

Stockholm, 2010-02-12

Snabb utveckling inom mobila datatjänster driver paradigmskifte

Den europeiska telekommarknaden och dess ledande aktörer genomgår för närvarande ett paradigmskifte. Efter en lång period av stagnation utvecklas nu mobilt Internet till ett massfenomen till följd av den kraftiga ökningen av "smartphones" och de överkomliga avgifterna för fastprisabonnemang. Detta visar studien "Speeding Up – Telecommunications 2010+" som nyligen har genomförts av managementkonsultföretaget Booz & Company.

Den globala mobilapplikationsmarknaden förväntas växa kraftigt, från dagens 1,4 miljarder nedladdningar till nästan 19 miljarder år 2014, vilket motsvarar ett värde på 17 miljarder euro. Mobilt bredband i Europa kommer att ha 92 procent nättäckning från år 2014 och framåt. Eftersom en andel av nedladdningarna är belagda med avgifter, förväntas denna volym att bidra till en försäljning för applikationsleverantörerna på 17 miljarder euro under samma period. Detta innebär en årlig global tillväxt på 25 procent till år 2014. I Sverige drivs den mobila datamarknaden av ökningen av "smartphones" och storleken väntas uppgå till 3,2 miljarder kronor under 2014, motsvarande en årlig tillväxt med 25 procent från dagens nivå.

"Multi-play" räddar försäljningen inom fast kommunikation

Tele- och kabelnätsoperatörer har lyckats stabilisera försäljningen inom vad som tidigare var deras kärnverksamhet genom att erbjuda "triple-play" för fast telefoni, Internet och tv. Men inom mobiltelefonin finns faktorer som sätter betydande press på marginalerna; fastpriserbjudanden och försäljningsandelen som tas av leverantörer av nya trendsättande produkter.

- Värdekedjan förändras på lång sikt och lönsamheten förskjuts. Apples framgång med iPhone och den relaterade försäljningen av mobila applikationer visar både den finansiella potentialen, men också den destruktiva kraften i denna utveckling för teleoperatörer, säger **Roman Friedrich, ansvarig för Booz & Companys telekomverksamhet i Europa och Norden**. Telekomföretag behöver en bred och konkurrenskraftig strategi för att hålla jämna steg med förändringar i efterfrågan och nya affärsmodeller, säger Friedrich.

Studien visar tydligt att de etablerade teleoperatörerna bäst försvarar sina marknadsandelar mot nya spelare genom att utveckla områdena mobila slutprodukter, nya tjänster och relevant innehåll. Det är för närvarande tillverkarna av mobila slutprodukter som sitter i förarsätet när det gäller hur försäljningen fördelas.

Mobil bandbredd och nätutbyggnad – en fråga på liv och död

Den kraftigt ökande efterfrågan på dataapplikationer tvingar samtidigt teleoperatörerna till en konstant investering i nätutbyggnader, vilket sätter ytterligare press på marginalerna. Slutsatsen är att både fasta och mobila nät kräver en ständig expansion av bandbredd. Genom att integrera fasta och mobila nät till ett gemensamt nät av nästa generations IP-baserade teknologi, är det möjligt att på lång sikt minska nätets driftskostnader. Utöver detta måste kostnader för installation av bredbandsnät (oavsett fiber, kabel eller mobila nät) mötas.

Den mobila bredbandsanvändningen ökar kraftigt även i Norden, vilket har ställt högre krav på hastighet och kapacitet. I slutet av 2009 lanserade TeliaSonera som första

teleoperatör i världen, 4G-tjänster i Stockholm och Oslo. Under 2014 väntas 1,7 miljoner LTE-anslutningar att finnas i Sverige och 3,7 miljoner i Norden som helhet. Teleoperatörer världen över förväntas investera minst 20 miljarder euro i LTE-mobil infrastruktur till och med 2014. Detta är dilemmat för de traditionella teleoperatörerna; medan omsättningen minskar och investeringsbehovet ökar, går vinsten till spelare utanför marknaden.

- Teleoperatörerna befinner sig i en allt mer kritisk situation. Om de inte vill förlora mer av sina traditionella marknader behöver de investera nu, och kontinuerligt, inom innovation, innehåll och nya affärsmodeller, sammanfattar Roman Friedrich.

Ytterligare resultat från studien:

- Marknaden för kommunikation mellan maskiner har redan nått en betydande storlek och kommer att fortsätta att växa dynamiskt. Tillämpningar inom områden som smarta elmätare och nät, sjukvård samt telematik och handel, kommer att utvecklas till viktiga tillväxtområden för telekomsektorn.
- Mobil annonsering kommer att utvecklas till en global marknad på 13 miljarder euro år 2012, varav Europa förväntas utgöra 4 miljarder euro.

För mer information, vänligen kontakta:

Sara Hamilton, Booz & Company, telefon: 0708-96 95 85, e-mail: sara.hamilton@booz.com

Om Booz & Company

Booz & Company är ett ledande managementkonsultföretag som hjälper världens främsta företag och organisationer inom den privata och offentliga sektorn. Vår grundare, Edwin Booz, skapade professionen när han etablerade det första managementkonsultföretaget 1914. Idag, med våra drygt 3300 medarbetare på 60 kontor världen över, bidrar vi med insikt och kunskap, djupgående funktionell expertis samt ett praktiskt och handfast angreppssätt att bygga kompetens och leverera konkreta resultat. Vi har ett nära samarbete med våra klienter för att skapa och leverera konkurrensfördelar.