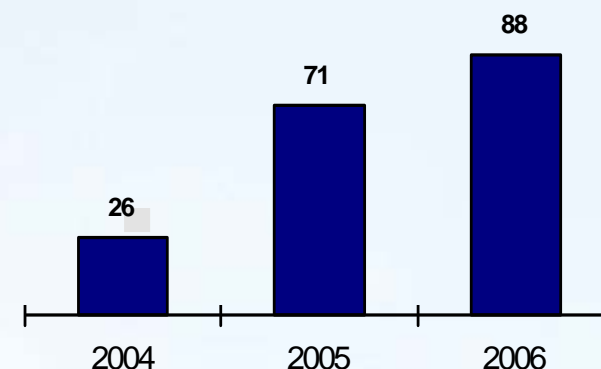
1.5 Internettech & eCommerce

Paid Content: Rekordjahr 2006

Die Umsätze mit legalen Downloads von Musik, Hörbüchern, Videos, Spielen und Software kletterten in Deutschland 2006 auf mehr als 120 Millionen Euro. In den ersten neun Monaten erreichten sie bereits 88 Millionen Euro. Musikdownloads haben daran den größten Anteil. Im Vergleich zum Vorjahr wuchs der Markt um etwa **20 %**, teilt der Verband mit.

Paid Content - Umsatz: bezahlter Download

(Angaben in Mio. Euro jeweils von Jan. bis Sept.)



Paid Content - Umsatz: bezahlter Download

(Angaben in Mio. Euro jeweils von Januar bis September)

2004	2005	2006
26	71	88

1. Gesamtmarkt ITC

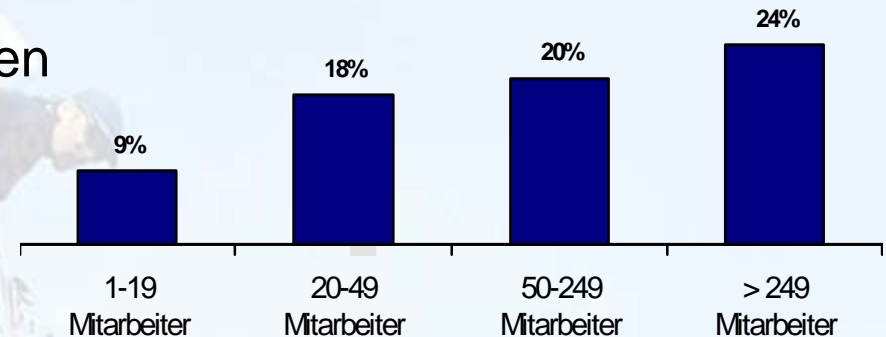
1.5 Internettech & eCommerce

Große Unternehmen verkaufen auch online

Der **Umsatzanteil**, der **online** erzielt wird, wächst mit der Größe der Firmen. Beschäftigen diese **250 Mitarbeiter und mehr**, erreicht er **24 %**, in **Kleinbetrieben** hingegen **9 %**.

Online-Umsatzanteil der Firmen nach Größen

(Angaben in Prozent)



Online-Umsatzanteil der Firmen nach Größen

(Angaben in Prozent)

1-19 Mitarbeiter	20-49 Mitarbeiter	50-249 Mitarbeiter	250 Mitarbeiter und mehr
9%	18%	20%	24%

1. Gesamtmarkt ITC

1.5 Internettech & eCommerce

Die deutschen Versandhändler verkaufen so viel wie noch nie über das Internet

Rekordergebnis: Die deutsche Versandhandelsbranche überspringt dieses Jahr eine magische E-Commerce-Marke: Erstmals werden mehr als 10 Mrd. Euro online erwirtschaftet. Das geht aus einer Studie des BVH hervor, der von TNS Infratest 24.000 Konsumenten befragten ließ.

Wie Kunden Waren im Versandhandel bestellen

(Angaben in Prozent)

	Total	Telefon	Brief	Internet
Bekleidung/Textilien/Schuhe	40,1%	56,8%	49,1%	24,5%
Medien	16,4%	5,2%	12,3%	33,2%
Unterhaltungselektronik/-technik	7,1%	3,0%	1,7%	10,0%
Haushaltswaren/-Geräte	6,7%	8,7%	5,0%	4,9%
Hobby, Sammel-/Freizeitartikel	5,8%	4,4%	4,5%	5,3%
Möbel und Dekoration	5,6%	6,6%	6,3%	3,7%
Drogerie, Medikamente	5,0%	4,5%	9,8%	4,7%
sonstiges	13,3%	10,8%	11,3%	13,6%

Für die E-Shops bedeutet der neue Rekord ein üppiges Umsatzwachstum von 35 %.

1. Gesamtmarkt ITC

1.5 Internettech & eCommerce

Unternehmen unterschätzen Web 2.0

**Ignoranz kann zum Risiko für den Geschäftserfolg werden:
Der Begriff **Web 2.0** ist derzeit in aller Munde. Internetkonzerne wie Google haben
das Potenzial des neuen Webs längst erkannt.
Auch Unternehmen aus traditionellen Branchen sollten sich dem Web-2.0-Trend aber
nicht verschließen, meint Gartner.**

<http://www.zdnet.de/news/tkomm/0,39023151,39149700,00.htm>

QUELLE: GARTNER, ZDNET 06.12.2006; 12/06

Telekom & TK-Provider kein wesentlicher Wachstumsträger!

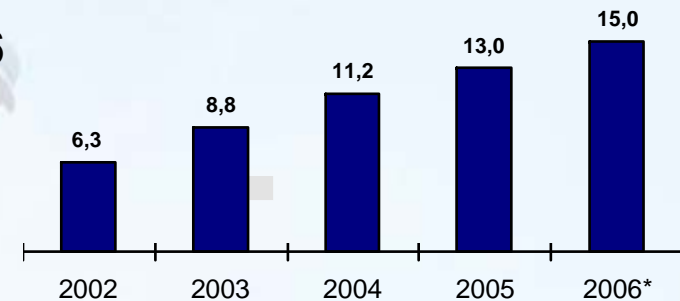
1. Gesamtmarkt ITC

1.5 Internettech & eCommerce

Online-Einkauf wächst rasant: Umsatzvolumen deutscher E-Commerce-Markt

Der stationäre Einzelhandel in Deutschland wächst kaum noch. Mit ein Grund dafür ist das geänderte Einkaufsverhalten: Waren und Dienstleistungen werden zunehmend über das Internet gekauft. 2006 sollen die Umsätze um 16% auf **15 Mrd.** Euro steigen.

