

❖ KONVERGENZ: ERDBEBEN FÜR BESTEHENDE BUSINESSMODELLE

Konvergenz führt zur Verschmelzung verschiedener Medien zu einem neuartigen fluiden Interface, bei dem nicht mehr Produkte oder Unternehmen die Grenzen der Märkte definieren, sondern einzig und allein der Kunde mit seinen spezifischen Bedürfnissen.

Treibende Faktoren

Das wirtschaftliche Umfeld wandelt sich heute mit einer atemberaubenden Geschwindigkeit, wobei sich im Zuge der Globalisierung für nationale Unternehmen plötzlich transnationale Absatzmöglichkeiten ergeben, und dies unabhängig von der Grösse eines Unternehmens. Die Zunahme des Handels, der Arbeitsteilung und der Spezialisierung führt weltweit zu höherem Wachstum und mehr Wohlstand, insbesondere in Schwellenländern. Die fallenden Kosten für Endge-

räte sowie die Miniaturisierung sind hierbei die treibenden Faktoren für die sogenannte Konvergenz der Medien. Hierbei werden bestehende Branchen kräftig durchgeschüttelt und neue schwingen sich zu Marktführern auf. Wurden im Jahr 2000 in den USA noch 23 Millionen analoge Videorekorder verkauft, so waren es 2005 gerade noch 1.4 Millionen. Dafür wurden 2005 21 Millionen DVD-Player, 4.1 Millionen Harddisk-Rekorder sowie etwa gleich viele DVD-Rekorder verkauft. Während man in den 90er-Jahren den Ausdruck Konvergenz vor allem im Zusammenhang mit der Verschmelzung von Informatik und Telekommunikation verwendete, steht diese heute vor allem für die Verschmelzung von Festnetz- und mobiler Kommunikation.

Netz- und Dienstleistungskonvergenz

Konvergenz ist heute bereits Realität in unterschiedlichsten Ausprägungen der Netzkonvergenz sowie der Konvergenz von Dienstleistungen. Netzkonvergenz bedeutet die Verschmelzung der verschiedenen Netze zu einem für Anbieter und Kunden transparenten Netz. Hierbei erfolgt die Kommunikation zwischen den Parteien unabhängig von den zugrunde liegenden Fest- oder Mobilnetzwerktechnologien. Es wird somit ein IP-Netz für alle Kommunikationsdienste aufgespannt, welches eine netzunabhängige Benutzung ermöglicht, gleichgültig ob es sich um Triple Play (Sprache, Daten,

Video) oder Quadruple Play (Sprache, Daten, Video, Mobile), um Musikdownloads auf Handys oder um Datendownloads über TV-Kabel handelt. Unterhaltung und Computer/Daten verschmelzen zunehmend zu einer Einheit. Unternehmerisch flankiert wird diese Konvergenz durch Merger z.B. von klassischen Telekommunikationsanbietern mit IT-Firmen (z.B. die BT Group, welche I2i Enterprise mit Sitz in Mumbai, Indien, kaufte) oder von Suchmaschinenbetreibern, die Contentanbieter übernehmen (wie z.B. Google, welches das Videoportal YouTube übernahm).

Dienste, die vorher nur in einer bestimmten Wertschöpfungskette verfügbar waren, besetzen durch die Konvergenz parallele neue Wertschöpfungsketten. So werden SMS für das Festnetz verfügbar; Fernsehkanäle werden auf dem Laptop und Handset nutzbar und die Telefonie bewegt sich dank VoIP vom klassischen Festnetz oder Mobilnetz hin zu unterschiedlichsten Datennetzen.

Konvergenz der Medien

Im Besonderen zeigt sich die Medienkonvergenz bei der VoIP-Telefonie. Von den rund 5'800 Millionen in der Schweiz hergestellten Verbindungen wurden schon im ersten Jahr der Erfassung rund 45 Millionen über einen VoIP-Zugang hergestellt. Auch wurden die Kommunikationsdienste deutlich erweitert, d.h. es werden heute mehrere Dienste pro Kanal angeboten (z.B. Sprache, Daten und SMS auf dem Festnetz; z.B. Sprache, Daten, SMS, MMS, Videoanrufe und TV auf den Mobilnetzen).

