

## Press release

*Loren Motiani*  
*Marketing & Communications*  
*Tel: +352 451 452 434*  
*Email: lupress@deloitte.lu*

### **Deloitte 2015 TMT Predictions The future of smartphones, mobile payments, internet of things and technological innovation**

According to the 14<sup>th</sup> edition of Technology, Media & Telecommunications (TMT) Predictions, a report by Deloitte Touche Tohmatsu Limited (Deloitte Global), in-store smartphone purchases worldwide will increase by more than 1,000% compared to last year. While the mobile wallet will not replace the traditional wallet yet, 2015 will be a tipping point towards wider consumer adoption of in-store smartphone payments. Other key points of this year's publication indicate that print books will continue to dominate the publishing industry and that 2015 will be the year where organisations will be ahead of consumers for adoption of new technologies such as 3D printing, Internet of Things (IoT) and drones.

As opposed to previous industry predictions around the smartphone reaching a plateau, analysis show that there will be one billion upgrades in 2015, signaling that the market has not yet matured or stagnated.

*“With the growing interest in using smartphones as a mobile wallet, we predict that 2015 will be the turning point in which all mainstream mobile requirements will be addressed, moving forward with simpler and more user-friendly secured payment options in place.”* said Georges Kioes, Technology, Media and Telecommunications Leader, Deloitte Luxembourg.

#### **Organisations back in the lead of innovative technology**

In 2014, consumer interest in innovative Information Technology (IT) products were on the decline for the first time in years, with a moderate interest of users in wearable technology. Organisations, on the other hand, have been showing a growing interest in new products, e.g. 3D printing, drones and IoT, adapting these to business needs.

Additional highlights and details of this year's TMT predictions to impact the marketplace in 2015 include:

#### **Technology**

- **The end of the consumerisation of IT?** In 2015, the pendulum of technology adoption will begin to swing back to the enterprise market, reversing a decade long trend that went the other way – when mass adoption of technologies like large screen smartphones and tablets started with consumer adoption first.
- **The Internet of things really is things, not people** – In 2015, over 60% of the one billion global wireless IoT devices will be bought, paid for and used by enterprises - despite media focus on consumers controlling their thermostats, lights and appliances (ranging from washing machines to tea kettles). The IoT-specific hardware is predicted to be worth around €8.5 billion (US\$10 billion).

- **Drones: high-profile and niche** – In 2015, drones will have multiple industrial and civil government applications. Deloitte Global predicts sales of non-military drones (Unmanned Aerial Vehicles or UAVs), to be about 300,000 units, driving the installed base to over a million. Although consumers or prosumers will buy the majority, most of the real value will come from enterprise use.
- **3D printing: a revolution?** - In 2015, nearly 220,000 3D printers will be sold worldwide, but it is unlikely that there will be a ‘factory in every home’. Deloitte Global estimates about 80% of the value of all 3D printers will be for companies instead of consumers, meaning the real revolution will be in the enterprise market.
- **Smartphone batteries: better but no breakthrough** – Longer battery life is likely to remain a key factor for consumers choosing their next smartphone. The rechargeable, lithium ion (Li-Ion) battery technology used in all smartphones will improve only modestly in 2015, with no more than 5% greater unit charge or milliampere hours (mAh) compared to a 2014 model of the same dimensions and voltage.
- **Click and collect booms: a boom for the consumer, a challenge for retailers** – The number of click and collect locations in Europe will reach half a million in 2015, a 20% increase on the previous year. Click and collect provides shoppers with the option to pick up items purchased online from locations such as a special section in a store, a shopping mall, or a secure locker located in a transit station.