Umsatzvolumen deutscher E-Commerce-Markt
(Angaben in Milliarden Euro, * geschätzt)



Umsatzvolumen deutscher E-Commerce-Markt				
(Angaben in Milliarden Euro; * geschätzt)				
2002	2003	2004	2005	2006*
6,3	8,8	11,2	13,0	15,0

QUELLE: T-Systems Enterprise Services; Market-Service-Center; Business Information Services- Market-Intelligence; Mafo 12/06

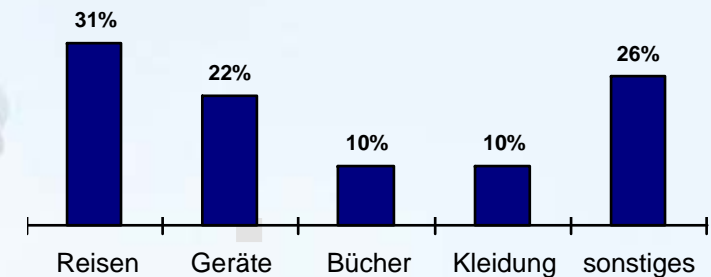
1. Gesamtmarkt ITC
1.5 Internettech & eCommerce

Online-Einkauf wächst rasant: Umsatzvolumen deutscher E-Commerce-Markt (2)

Spitzenreiter im Online-Business ist die **Reisebranche**. Ihr Anteil legte am stärksten zu und erreichte im ersten Halbjahr 2006 ein Plus von **fast einem Drittel**.

Elektronikprodukte einschließlich Haushaltsgeräte kommen auf **22 %**, während die Anteile der klassischen Produkte wie CDs, DVDs, Bücher und Textilien abnehmen.

Warenverteilung E-Commerce 1. HJ 2006
 (Angaben in Prozent)



Warenverteilung E-Commerce 1. Halbjahr 2006 (Zuwächse)

(Angaben in Prozent)

Reisen	Elektronische Geräte	Bücher, Musik, Filme	Bekleidung	sonstiges	Gesamt
31,4%	22,4%	10,3%	10,2%	25,7%	100,0%

QUELLE: T-Systems Enterprise Services; Market-Service-Center; Business Information Services- Market-Intelligence; Mafo 12/06

1. Gesamtmarkt ITC

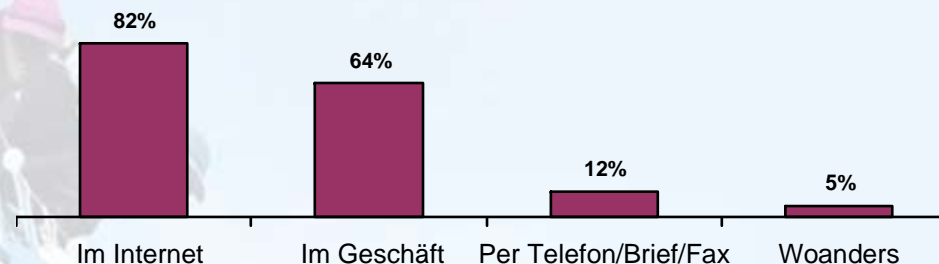
1.5 Internettech & eCommerce

Wo kaufen Nutzer nach der »Online-Recherche« ?

Im Anschluss an die Internet-Recherche kaufen die Kunden sowohl online als auch offline.
Basis: Nutzer von Online-Produktinformationen.

Wo kaufen Nutzer nach der Online-Recherche

(Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)



Wo kaufen Nutzer nach der Online-Recherche

(Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)

Im Internet	Im Geschäft	Per Telefon/Brief/Fax	Woanders
82,3%	63,7%	12,2%	5,0%

Wozu nutzen User das Internet?

(Angaben in Prozent)

	Nutzer gesamt	Erfahrene Nutzer / Intensiv-Nutzer
Recherche Produktinformationen	67%	70%
sonstiges	33%	30%

1. Gesamtmarkt ITC
1.5 Internettech & eCommerce

Defizite der Web-Händler in Logistik-Prozessen

Die Achillesferse der Logistik-Prozesse deutscher Webshop-Betreiber ist das Retouren-Management und die Zahlungsabwicklung. Das ergab eine gemeinsame Umfrage der Redaktion *InternetWorld Business* und *Guenstiger.de* unter 150 Online-Händlern.

Defizite der Web-Händler in Logistik-Prozessen		
(Angaben in Prozent)		
Retouren-Management		38%
Zahlungsabwicklung		36%
Versandgeschwindigkeit		26%
Lagerverwaltung		24%
Zustellung beim Kunden vor Ort		22%
Interne Versandabwicklung		16%

Am meisten hapert es nach Einschätzung der Shop-Betreiber noch beim Retouren-Management und bei der Zahlungsabwicklung:

1. Gesamtmarkt ITC
1.5 Internettech & eCommerce

Content-Vermarktung: Wachstumsmotor Internet

Die veränderte Mediennutzung der Konsumenten und der Rückgang im Anzeigengeschäft machen den deutschen Verlagen zu schaffen.

Umsatzverteilung bei Verlagen (Angaben in Prozent)		
	2006	2009 (erwartet)
Mobile Dienste	48,3%	42,9%
Anzeigenverkauf	40,2%	34,4%
Vertrieb	8,5%	6,8%
Rubriken/Kleinanzeigen	7,6%	11,1%
Neue Wachstumfelder	4,6%	11,6%
Internet	0,2%	2,0%

Neue Medien sollen den Auflagen- und Anzeigenrückgang bei Verlagen auffangen.