Dank diesen Marktbewegungen sind diverse Konvergenzbereiche heute im Gespräch oder bereits als Angebot verfügbar. Dazu zählen Angebote im PBX-Bereich (Soft PBX, Hybridlösungen), IP-Te-



Dr. ing. Artur P. Schmidt
Geschäftsführer
Unternehmercockpit
www.unternehmercockpit.com

Grundlegende Paradigmenwechsel

Telefone, PC, TV-Geräte	Multifunktionale Endgeräte mitchnittstellen
Sprache dominiert Netze	Daten und interaktives Multimedia dominieren die Netze
Proprietäre Spezialnetze	Vollkommen offene interoperable Netze
Internet und öffentliches Netz getrennt	Ein globales Netz der Netze
Spezialisierte und inkompatible Anwendungen	Offene Anwendungen an jedem Endgerät und Ort
Hohe Gebühren für den Fernverkehr	Entfernungsunabhängige Tarife

Die Konvergenz wird die Spielregeln in der gesamten Wirtschaft neu definieren

lefonieangebote für Private und Firmen wie z.B. Digitalphone, Streaming von TV und Radio. Hierbei werden klassische Anbieter wie die Swisscom, die ihre Kunden jahrelang durch überhöhte Gebühren geärgert haben, ihre Geschäftsmodelle völlig umkrempeln müssen, während neue Anbieter wie Voipstunt oder Skype die Konvergenz für die Eroberung der Weltmärkte nutzen können und ohne hohe Kosten in Rekordzeit eine Vielzahl neuer Kunden gewinnen können. Weitere Entwicklungen sind Dual Mode Handys, wobei die Telefone in der Firma oder zuhause über WLAN und ausserhalb über das öffentliche Mobilnetz funktionieren. Zukünftig dürfte sich das Festnetz in Richtung eines einheitlichen Anschlusstyps (Ethernet) mit grösserer Bandbreite zubewegen, der für alle Applikationen verwendet werden kann (TV, Telefonie, Internet usw.). Der Mobilbereich wird sich ebenfalls immer mehr Richtung IP entwickeln, wobei die Vielfalt der Anschlusstypen zunimmt (WiFi, WiMax, Bluetooth, GSM/HSCSD/GPRS/EDGE, UMTS/HSDPA etc).

Konvergenz bei der Datensicherheit

Doch nicht nur die Netzwerker, sondern auch die Cyberkriminellen setzen zunehmend auf Konvergenz, wie der MessageLabs Intelligence Report 2006 berichtet. Die Konvergenz von über E-Mail, Web und Instant Messaging (IM) verbreiteten Gefahren könnte in der Tat dazu führen, dass es an einem nicht zu fernen Tage zum Black Day im Internet kommen könnte.

Während früher E-Mails schädliche Inhalte noch unmittelbar als Anhang transportierten, enthalten diese heute immer mehr gefährliche Links zu Websites, die dann für den automatischen Download von Schad- oder Spionageprogrammen sorgen. Die Konvergenz der Medien wird deshalb dazu führen, dass die Zahl der Internetangriffe weiter deutlich zunehmen wird. Immer mehr Cyber-Kriminelle verlegen ihren Fokus von Virenangriffen hin zur Passwortspionage.

Fazit: Wandel der Geschäftsmodelle

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die zunehmende Digitalisierung der

Information, das Internet, IP als Übertragungstechnologie sowie die Breitbandübertragung die Konvergenz der Medien forcieren werden. Vor allem spielt die zunehmende Deregulierung im ICT-Markt und die damit verbundene Förderung der Konkurrenz eine bedeutende Rolle dafür, dass Konvergenz diesmal keine Modeerscheinung ist, sondern eine nachhaltige Veränderung hin zu fluiden Interfaces auslöst.

Einige Unternehmen werden durch die Konvergenz eine vertikale Integration anstreben, um so die Kontrolle über die ganze Kette zu gewinnen. Andere wiederum fokussieren auf horizontale Integration, um parallele Teile in der Wertschöpfungskette besetzen zu können.

Die Firma Unternehmercockpit kann durch ihre universell einsetzbare Analysesoftware I-Matrix nicht nur präzise Aktienanalysen durchführen, sondern auch die Ökonomie oder die Geschäftszahlen von Unternehmen untersuchen. Das Unternehmen zeichnet durch seine Web Application Hosting-Lösung den Weg vor, die Wertschöpfungskette von einer vertikalen Ausrichtung hin zu einer horizontalen Verschmelzung der Netzwerke, Kommunikationsdienste und Inhalte auszurichten. Diese Entwicklung hat Konsequenzen auf die Businessmodelle von Unternehmen im Allgemeinen. Die Medienkonvergenz wird folgerichtig die Spielregeln in der gesamten Wirtschaft neu definieren. Deshalb sind Allianzen und Übernahmen von und zwischen Unternehmen der vormals getrennten Sektoren Medien, Telekommunikation und Computerindustrie keine Seltenheit mehr, sondern diese werden das Alltagsbild der strategischen Neuausrichtung von Unternehmen prägen. ■