## Media

- **Short form video: a future, but not *the* future, of television** - The total time spent watching online short-form video clips and other programming of less than 20 minutes in length, will represent less than 3% of all videos seen in the year globally. Deloitte Global does not expect short-form online content to usurp long-form traditional television. It is a future, but not the future, of screen-based entertainment and the publication predicts it is unlikely ever to be the predominant video format, as measured by hours watched or revenues.
- **The ‘generation that won’t spend’ is spending on TMT** – North American Millennials will lead the way in 2015 and spend an average of around €35 (US\$750) per person for content, both traditional and digital. What are Millennials spending on? Pay TV, music, computer games, books, live sports, streaming video and even print newspapers.
- **Print is not dead, at least for print books** – Sales from print books will be five times the sales of eBooks. eBooks have not substituted print books in the same way that sales of CDs, print newspapers and magazines have declined. Young people (age 18-34) are as attached to print books as their elders, read at about the same rate than older demographics, and they are willing to pay for them.

## Telecommunication

- **Contactless mobile payments (finally) gain momentum** - The end of 2015 will mark the tipping point for the use of mobile phones for in-store payments around the world. It will be the first year in which the multiple prerequisites for mainstream adoption – satisfying financial institutions, merchants, consumers and device vendors – have been sufficiently addressed. In 2015, about 10% of the base of smartphones worldwide will be used to make an in-store payment at least once a month, compared to less than half a percent (led by early adopters in Japan) of about 450 million smartphones in mid-2014.
- **For the first time, the smartphone upgrade market will exceed one billion.** 1.35 billion smartphones will sell worldwide in 2015, but over a billion of them will be upgrades – new phones for those who already have one. The upgrade cycle may be lengthening, but screen size, speed, storage, software and design will continue to drive growth for smartphone refreshes.

- **The connectivity chasm deepens as gigabit Internet adoption rockets** – Globally, the number of homes with broadband Internet will grow by about 2% to 725 million, and average broadband speeds in most countries will increase by 20%. The gap between those with access to the fastest broadband speeds and those on basic speeds will continue to widen in 2015, providing a varied experience from home to home, especially for high bandwidth applications like streaming video.

Deloitte's annual Global TMT Predictions provides a 12-18 month outlook on key trends in the technology, media and telecommunications industry worldwide. Full details about the global TMT Predictions are available at: <http://www.deloitte.com/lu/tmtpredictions2015>

### **About the Deloitte Global TMT Predictions**

The TMT Predictions are based on worldwide research supported by in-depth interviews and input from Deloitte member firm clients, Deloitte alumni, its industry analysts, leading TMT executives, and thousands of Deloitte member firm TMT practitioners across its global network. The focus of Predictions varies from year-to-year, but one theme appears constant: the impact of TMT on our behavior steadily deepens.

## **Deloitte 2015 TMT Predictions**

### **L'avenir des smartphones, des paiements mobiles, de l'Internet des objets et de l'innovation technologique**

Selon la 14<sup>e</sup> édition du rapport « *Technology, Media & Telecommunications (TMT) Predictions* » publié par Deloitte Touche Tohmatsu Limited (Deloitte Global), les paiements mobiles en magasin vont augmenter de plus de 1000 % à travers le monde par rapport à l'année dernière. Même si le portefeuille mobile ne viendra pas encore sonner le glas du portefeuille traditionnel, l'année 2015 marquera un tournant majeur vers la démocratisation des paiements mobiles en magasin. Parmi les autres points à retenir de la publication de cette année, notons que les livres papier continueront de dominer le panorama de l'édition et que 2015 sera l'année où les entreprises prendront de l'avance sur les consommateurs dans l'adoption de nouvelles technologies telles que l'impression 3D, l'Internet des objets ou encore les drones.

Contrairement aux prévisions précédentes concernant la stabilisation du marché du smartphone, les analyses montrent qu'un milliard de smartphones seront remplacés par une version plus moderne en 2015, ce qui démontre que le marché n'est pas encore arrivé à maturité ni en stagnation.

*« L'utilisation du smartphone en tant que portefeuille mobile suscite un intérêt tel que, selon nos prévisions, l'année 2015 marquera un tournant et toutes les exigences principales seront satisfaites, ce qui permettra d'aller de l'avant, avec des options de paiement sécurisé plus simples et plus conviviales. »* explique Georges Kioes, leader des TMT chez Deloitte Luxembourg.