1. Gesamtmarkt ITC

1.5 Internettech & eCommerce

Die größten Onlinemärkte werden weiter wachsen

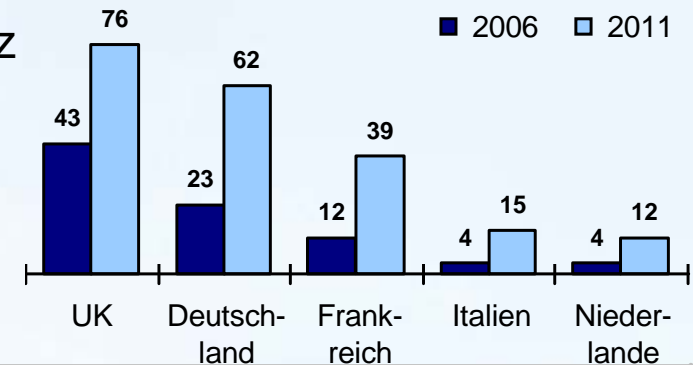
Schätzungsweise **43,1 Mrd. Euro** setzten britische Unternehmen 2006 im Internet um.

Deutschland ist mit **knapp 23 Mrd. Euro** Online-Umsatz der zweitgrößte Markt Europas.

Großbritannien bleibt mit geschätzten **76,4 Mrd. Euro** Umsatz größter Onlinemarkt in Europa. Doch **Deutschland** rückt näher, hier wächst der Onlinemarkt auf **62,3 Mrd. Euro** Umsatz.

Die größten Onlinemärkte

(Angaben in Milliarden Euro)



Die größten Onlinemärkte

(Angaben in Milliarden Euro)

	2006	2011		2006	2011
Großbritannien	43,1	76,4	Spanien	3,0	10,0
Deutschland	22,9	62,3	Schweden	2,8	9,0
Frankreich	12,3	38,8	Belgien	2,7	8,6
Italien	3,8	14,5	Norwegen	2,0	5,2
Niederlande	3,5	11,8	Finnland	1,8	3,8

1. Gesamtmarkt ITC

Die ITC-Megatrends

Die Megatrends in der IT-Branche 2006: Konvergenz, Mobility & SOA

Führende Marktforscher sagen steigende Investitionen in die IT voraus.

Zu den Megatrends zählen

- **Konvergenz,**
- **Mobility** und
- **Service-orientierte Architekturen.**

<http://www.tecchannel.de/news/themen/technologie/433818/>

QUELLEN: DIVERSE INSTITUTE, TECCHANNEL 27.12.2005; 1/06

Beim Blick in die Kristallkugel fallen den Marktforschern einige Megatrends ins Auge:

Konvergenz, **Mobility** und **Service-orientierte Architekturen** (SOA) sind im Kommen. Außerdem wird voraussichtlich der Trend zur **Virtualisierung die IT-Konzepte** in vielen Unternehmen umkrempeln. Ähnliches könnten **Voice over IP (VoIP)** und drahtlose Übertragungstechniken in der Kommunikations-Infrastruktur bewirken, berichtet die IT-Wochenzeitung **Computerwoche** in ihrer aktuellen Ausgabe (51-52/2005).

2. Konvergenz(2.Seite)

Virtualität durch Internet & Mobilfunk

Solutions for virtual Service Provider

Neue Geschäftsideen in den Branchen Internet oder Mobilfunk.

Die Telekommunikation bietet ausgezeichnete Möglichkeiten, **Inhalte** über **zusätzliche Kanäle** – von **Breitband Internet** bis zu **Mobilfunk** – zu vermarkten.

Unternehmen aller Branchen können auf diese Weise ihr Angebot **kostengünstig erweitern**.

Neue Vertriebswege werden geschaffen, die **Kundenbindung** erhöht, **konvergente Produkte** realisiert.

So profitieren virtuelle Service Provider auch ohne eigene Netzstruktur von den Potenzialen der Wachstumsmärkte Internet und Mobilfunk.

2. Konvergenz

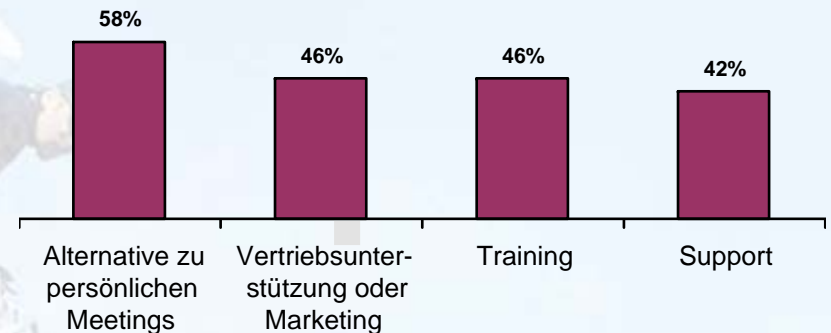
Einflüsse auf die Arbeitswelt

Konvergente Netzwerke schrumpfen die Welt auf Schreibtischgröße

VoIP ist nur eine Facette aus der Fülle der Möglichkeiten, die sich mit **konvergenten Netzwerken** eröffnen. Immer beliebter wird die Teamarbeit mit webgestützten Konferenz-Lösungen - ohne den Arbeitsplatz zu verlassen.

Motive für Webkonferenzen

(Angaben in Prozent)



Motive für Webkonferenzen

(Angaben in Prozent)

Alternative zu persönlichen Meetings	Vertriebsunterstützung oder Marketing	Training	Support
58%	46%	46%	42%

Die Mehrheit der befragten deutschen Unternehmen nutzt Webkonferenzen als Alternative zu persönlichen Meetings.

2. Konvergenz

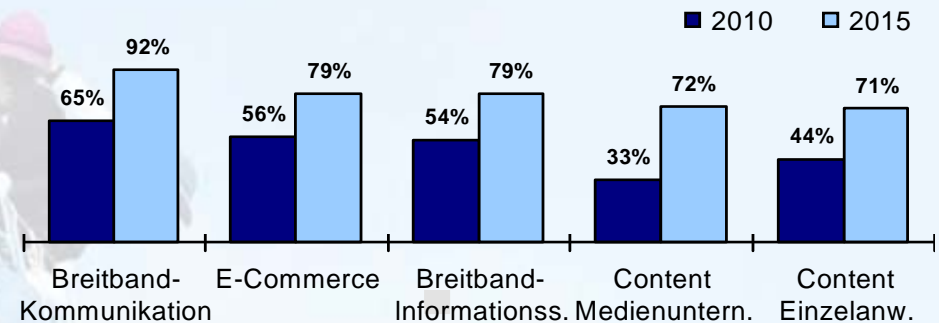
Einflüsse auf die Ökonomien & Akzeptanzen

Breitband-Internet verändert die Märkte

Um den Breitband-Internet-Standort Deutschland steht es nicht zum Besten, so eine gemeinsame Studie der Telekom und des Burda-Verlags.

