

Zusammenfassung / Summary

III-

IV

I.	Telekommunikationsmarkt Deutschland	1
1.	Informations- und Kommunikationstechnologie - Auf Wachstumskurs	1
2.	Der deutsche Telefonmarkt - O.tel.o-Übernahme leitet Marktberreinigung ein	2
2.1	Telefonieren im Festnetz - „Die neue Telefonfreiheit“ bei Ferngesprächen	4
2.2	Mobil-Telefonieren - 65 % mehr Kunden Anfang 1999	7
2.3	Telefon-Experimente - Telefonieren via Internet und TV-Kabel	11
2.4	Dienstleistungen - Nullnummern und Call Center boomen	14
3.	Internet - Sinkende Gebühren begünstigen den Boom	16
3.1	Marktüberblick - Anbieter verfünffachen den Umsatz	16
3.2	Vom Chatroom über Homebanking bis E-Commerce - Vielfalt im Internet	19
3.3	PC-Markt - Umsatzplus von gut 9 % für 1999 erwartet	21
4.	Telekommunikationsgeräte - Trend zum schnurlosen Telefonieren	23
4.1	Handys - Netzunabhängig und leistungsstark	25
5.	Distribution - Viele Wege führen zum Endkunden	28
II.	Nutzer und Käufer	30
1.	Überblick - Mehr PCs als Anrufbeantworter in den Haushalten	30
2.	Klassische Telekommunikation - Jeder achte Haushalt mit mehreren Anschlüssen	31
2.1	Neue Telefongesellschaften - Vieltelefonierer besonders wechselwillig	32
2.2	Feste und schnurlose Telefone - Jeder sechste will ein neues Gerät kaufen	35
2.3	Handy und Pager - Frauen führen meistens Privatgespräche	38
2.4	Anrufbeantworter und Faxgeräte - Stark steigende Anschaffungsabsichten	41
3.	Moderne Telekommunikation - Online-Nutzer sind keine Cyberjunkies	43
3.1	PC - Sinkende Preise lassen Computer zum Allgemeingut werden	43
3.2	Computerzubehör - Hohe Kauflust auf Modems	45
3.3	Internet - Fast doppelt soviel Nutzer wie noch 1997	46
III.	Marktkommunikation	53
1.	Klassische Werbung - Rekordsteigerung auf 1,6 Mrd. DM	53
1.1	Segmente - Werbung für Tarife explodiert	54
1.2	Jahreszyklus - Tarifschlacht und Handyteasing zum Jahresende neu entflammt	56
1.3	Werbungtreibende - Telekom mit Abstand größter Werber	58
2.	Nichtklassische Kommunikationsformen - Sponsoring und Messen beliebt	59
2.1	Werbemedium Internet - 150 Mio. Werbeumsatz für 1999 erwartet	60

<u>Inhaltsverzeichnis</u>	Seite
Anhang	63
1. Die Infrastruktur der Festnetz-Gesellschaften	63
2. Soziodemographien der Besitzer: Telefonanschlüsse und -geräte	64
3. Soziodemographien nach Höhe der Telefonrechnung	65
4. Soziodemographien der Besitzer: Telekommunikations- und Bürogeräte	66
5. Soziodemographien der Anschaffungsplaner: Telekommunikations- und Bürogeräte	67
6. Soziodemographien der Besitzer: PCs und Zubehör	68
7. Soziodemographien der Anschaffungsplaner: PCs und Zubehör	69
8. Soziodemographien der Nutzer und Anschaffungsplaner: Online-Dienste und E-Mail	70
9. Werbebegriffe im Internet	71
Index	73