#### **Les entreprises à nouveau dans le peloton de tête de l'innovation technologique**

En 2014, l'intérêt des consommateurs pour les produits innovants des technologies de l'information (TI) s'essouffait pour la première fois depuis des années, comme en témoigne l'enthousiasme mitigé des utilisateurs pour les technologies portables. Les entreprises, en revanche, ont manifesté un intérêt croissant pour de nouveaux produits tels que l'impression 3D, les drones et l'Internet des objets, en les adaptant pour satisfaire leurs besoins.

Voici une série d'autres éléments essentiels issus des prévisions TMT de cette année qui viendront modifier le marché en 2015 :

#### **La technologie**

- **La fin de la consomérisation des TI ?** En 2015, le poids de l'adoption des technologies recommencera à peser sur le marché de l'entreprise, inversant ainsi la tendance de ces dix dernières années, au cours desquelles l'adoption de masse des technologies telles que les smartphones grand écran ou les tablettes commençait par les consommateurs.
- **L'Internet des objets concerne vraiment les objets, pas les personnes** – En 2015, plus de 60 % du milliard d'appareils sans fil liés à l'Internet des objets en circulation seront achetés, payés et utilisés par des entreprises, un constat en rupture avec l'attention des médias, qui se porte essentiellement sur les consommateurs contrôlant leur thermostat, leur éclairage ou leurs appareils électroménagers (qui vont des machines à laver aux bouilloires). La valeur du matériel propre à l'Internet des objets s'établirait à environ 8,5 milliards d'euros (soit 10 milliards de dollars).
- **Les drones : des produits de niche en vogue** – En 2015, les drones auront de multiples applications industrielles, civiles et gouvernementales. Deloitte Global prévoit que les ventes de drones d'application non militaire (aussi dénommés véhicules aériens sans pilote) s'élèveront à environ 300 000 unités, pour atteindre un parc total de plus d'un million d'appareils. Bien que les consommateurs ou « prosommateurs » en achèteront la majorité, la valeur réelle viendra essentiellement de leur utilisation par les entreprises.
- **L'impression 3D : une révolution ?** - En 2015, près de 220 000 imprimantes 3D seront vendues dans le monde. Il est toutefois peu probable de voir chaque ménage s'en équiper. Deloitte Global estime qu'environ 80 % de la valeur de l'ensemble des

imprimantes 3D viendra des entreprises et non des consommateurs, ce qui démontre bien que la véritable révolution aura lieu sur le marché de l'entreprise.

- **Les batteries de smartphones : une avancée, mais pas une percée** – À l'heure de choisir leur nouveau smartphone, il semble que l'autonomie accrue de la batterie restera un facteur déterminant pour les consommateurs. La technologie rechargeable lithium ion (Li-Ion) utilisée dans tous les smartphones ne connaîtra que de modestes améliorations en 2015. En effet, on ne comptera pas plus de 5 % d'unités de charge ou milliampères/heure supplémentaires par rapport à un modèle 2014 de mêmes dimensions et tension.
- **L'essor fulgurant du *Click & Collect* : un bond pour le consommateur, un défi pour les détaillants** – En Europe, les points *Click & Collect* seront au nombre d'un demi-million en 2015, soit une augmentation de 20 % par rapport à l'année précédente. Ce système permet aux clients d'aller chercher leurs achats effectués en ligne dans des espaces destinés à cet effet dans les magasins, les centres commerciaux ou à la consigne sécurisée d'une gare ou d'une station de transport en commun.