Dominante Nutzungsformen in der Breitbandökonomie

(Angaben in Prozent)



Dominante Nutzungsformen in der Breitbandökonomie

(Angaben in Prozent)

	2010	2015
Breitband-Kommunikation (z.B. VoIP Instant Messaging, Videotelefonie)	64,6%	91,7%
E-Commerce	56,3%	79,2%
Breitband-Informationsservices (z.B. Multimedia Search-Engines, Mash-Ups)	54,2%	78,7%
Von Medienunternehmen bereitgestellter Breitband-Content (z.B. IPTV, VoD)	33,3%	72,3%
Von Einzelanwendern erzeugter Content (z.B. Blogs Podcasting, P-to-P)	43,8%	70,8%

Was Breitband-Ökonomie-Experten über künftige dominante Nutzungsformen des Internets denken.

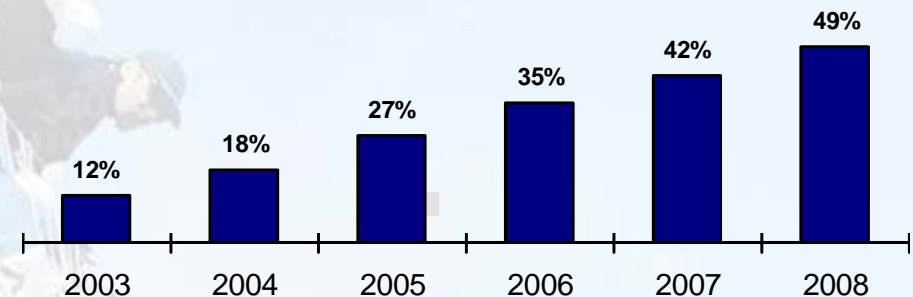
2. Konvergenz Nachfrageaspekte

Breitband setzt sich durch: Breitbandanschlüsse in Deutschland

Jeder **3.** Haushalt hat inzwischen einen Breitbandanschluss.
Bis **2008** soll annähernd die **Hälfte** der deutschen Haushalte über das **schnelle Internet** verfügen.

Breitbandanschlüsse in Deutschland

(Angaben in Prozent, 2006 bis 2008 geschätzt)



Breitbandanschlüsse in Deutschland

(Angaben in Prozent, 2006 bis 2008 geschätzt)

2003	2004	2005	2006	2007	2008
12%	18%	27%	35%	42%	49%

QUELLE: BITKOM, INTERNETWORLD 23/2006;12/06

*Internet-TV, Breitband & mobiles Internet Wachstumstreiber bei Telekom & TK-Carrier,
Jedoch Verzögerung DSL-Verfügbarkeit in 50 Städten um 1 Jahr! (2007>2008).*

2. Konvergenz

Budgetverwendungen in der IT

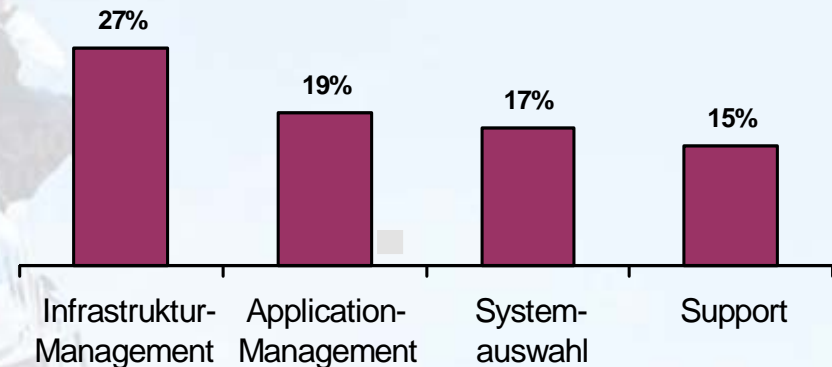
CIOs investieren mehr in Strategie

Die Umfrage von **Capgemini** unter europäischen CIOs spiegelt einen Trend wider, der auch aus den USA gemeldet wird:

Die IT-Verantwortlichen geben in Zukunft **mehr Geld für Strategie und Planung** aus. Möglich wird das durch **kostengünstige Angebote von Offshore-Providern**, die dem CIO Raum für Neues lassen.

So verwenden europäische CIOs ihr IT-Budget

(Angaben in Prozent)



So verwenden europäische CIOs ihr IT-Budget

(Angaben in Prozent)

Strategie und Planung	5% (+1,5%)	Application-Management	19% (-1,4%)
Konzepte und Design	8% (+1,3%)	Infrastruktur-Management	27% (-2,4%)
Systemauswahl	17% (+0,8%)	Support	15% (-0,3%)
Test und Rollout	9% (+0,8%)	Gesamt	100%

2. Konvergenz

Nutzenaspekte & Gewohnheiten

IP-Telefonie soll vorrangig Kosten senken

Während die Hersteller das hohe Lied der **Konvergenz** als entscheidenden VoIP-Vorteil anpreisen, sticht für die Anwender vor allem das **Kostenargument**.

http://www.computerwoche.de/knowledge_center/voip/584363/

QUELLE: SWYX, COMPUTERWOCHE 29.11.2006;12/06

Skype bleibt vorerst Randerscheinung

Trotz Popularität des Internet-Dienstes und VoIP ist der Großteil der internationalen Gespräche nach wie vor **leitungsvermittelt**.

