Innovative IT-Infrastruktur schafft neue Geschäftsmodelle

MICHAEL GHEZZO*

Flexibel auf Marktanforderungen zu reagieren kann entscheidend sein um im Wettbewerb zu überleben – aber die IT-Infrastruktur muss dabei mitspielen können. Peter Nussbaumer ist Geschäftsführer der I-New CS und entwickelt Lösungen, um neue Services schnell zu implementieren ohne bestehende Systeme anzutasten.

WIEN – Die Mobilfunkbranche ist intensiv von IT abhängig. Die bestehenden Strukturen sind weitgehend historisch gewachsen und werden fast ausschließlich von einigen wenigen, globalen Ausrüstern bedient. Aufgrund ihrer monolithischen Bauweisen sind diese Infrastrukturen extrem unflexibel und träge im Vergleich zur Entwicklung in der modernen IT. Neue Services und Funktionen benötigen viel Zeit, Investitionskapital und sind aufgrund langer Return of Investments ausschließlich auf die breite Masse ausgelegt. Produktinnovationen, die spezifische Markt- und Kundensegmente bedienen, sind beinahe ausgeschlossen.

Auch wenn monolithische Infrastrukturen nicht schnell migriert werden können, müssen Unternehmen die Flexibilität schaffen, um kurzfristig auf Kundenbedürfnisse zu reagieren.

Dabei ist kaum eine Branche so wettbewerbsintensiv wie Mobilfunk. Die Tarife und Nutzungsentgelte für klassische Telekommunikationsservices (Sprache, Messaging, Daten) sinken unaufhaltsam und damit die Erträge der Telekombetreiber, die sich gezwungen sehen, die Investitionen zu verringern und die Lieferanten in die Pflicht zu nehmen – die daraus resultierenden Effekte sind aber nicht nachhaltig. Branchenkenner Peter Nussbaumer, CEO des Netzwerkspezialisten I-New, sieht zwei Wege, wie die Mobilfunkbetreiber sich dieser Situation stellen können: Durch eine Segmentierung des Marktes (Kundensegmente, Branchensegmente) – durch die Spezialisierung auf schmälere Kundengruppen und der Einführung von angepassten Services kann die Qualität, Brauchbarkeit und Vielfältigkeit der Services gehoben und die Ausgaben pro Subscriber gesteigert werden.

Der zweite Weg bestehe in Kooperationen mit Handel, Mineralölfirmen, Banken und weiteren – der so genannte Telco-2.0-Standard fokussiert auf die Verbesserung der Kundenbeziehung von Dienstleistern und Handel von Nicht-Telko-Betrieben durch Loyalitätsprogramme, um das Kerngeschäft dieser Firmen durch den Zugang zum Mobilkunden zu steigern. Der klassische Handel wird virtueller Mobilbetreiber, um seine Kunden durch neue Services und Bonus/Loyalitätsaktionen stärker an sich zu binden und gezielter bewerben zu können (Mobile Advertising).

BREMSKLOTZ BESTEHENDE INFRASTRUKTUR

Doch die bestehenden IT-Systeme behindern laut Nussbaumer das erfolgreiche Etablieren innovativer, spezifisch auf Kundensegmente ausgerichteter Geschäftsmodelle: »Die meisten derzeitigen Versuche von MVNO (Mobile Virtual Network Operator) enden darin, dass sie eine Billigmarke etablierter Mobilbetreiber werden, welche den eigenen Kundenstamm kannibalisiert und somit vom klassischen Mobilfunker meist nicht unterstützt wird.«

Nussbaumers Unternehmen I-New entwickelt gemeinsam mit den Web-Spezialisten von Lemon42 Lösungen, die die bestehende Service Infrastruktur von Mobilfunkbetreibern unangetastet lässt. Lemon42 erstellt als Partner von I-New die graphischen Bedienelemente zur I-New *MVNO-in-a-Box* Plattform und zeichnet für alle Human-to-Machine Interfaces verantwortlich. Auf Enterprise Service Bus Technologie basierend wird parallel zu den bestehenden Systemen eine neue Infrastruktur aufgesetzt, die dem neuen Anbieter ein Werkzeug zur Verfügung stellt, mit dem er schnell, kostengünstig und mit echter Konvergenz Services anbieten kann, die für sein Kerngeschäft und Kundensegment maßgeschneidert sind.

Auf dem Mobility Summit Austria am 15. Juni 2010 zeigen Anbieter wie A1, Motorola, Mobit, iLogs, Datamax-O´Neil, Dataphone und Tagnology aktuelle Praxisbeispiele zum mobilen Arbeiten. Details und Anmeldung finden Sie auf www.confare.at.

SERVICES IN ZWEI WOCHEN STATT SECHS MONATEN

Das Unternehmen kann damit schon echte Erfolgsgeschichten vorweisen: Z-Mobile im Kosovo war der erste MVNO in diesem Land. Dieser Mobilfunker kann seinen Kunden mit Abstand die meisten Services anbieten und erreicht damit die höchsten Zuwachsraten im Privatkunden- als auch Geschäftskundensektor. Neue Services werden mit einer Vorlaufzeit von zwei bis sechs Wochen auf den Markt gebracht, während der Mitbewerb sechs bis 15 Monate braucht. »Wir konnten die IT-Infrastruktur der gesamten OSS+BSS-Systeme auf ein einziges 19-Zoll-Rack reduzieren«, ist Peter Nussbaumer stolz.

Ein weiteres Beispiel ist das US-Unternehmen Pario. Auf Basis der von I-New entwickelten Infrastruktur bietet Pario als Plattform für weitere MVNO neuartige, konvergente Services auf einer multi-Mandantenplattform an und konnte in nur zwei Monaten fünf neue virtuelle Servicebetreiber gewinnen. Das System wurde in nur acht Wochen installiert und integriert und besteht aus einer kompletten Telco Core und BSS-Landschaft.

»Gerade in wettbewerbsintensiven Märkten kann innovative IT-Infrastruktur einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil bieten«, ist Peter Nussbaumer überzeugt. Auch wenn monolithische Infrastrukturen nicht von einem Tag auf den anderen migriert werden können, müssten die Unternehmen die Flexibilität schaffen, um kurzfristig auf Kundenbedürfnisse zu reagieren. Wem das gelänge, so ist Nussbaumer überzeugt, werde im Wettbewerb langfristig bestehen können. *[.]*

*Michael Ghezzo ist geschäftsführender Gesellschafter von Confare.

© I-New

I-New-Chef Peter Nussbaumer sieht zwei Wege, um der wachsenden Konkurrenz im Telekommunikations-Sektor zu begegnen: Mehr Kooperation sowie eine zunehmende Segmentierung des Marktes.