### Les médias

- **Les vidéos de courte durée : une des perspectives d'avenir de la télévision** - Le visionnage en ligne de clips vidéo de courte durée ou d'autres programmes de moins de 20 minutes représentera moins de 3 % de l'ensemble des vidéos visionnées dans le monde sur toute l'année. Deloitte Global ne prévoit pas que le contenu en ligne, de courte durée, vienne remplacer le traditionnel format longue durée de la télévision. Il s'agit d'une perspective d'avenir parmi d'autres du divertissement audiovisuel et selon la publication, il est peu probable que ce format détrône un jour le format vidéo prédominant, tel qu'il est évalué en heures visionnées ou en parts de marché.
- **« La génération qui ne veut pas dépenser » consomme dans le secteur des TMT** – En 2015, la génération Y du continent nord-américain ouvrira la voie en dépensant en moyenne 635 € par personne (soit 750 US\$) en contenu à la fois traditionnel et numérique. Sur quoi se portent leurs choix ? La télévision payante, la musique, les jeux vidéo, les livres, les retransmissions sportives, les vidéos en streaming et même la presse papier.
- **Le papier n'est pas mort, du moins pour les livres** – Les ventes de livres papier vont être cinq fois supérieures à celles des livres électroniques. Ces derniers n'ont donc pas détrôné les livres imprimés, qui n'ont pas connu le même déclin que les CD, les journaux et les magazines. Les jeunes de 18 à 34 ans sont tout aussi attachés que leurs aînés à l'édition papier, ils lisent autant que les anciennes générations et sont prêts à payer leurs livres.

### Les télécommunications

- **Les paiements mobiles sans contact gagnent (enfin) du terrain** - La fin de l'année 2015 marquera un tournant dans l'utilisation des smartphones pour les paiements en magasin dans le monde entier. Ce sera la première année où les multiples exigences en vue d'une adoption généralisée seront suffisamment satisfaites aux yeux des institutions financières, des commerçants, des consommateurs et des fournisseurs d'appareils. En 2015, environ 10 % de la base des smartphones utilisés dans le monde serviront à effectuer un paiement en magasin au moins une fois par mois, par rapport aux moins de 0,5 % (dus aux adeptes japonais de la première heure) des 450 millions de smartphones au milieu de l'année 2014.
- **C'est une première : le marché des nouveaux smartphones va dépasser le milliard.** 1,35 milliard de smartphones se vendront dans le monde en 2015, mais pour un milliard d'entre eux, il s'agira de nouveaux téléphones destinés à ceux qui en possèdent déjà un. Le cycle de remplacement est certes de plus en plus long, mais la taille de l'écran, la vitesse, les capacités de stockage, les logiciels et le design continueront à stimuler l'amélioration des smartphones.
- **L'écart de connectivité se creuse à mesure que l'adoption de l'Internet haut débit grimpe en flèche** – À l'échelle mondiale, le nombre de foyers disposant d'une connexion Internet haut débit va augmenter d'environ 2 % pour atteindre 725 millions

et la vitesse moyenne de la connexion progressera de 20 % dans la plupart des pays. L'écart entre ceux qui ont accès aux connexions à Internet les plus rapides et ceux qui n'ont accès qu'aux connexions de base va continuer à se creuser en 2015, ce qui fournira des services distincts selon les foyers, notamment pour les applications haut débit comme la vidéo en streaming

Les *TMT Predictions* annuelles de Deloitte fournissent un aperçu sur 12 à 18 mois des tendances majeures du secteur des technologies, des médias et des télécommunications à travers le monde. Pour plus de détails sur ces prévisions :

<http://www.deloitte.com/lu/tmtpredictions2015>

### **Concernant les Deloitte Global TMT Predictions**

Les *TMT Predictions* se fondent sur des recherches mondiales, étayées par des entretiens approfondis et des contributions de clients de Deloitte, d'anciens partenaires, de spécialistes du secteur, de cadres des TMT et de milliers de professionnels du secteur TMT à travers le réseau mondial de Deloitte. Le thème principal des prévisions varie chaque année, mais le thème suivant demeure récurrent : l'impact des TMT sur notre comportement continue de se faire sentir.