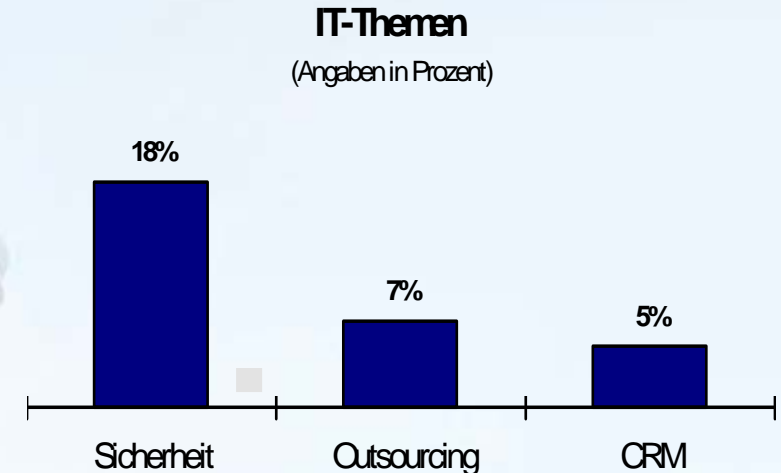
[. http://www.computerwoche.de/knowledge_center/voip/584545/](http://www.computerwoche.de/knowledge_center/voip/584545/)

QUELLE: TELEGEOGRAPHY, COMPUTERWOCHE 05.12.2006;12/06

2. Konvergenz Akzeptanzen & Trends

VoIP bleibt trendy

Gesprächsstoff: **Voice over IP** und **IT-Sicherheit** sind die Themen im IT- und TK-Bereich, die in deutschen Unternehmen ganz oben auf der Tagesordnung stehen.
Breitband und **CRM** sind hingegen weniger relevant.



IT-Themen (Angaben in Prozent)		
Sicherheit	Outsourcing	CRM
18%	7%	5%

QUELLE: TELEKOM FORUM, IT-BUSINESS NEWS 48/2006;12/06

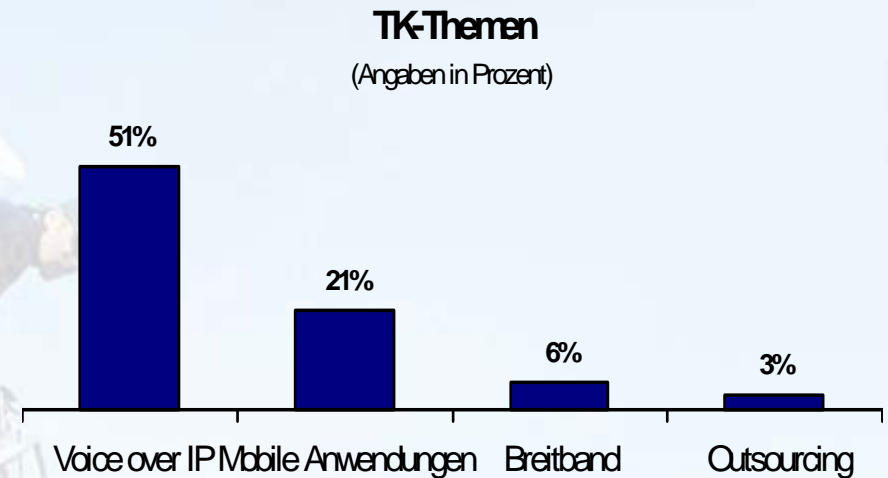
2. Konvergenz

Akzeptanzen & Trends

VoIP bleibt trendy(2)

IT-Themen: Vordergründig wichtig ist die **Sicherheit** der IT-Systeme, während CRM weniger im Fokus steht.

TK-Themen: In den meisten Firmen ist **VoIP** das Thema Nummer eins.



TK-Themen (Angaben in Prozent)			
Voice over IP	Mobile Anwendungen	Breitband	Outsourcing
51%	21%	6%	3%

QUELLE: TELEKOM FORUM, IT-BUSINESS NEWS 48/2006;12/06

2. Konvergenz

Einflüsse auf die Marktsegmente

Verkauf von IP-Telefonen boomt erst in zwei Jahren

Trotz der einsetzenden **Massenmigration** zu **IP-basierenden Sprachdiensten** verkaufen sich **IP-Telefone** nach Beobachtungen von In-Stat derzeit sowohl im **Business-** als auch im **Consumer-Segment** **eher schlecht als recht.**

. http://www.computerwoche.de/knowledge_center/voip/584224/

2. Konvergenz

Consumer

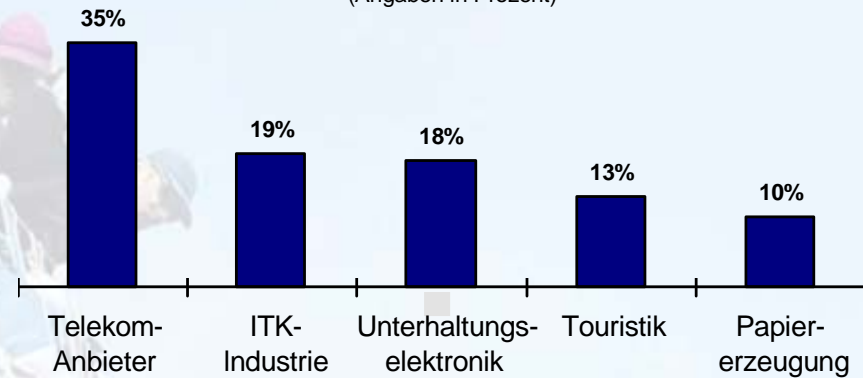
Internet-Telefonie: Privatanutzer haben die Nase vorn

Während bereits **11 %** der Privatpersonen in Deutschland VoIP nutzen, sind es bei den Unternehmen derzeit erst **9%**.

Zu diesem Ergebnis kommt Bitkom.

Anteil der Unternehmen, die Voice over IP nutzen

(Angaben in Prozent)



Unternehmen: Anteil der Unternehmen, die Voice over IP nutzen, nach Branchen (9%)

(Angaben in Prozent)

Telekom-Anbieter	ITK-Industrie	Unterhaltungselektronik	Touristik	Papier-erzeugung	Baugewerbe
35%	19%	18%	13%	10%	9%

2. Konvergenz

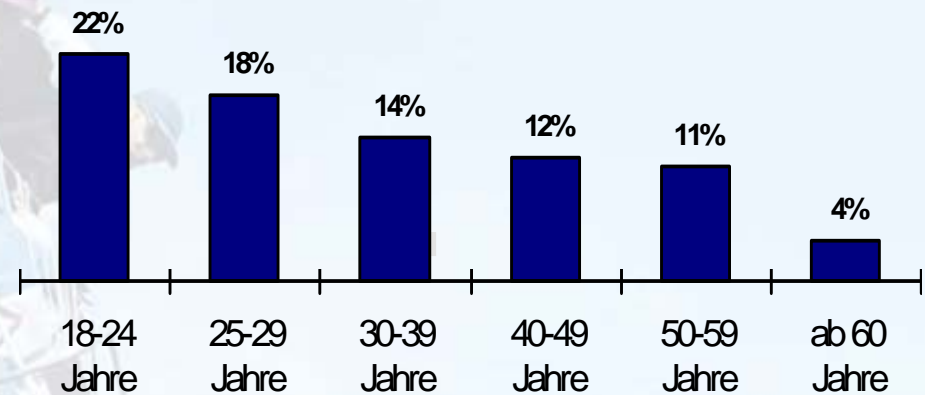
Consumer

Internet-Telefonie: Privatanutzer haben die Nase vorn (2)

Besonders bei den **18- bis 24-Jährigen** ist die **Internet-Telefonie** beliebt: In dieser Gruppe verwendet fast **jeder Vierte** seinen Breitbandanschluss, um mit Freunden oder Bekannten zu sprechen.

