



Telecommunications Executive Circle Jahrestagung

**“Strategischer Ausblick auf den TK-Markt 2010/2011 -
Herausforderung und Perspektiven!“**

30. September 2009

Auf dem Podium begrüßten wir:

1. Diskussionsrunde



Dr. Sebastian Brandis,
Chief Operating
Officer,
BT (Germany)
GmbH & Co. oHG



Jan Geldmacher,
Geschäftsführer
Vodafone
Deutschland &
Vorstand Arcor AG
für das Firmen-
kundengeschäft,
Vodafone D2
GmbH



Timotheus Höttges,
Vorstand Finanzen,
Deutsche Telekom
AG



Johannes Pruchnow,
Managing Director
Business & Wholesale
Services,
Telefónica O2 Germany
GmbH & Co. oHG

2. Diskussionsrunde



Harald Rösch,
Vorsitzender der
Geschäftsführung,
Kabel Baden-Württemberg
GmbH & Co. KG



Heikki Tarvainen,
General Manager/
Geschäftsführer - Nokia
Sales Unit Germany,
Nokia GmbH



Dr. Arno Wilfert,
Partner im Bereich
Transactions Services,
PricewaterhouseCoopers AG

1. Diskussionsrunde

Moderation: Prof. Dr. Jens Böcker

- Kunden brauchen in Zukunft vor allem hohe Bandbreiten. Die Applikationen „wachsen“ mit und werden die zukünftigen Bandbreiten ausnutzen. Voraussetzung ist eine leistungsfähige Infrastruktur.
- Im TK-Markt existiert ein ökonomisches Dilemma: hoher Preisdruck und hohe anstehende Investitionen in Infrastruktur. Investitionen in Infrastruktur müssen sich lohnen. Aufgabe der Regulierung ist es, hierfür günstige Rahmenbedingungen zu schaffen.
- Um die anstehenden Investitionen zu meistern, zeichnen sich zahlreiche Partnerschaften ab. Open Access ist bereits Realität. Infrastrukturbetreiber kooperieren und investieren gemeinsam.
- Die zentrale Herausforderung der TK-Anbieter ist es, digital vorliegende Inhalte verfügbar zu machen. Der Wettbewerb sollte sich in der Leistung, nicht im Preis widerspiegeln!
- Das Kerngeschäft des TK-Marktes muss aktiv verteidigt werden. Darüber hinaus bieten sich folgende Wachstumsfelder an: mobile data, machine-to-machine, konvergente Produkte. Telcos können einen Teil des IT-Marktes mit eigenen Lösungen gut adressieren. Voraussetzung ist die Zusammenarbeit mit geeigneten Partnern.
- Geschäftskunden akzeptieren zunehmend managed services. Diese entwickeln sich mehr und mehr zum Standard. Aus CAPEX wird OPEX.

2. Diskussionsrunde

Moderation: Dr. Klaus Winkler

- Der Erfolg eines Geschäftsmodells ist bei relativ vergleichbaren technischen Leistungen (Commodity?) mittlerweile eher bei den „weichen“ Faktoren wie Kundenzufriedenheit Erklärbarkeit zu suchen.
- Auch das zukünftige Produktportfolio wird über Inhalte und Preis bestimmt, wobei festgestellt wurde, dass egal welche Breitbandigkeit vorhanden ist, diese immer „gefüllt“ werden wird. Damit sind Bottlenecks unvermeidbar. Um die „richtigen“ Produkte zu identifizieren geben sich die Anbieter „viel Mühe“, aber eine genaue Steuerung ist offensichtlich schwierig. „User generated Content“ wird weiter an Bedeutung steigen – die Möglichkeiten das in monetär erfolgreiche Business Modelle einzubeziehen sind aber limitiert.
- Es lohnt sich auch weiterhin beim Produktportfolio in die „Breite“ zu gehen, um so dem Kunden eine Palette zur Auswahl anzubieten. Eine Fokussierung auf einzelne Branchen oder Segmente erscheint riskant. Dabei muss klar sein, dass die Geschäftsmodelle laufend anzupassen sind.

Telecommunications Executive Circle

Ubierstraße 94

53173 Bonn

Tel.: 0228/ 9727 99 60

mail@tec-deutschland.de

Prof. Dr. Jens Böcker

Dr. Klaus Winkler