## **Deloitte's TMT-Prognosen für 2015**

### **Die Zukunft von Smartphones, mobilen Zahlungen, des Internets der Dinge und technischen Innovationen**

Gemäß der 14. Ausgabe der *Technology, Media & Telecommunications (TMT) Predictions*, einem jährlich von Deloitte Touche Tohmatsu Limited (Deloitte Global) herausgegebenen Bericht, werden Käufe mit dem Smartphone weltweit um mehr als 1.000% gegenüber dem Vorjahr zunehmen. Auch wenn das mobile Portemonnaie die traditionelle Geldbörse noch nicht komplett ersetzt, wird 2015 ein Meilenstein bezüglich der Konsumentenakzeptanz für das Bezahlen mit dem Smartphone im Einzelhandel. Aus weiteren wesentlichen Punkten der diesjährigen Ausgabe geht hervor, dass das gedruckte Buch nach wie vor die Verlagswelt dominieren wird. Zudem ist 2015 das Jahr, in dem Unternehmen den Konsumenten bezüglich neuer Technologien wie 3D-Druck, Internet der Dinge (Internet of Things, IoT) oder Drohnen weit voraus sein werden.

Im Gegensatz zu bisherigen Vorhersagen aus der Branche, Smartphone-Verkäufe würden einen Höchststand erreichen, zeigt die Analyse, dass es 2015 mehr als eine Milliarde Aufrüstungen geben wird – ein Hinweis darauf, dass noch keine Marktreife oder Stagnation eingetreten ist.

*„Angesichts des wachsenden Interesses, das Smartphone als ein mobiles Portemonnaie zu verwenden, prognostizieren wir einen Wendepunkt, insofern, dass 2015 erstmals alle herkömmlichen mobilen Anforderungen bezüglich Sicherheit und Nutzerfreundlichkeit für das Bezahlen mit Smartphones erfüllt sein werden.“* so Georges Kioes, Technology, Media and Telecommunications Leader, Deloitte Luxemburg.

#### **Unternehmen bei innovativen Technologien wieder ganz vorne**

Erstmals seit Jahren ging 2014 das Interesse der Verbraucher an innovativen IT-Produkten zurück, bei gleichzeitig mäßigem Nutzerinteresse an tragbaren Technologien (*Wearable Technologies*). Dagegen zeigten Unternehmen ein wachsendes Interesse an neuen Produkten, wie z.B. 3D-Druck, Drohnen und Internet der Dinge, die sie an ihre Geschäftsbedürfnisse anpassten.

Weitere Highlights und Details der diesjährigen TMT-Prognosen mit Marktauswirkung für 2015 beinhalten:

#### **Technologie**

- **Das Ende der „Consumerisation of IT“?** Das Pendel der Anwendung neuer Technologien schwingt 2015 auf den Unternehmensmarkt zurück und kehrt damit einen zehnjährigen Trend um, der in die entgegengesetzte Richtung ging, als die Massenanzahl von Technologien, wie beispielsweise Smartphones mit großem Display und Tablets, zunächst auf große Akzeptanz bei den Verbrauchern stieß.
- **Das Internet der Dinge dreht sich wirklich um Dinge und nicht um Menschen** – 2015 werden über 60% der eine Milliarde kabellosen IoT-Geräte weltweit von Unternehmen gekauft, bezahlt und benutzt – trotz des Medienfokus auf Konsumenten, die ihre Thermostate, Lampen und Geräte (von Waschmaschinen bis hin zu Wasserkesseln) mobil steuern. Die IoT-spezifische Hardware wird voraussichtlich rund 8,5 Milliarden Euro (10 Mrd. USD) ausmachen.
- **Drohnen: ein Nischenprodukt** – 2015 werden Drohnen zahlreiche industrielle und zivile Anwendungen finden. Deloitte Global schätzt, dass etwa 300.000 nichtmilitärische Drohnen (auch unbemannte Luftfahrzeuge bzw. UAVs für *Unmanned Aerial Vehicles*) verkauft werden. Dadurch steigt der Bestand auf über eine Million Geräte an. Obwohl diese vor allem von Konsumenten oder Prosumern gekauft werden, wird der effektive Wert hauptsächlich durch den Einsatz von Unternehmen generiert.
- **3D-Druck ist eine unerwartete Revolution** – 2015 werden weltweit nahezu 220.000 3D-Drucker verkauft. Unwahrscheinlich ist jedoch, dass dadurch auch in jedem Haushalt eine ‚Fabrik‘ entsteht. Deloitte Global geht davon aus, dass der Wert aller 3D-Drucker zu etwa 80 Prozent Unternehmen und nicht Konsumenten zuzuschreiben

ist. Die echte Revolution wird demzufolge auf dem Unternehmensmarkt stattfinden.