Privatanutzer die über das Internet telefonieren

(Angaben in Prozent)



Privatanutzer: Anteil der Deutschen, die über das Internet telefonieren (11%)

(Angaben in Prozent)

18-24 Jahre	25-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	ab 60 Jahre
22%	18%	14%	12%	11%	4%

2. Konvergenz

Mobile Welt

Mobile Business: Revolution am Arbeitsplatz

Die Bedeutung des Mobile Business ist den meisten IT-Entscheidern bewusst, allein an handfesten Strategien mangelt es.

Mobile-Business-Aktivitäten der Unternehmen

(Angaben in Prozent)

	eingesetzt ■	geplant ■	nicht geplant ■	
Mobiler Einkauf	23%	8%	69%	
Mobile Ortung & Verfolgung	15%	20%	65%	
Mobiles Büro	87%	10%	3%	
Mobiler Intranetzugang	72%	21%	7%	
Mobile Überwachung	34%	17%	49%	
Mobile Steuerung	13%	11%	77%	
Mobiler Vertrieb	56%	21%	24%	
Mobiler Service	45%	22%	34%	

2. Konvergenz

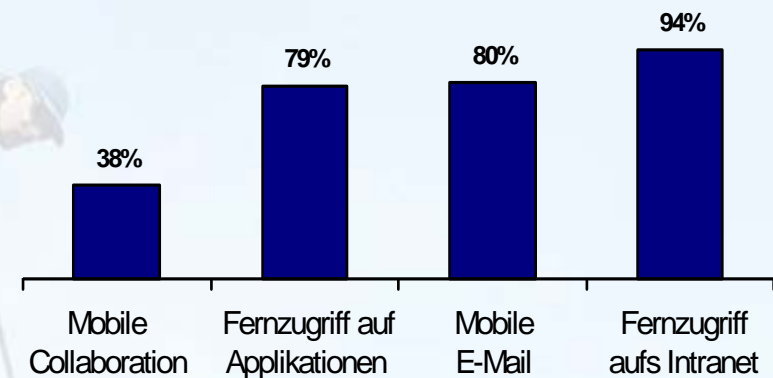
Mobile Welt

Drahtloses Intranet ist am weitesten verbreitet

Mobile Collaboration-Lösungen wie Instant Messaging sind nur in gut einem Drittel der Unternehmen implementiert. Mehr als doppelt so hoch dagegen ist der Anteil der Firmen, die den **Fernzugriff** auf **betriebswirtschaftliche Standardsoftware** oder Anwendungen zur Verkaufsunterstützung anbieten.

Mobile Anwendungen in europäischen Unternehmen

(Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)



Mobile Anwendungen in europäischen Unternehmen

(Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)

Mobile Collaboration	Fernzugriff auf Applikationen (unter anderem ERP)	Mobile E-Mail	Fernzugriff aufs Intranet
37,9%	78,8%	80,3%	93,9%

Der drahtlose Intranet-Zugang ist aus den europäischen Betrieben schon nicht mehr wegzudenken.

2. Konvergenz

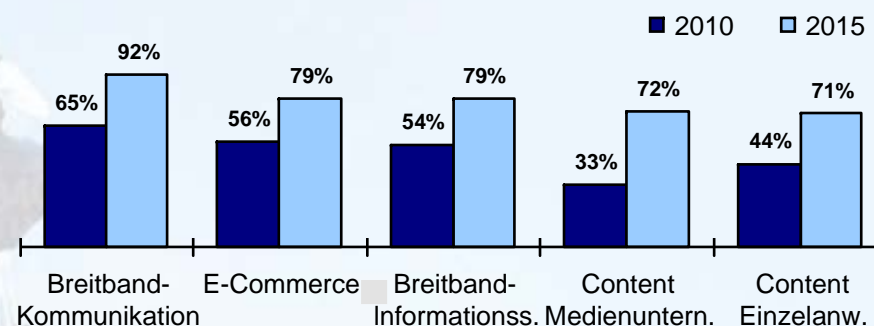
Breitband & Verfügbarkeit

Hochverfügbarkeit ist gar nicht so teuer: Geplante IT-Projekte 2007

Das Thema Hochverfügbarkeit gewinnt auch im **Mittelstand** an Bedeutung. Einer Studie von Fleishman-Hillard und **speicherguide.de** nach planen **30 %** der Befragten hier im Jahr 2007 zu investieren.

Dominante Nutzungsformen in der Breitbandökonomie

(Angaben in Prozent)



Dominante Nutzungsformen in der Breitbandökonomie

(Angaben in Prozent)

	2010	2015
Breitband-Kommunikation (z.B. VoIP Instant Messaging, Videotelefonie)	64,6%	91,7%
E-Commerce	56,3%	79,2%
Breitband-Informationsservices (z.B. Multimedia Search-Engines, Mash-Ups)	54,2%	78,7%
Von Medienunternehmen bereitgestellter Breitband-Content (z.B. IPTV, VoD)	33,3%	72,3%
Von Einzelanwendern erzeugter Content (z.B. Blogs Podcasting, P-to-P)	43,8%	70,8%