- **Smartphone-Akkus: besser, aber kein Durchbruch** – Längere Akkulaufzeiten dürfte für die Verbraucher bei der Wahl ihres nächsten Smartphones nach wie vor ein wesentlicher Faktor sein. Die wiederaufladbare Lithium-Ionen-Technologie (Li-Ion), die in allen Smartphones zum Einsatz kommt, wird sich 2015 mit einer Steigerung der Ladeinheit bzw. Milliampere-Stunden (mAh) von höchstens 5% gegenüber einem 2014er Modell mit denselben Abmessungen und derselben Spannung nur leicht verbessern.
- **Click and Collect-Booms: ein Boom für den Verbraucher, eine Herausforderung für den Einzelhandel** – Die Anzahl der *Click and Collect*-Verkaufsstellen in Europa wird 2015 auf eine halbe Million ansteigen, das entspricht einem Zuwachs von 20% gegenüber dem Vorjahr. *Click and Collect*-Anbieter bieten ihren Kunden die Möglichkeit, online erworbene Artikel an Standorten abzuholen, beispielsweise in einer speziellen Abteilung eines Geschäfts, eines Einkaufszentrums oder einem sicheren Schließfach eines Durchgangsbahnhofs.

### Medien

- **Kurzformatige Videos haben Zukunft, aber nicht die Zukunft wie das Fernsehen**  
Die Gesamtzeit, die für das Betrachten kurzformatiger Videos und sonstiger Programme von weniger als 20 Minuten Länge online aufgewendet wird, macht weniger als 3% aller Videos aus, die jährlich weltweit angesehen werden. Deloitte Global geht nicht davon aus, dass kurzformatige Online-Inhalte das traditionelle langformatige Fernsehen verdrängen werden. Display-basierte Unterhaltung hat Zukunft, aber nicht die Zukunft. Laut der Studie ist es unwahrscheinlich, dass sie, gemessen an Betrachtungszeit oder Einkommen, jemals das vorherrschende Videoformat sein wird.
- **Die „Generation, die nichts ausgibt“, gibt Geld für Technik, Medien und Telekommunikation aus** – Nordamerikanische „Millennials“, die Generation der jungen Erwachsenen zwischen 18 und 30 Jahren, werden 2015 vorangehen und durchschnittlich etwa 635 € (750 USD) pro Person für traditionelle und digitale Inhalte ausgeben. Für was geben Millennials Geld aus? Pay-TV, Musik, Computerspiele, Bücher, Sportübertragungen, Video-Streaming und auch für gedruckte Zeitungen.
- **Print lebt im Buchdruck** – 2015 wird der Umsatz der gedruckten Bücher fünf Mal so hoch sein wie der von eBooks. eBooks haben gedruckte Bücher nicht in der Weise ersetzt, wie der rückläufige Absatz von CDs, gedruckten Zeitungen und Magazinen durch elektronische Medien. Jüngere Menschen (18-34 Jahre) legen nicht nur genauso viel Wert auf gedruckte Bücher wie ältere Jahrgänge, sondern lesen auch etwa gleich viel und sind nach wie vor bereit, dafür zu zahlen.

### Telekommunikation

- **Bargeldloses Bezahlen mit Smartphones nimmt zu** – Ende 2015 wird der Wendepunkt für das Bezahlen mit Smartphones im Handel auf der ganzen Welt. Erstmals werden die multiplen Voraussetzungen für eine allgemeine Akzeptanz erfüllt sein, d.h. den Anforderungen von Kreditinstituten, des Einzelhandels, von Verbrauchern und Geräteanbietern ausreichend genügen. Etwa 10% des weltweiten Smartphone-Bestands werden 2015 mindestens ein Mal pro Monat zum Bezahlen im Einzelhandel verwendet. Mitte 2014 wurden im Vergleich weniger als ein halbes Prozent von etwa 450 Millionen Smartphones (angeführt von frühen Nutzern in Japan) zu diesem Zweck benutzt.
- **Erstmals übersteigt der Upgrade-Markt für Smartphones die Marke von einer Milliarde** – 1,35 Milliarden Smartphones werden 2015 weltweit verkauft, aber mehr als eine Milliarde von ihnen werden technisch verbesserte Editionen bereits vorhandener Modelle sein – neue Mobiltelefone für diejenigen, die bereits eins besitzen. Dieser Upgrade-Zyklus könnte länger anhalten. Aspekte wie Displaygröße,



Geschwindigkeit, Speicherkapazität, Software und Design werden dabei weiterhin die zentrale Rolle für die Nachfrage nach Smartphone-Aktualisierungen spielen.

- **Die digitale Kluft nimmt zu, da die Verbreitung des Gigabit-Internets nach oben schnell** – Weltweit steigt die Zahl der Haushalte mit Breitband-Internet um etwa 2% auf 725 Millionen, und die durchschnittliche Breitbandgeschwindigkeit in den meisten Ländern verbessert sich um 20%. Die Kluft zwischen Haushalten mit Zugriff auf die schnellste Breitbandgeschwindigkeit und denen mit Grundgeschwindigkeit wird sich 2015 weiter vergrößern und disperse, sich von Haus zu Haus unterscheidende Erfahrungen ermöglichen, insbesondere bei Anwendungen, die eine hohe Bandbreite erfordern, wie z.B. beim Video-Streaming.

Der jährlich von Deloitte herausgegebene Bericht *Global TMT Predictions* ist eine 12- bis 18-monatige Prognose wichtiger Trends in der Technologie-, Medien- und Telekommunikations- (TMT) Industrie weltweit. Näheres zu den weltweiten *TMT-Predictions* finden Sie unter: <http://www.deloitte.com/lu/tmtpredictions2015>

### **Über die Deloitte Studie *TMT Predictions***

Die TMT-Prognosen basieren auf internationalen Forschungsarbeiten, gestützt durch ausführliche Interviews und Beiträge von Kunden der Deloitte Mitgliedsfirmen, ehemaligen Mitarbeitern, Branchenanalysten, TMT-Führungskräften sowie Tausenden TMT-Experten des globalen Netzwerks der Deloitte Mitgliedsfirmen. Der Fokus der Prognosen ändert sich von Jahr zu Jahr, doch eines bleibt gleich: Technologie, Medien und Telekommunikation prägen zunehmend unser Leben und Verhalten.

**About Deloitte**

“Deloitte” is the brand under which tens of thousands of dedicated professionals in independent firms throughout the world collaborate to provide audit, consulting, financial advisory, risk management, and tax services to selected clients. These firms are members of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), a UK private company limited by guarantee. Each member firm provides services in a particular geographic area and is subject to the laws and professional regulations of the particular country or countries in which it operates. DTTL does not itself provide services to clients. DTTL and each DTTL member firm are separate and distinct legal entities, which cannot obligate each other. DTTL and each DTTL member firm are liable only for their own acts or omissions and not those of each other. Each DTTL member firm is structured differently in accordance with national laws, regulations, customary practice, and other factors, and may secure the provision of professional services in its territory through subsidiaries, affiliates, and/or other entities.

**About Deloitte in Luxembourg**

In Luxembourg, Deloitte consists of 83 partners and over 1,600 employees and is amongst the leading professional service providers on the market. For over 60 years, Deloitte has delivered high added-value services to national and international clients. Our multidisciplinary teams consist of specialists from different sectors and guarantee harmonised quality services to our clients in their field. Deloitte General Services, société à responsabilité limitée, is an affiliate of the Luxembourg member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, one of the world's leading networks of professional services firms.