2. Konvergenz

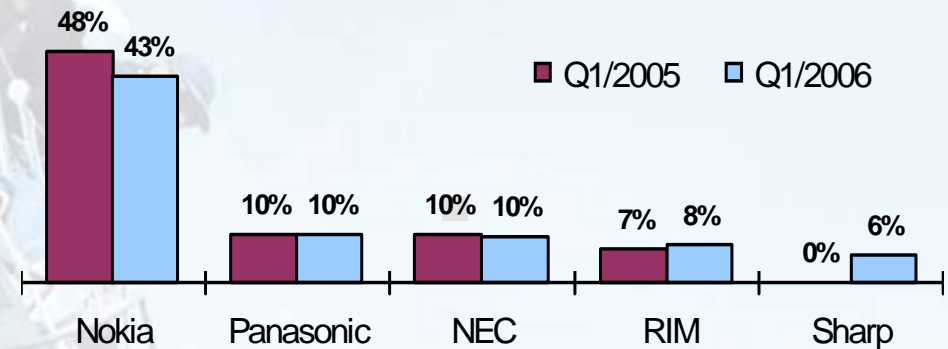
Handybusiness

Alle wollen schlaue Handys kaufen

Knapp 19 Millionen **intelligente Mobiltelefone** konnten im ersten Quartal 2006 weltweit verkauft werden, **67,8 %** mehr als in der **Vorjahresperiode**.

Smarte Mobilgeräte Lieferungen weltweit

(Marktanteile in Prozent)



Smarte Mobilgeräte Lieferungen weltweit

(Marktanteile in Prozent)

	Nokia	Panasonic	NEC	RIM	Sharp
Q1/2005	48,4%	10,2%	10,1%	6,9%	0,0%
Q1/2006	43,2%	10,0%	9,5%	7,7%	5,7%

2. Konvergenz Handybusiness

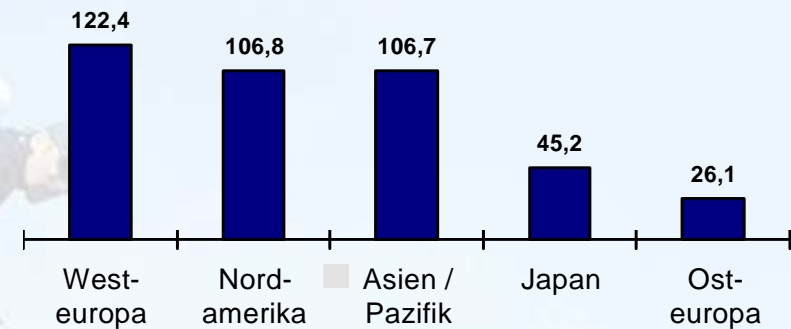
Kamera-Handys sind weiter auf dem Vormarsch

Laut Gartner werden **48 %** der Handys, die in diesem Jahr weltweit verkauft werden, mit einer **Digitalkamera** ausgerüstet sein; das entspricht rund **460 Millionen** Geräten.

Dieser Anteil soll bis zum Jahr **2010** auf insgesamt **81 %** oder rund eine **Milliarde** Mobiltelefone ansteigen.

Kamera-Handys sind weiter auf dem Vormarsch

(Angaben in Millionen)



Kamera-Handys sind weiter auf dem Vormarsch

(Angaben in Millionen)

Westeuropa	122,43	Osteuropa	26,10
Nordamerika	106,83	Lateinamerika	22,55
Asien / Pazifik	106,72	Afrika	15,96
Japan	45,20	Naher Osten	14,14

Der größte Markt für Kamera-Handys befindet sich nach wie vor in **Westeuropa**, gefolgt von **Nordamerika** und dem asiatisch-pazifischen Raum.

2. Konvergenz

Handybusiness

Markt für Musikangebote auf dem Handy wächst

Handykunden in Deutschland nutzen ihr Mobiltelefon immer stärker auch als Audioplayer: Von Januar bis Oktober wurden rund **2,4 Millionen Titel** ohne Umweg über einen Computer heruntergeladen.

<http://www.computerwoche.de/nachrichten/583825/>

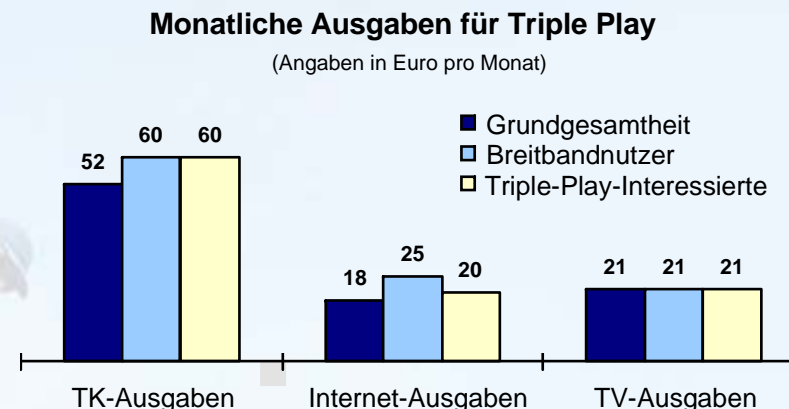
QUELLE: BITKOM, COMPUTERWOCHE 15.11.2006;12/06

2. Konvergenz

TV & Videobusiness

Die Zukunft gehört dem Internet-TV

Eine Untersuchung von Booz Allen Hamilton kommt zu dem Ergebnis, dass bereits 2011 bis zu zwölf Millionen deutsche TV-Haushalte Triple-Play-Angebote nutzen könnten — das entspricht knapp einem Drittel.



Monatliche Ausgaben für Triple Play (Angaben in Euro pro Monat)			
	TK-Ausgaben	Internet-Ausgaben	TV-Ausgaben
Grundgesamtheit	52	18	21
Breitbandnutzer	60	25	21
Triple-Play-Interessierte	60	20	21

12 Millionen Haushalte sollen bis 2011 ihr Fernsehprogramm via DSL oder Kabel empfangen.
Für Triple-Play-Angebote besteht eine hohe Investitionsbereitschaft bei den Konsumenten.








2. Konvergenz

TV & Videobusiness

Triple-Play bedeutet vor allem TV

Auch im **VDSL**-Zeitalter wird die Internet-Kommunikation, insbesondere die IP-Telefonie, höchste Priorität genießen.

Integrierte Endgeräte, die sich jeweils in die verfügbaren Netze einwählen, treiben die Entwicklung.

Bestandteile eines VDSL-Triple-Play-Angebots		
(Angaben in Prozent)		
Voice over IP		85,2%
Video on Demand		77,7%
HDTV		74,0%
Integriertes Gateway für VDSL / Internet-TV / VoIP		73,8%
Festplatten-Rekorder / Netzwerk-Rekorder		62,9%
Internet-TV		62,9%
Video-Telefonie		63,0%

Ansonsten werden aber vor allem TV-bezogene Angebote wie Video-on-Demand, Internet-Fernsehen und HDTV eine dominierende Rolle in der Triple-Play-Zukunft spielen.

2. Konvergenz TV & Videobusiness

HDTV überzeugt Zuschauer

*94 % der europäischen Konsumenten wollen HDTV –
sobald sie es kennen gelernt haben.*

<http://www.pcwelt.de/news/homeentertainment/1255352/index.html>

QUELLE: MRI HEIDELBERG, PC-WELT 03.01.2007;01/07

Nach Marktforschung Zahl der IPTV-Haushalte Ende 2010 in nur 2 Millionen
➤ damit keinen großen Beitrag zum Telekom-Wachstum
➤ Ende 2006 bei DTAG 20.000 Haushalte (T-Home)

(Torsten Gerpott; FTD 5.3.2007)

2. Konvergenz TV & Videobusiness

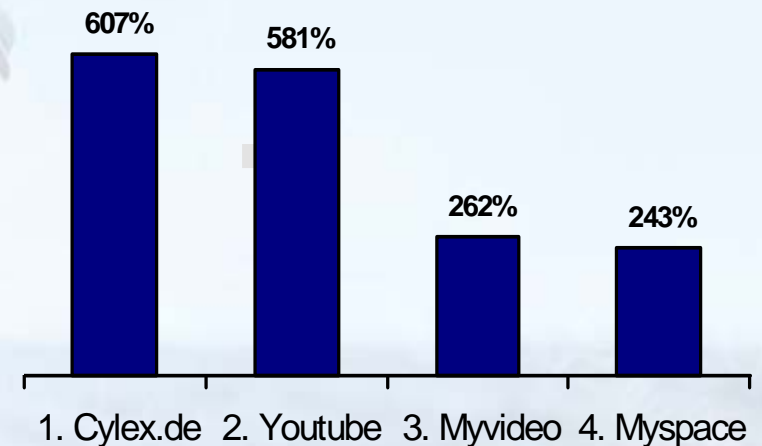
Die Aufsteiger 2006: Videoportale zählen zu den wachstumsstärksten Sites

Interaktive Websites ziehen Nutzer an:
Videoportale zählten im Jahr 2006 zu den wachstumsstärksten Internetangeboten in Deutschland, hat **Nielsen Netratings** herausgefunden.

Als Motoren für das Wachstum sieht Nielsen zwei Richtungen:
sogenannte **Web-2.0**-Angebote und **E-Commerce**.

Die Aufsteiger 2006

(Rang nach Wachstum in Prozent Jan. - Okt. 06)



QUELLE: NIELSEN NETRATINGS, (NETVIEW DEUTSCHLAND, ZU HAUSE UND AM ARBEITSPLATZ), INTERNETWORLD 01/2007;01/07

2. Konvergenz
TV & Videobusiness

Die Aufsteiger 2006: Videoportale zählen zu den wachstumsstärksten Sites

Die Aufsteiger 2006			
(Rang nach Wachstum / Brand, Unique Audience, Wachstum in Prozent Jan. - Okt. 06)			
	Januar 2006	Oktober 2006	Zuwachs
Cylex.de	477.000	3.373.000	607%
Youtube ¹⁾	583.000 ¹⁾	3.969.000	581%
Myvideo ²⁾	665.000 ²⁾	2.409.000	262%
Myspace ³⁾	445.000 ³⁾	1.524.000	243%
Preisvergleich.de	2.315.000	6.861.000	196%
Volkswagen Bank	364.000	1.056.000	190%
Bwin	598.000	1.642.000	175%
Preisvergleich.org	546.000	1.395.000	156%
Wer-weiss-was	1.560.000	3.849.000	147%
Yatego	734.000	1.736.000	137%
Tipp24.de	872.000	2.001.000	130%
Arena ⁴⁾	787.000 ⁴⁾	1.803.000	129%
Shopzilla.com Network	686.000	1.515.000	121%
lphpbb.com ¹⁾	461.000 ¹⁾	1.006.000	118%
Cliphish ⁵⁾	451.000 ⁵⁾	984.000	118%

1) Wachstum seit Februar 2006; 2) seit Juli 2006; 3) seit März 2006; 4) seit Mai 2006; 5) seit September 2006

Nielsen Netratings listet Internetseiten mit dem größten Publikumszuwachs auf.

Quelle: Nielsen Netratings, (Netview Deutschland, zu Hause und am Arbeitsplatz), InternetWorld 01/2007 ;01/07

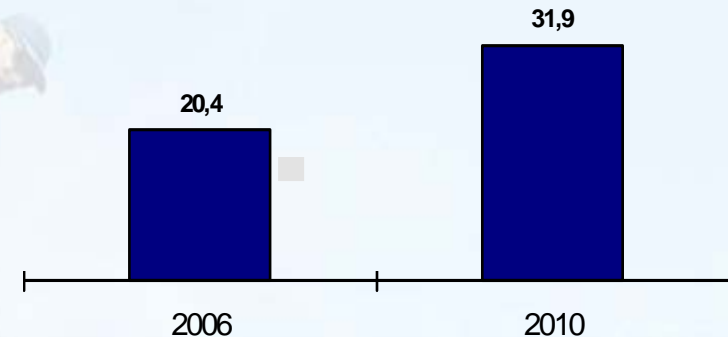
2. Konvergenz

Der klassische Rundfunk verändert sich

Internet-Radio boomt: Wöchentliche Hörer in Europa

In **4 Jahren** soll die Zahl der wöchentlichen Internet-Radio-Hörer auf fast **32 Millionen** in Europa steigen. »Radiogeräte«, die kabellos auf die heimische DSL-Leitung zugreifen und Internet-Radiostationen scannen, könnten sich dann steigender Beliebtheit erfreuen.

Internet-Radio: Wöchentliche Hörer in Europa
(Angaben in Millionen)



Internet-Radio boomt: Wöchentliche Hörer in Europa

(Angaben in Millionen)

2006	2010	Zuwachs
20,4	31,9	+56%