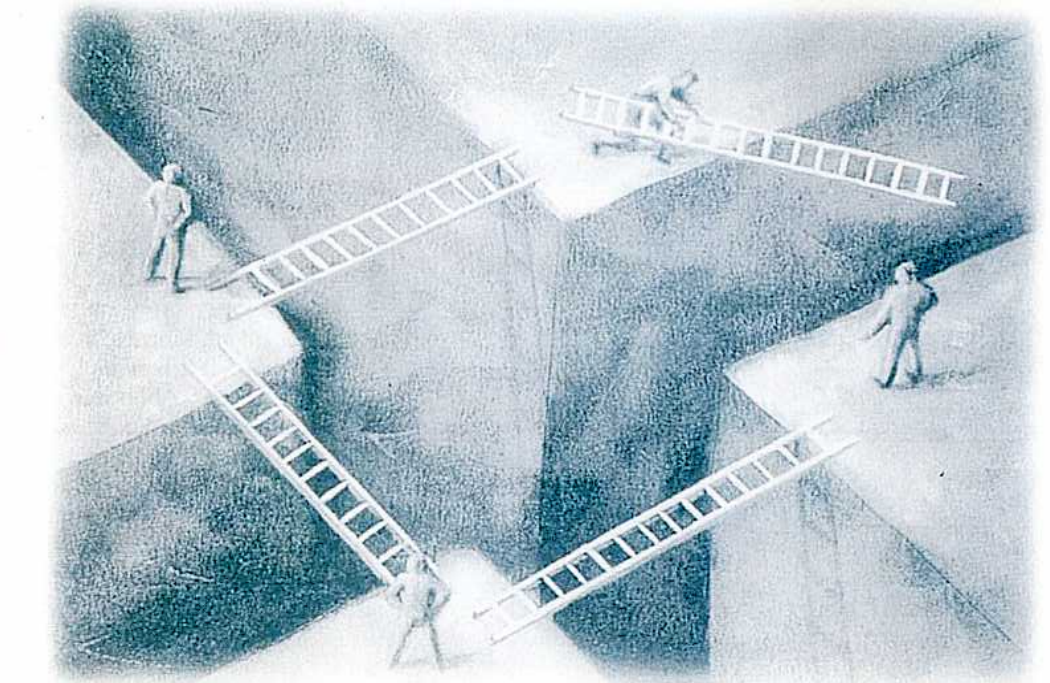


Seit der vollständigen Liberalisierung des Telekommunikationsmarktes in Deutschland sind die Telefongespräche um mehr als 70 Prozent gesunken. Aufgrund des erhöhten Gesprächsaufkommens bleibt hingegen der Umsatz in diesem Segment ungefähr auf dem Niveau von 1998. Da über die öffentlichen Telefonnetze (Analoganschluß oder ISDN-Anschluß) jedoch auch Daten günstiger übertragen werden können, sind immer mehr Betreiber öffentlicher Datenplattformen gezwungen, nach neuen lukrativen Geschäftsfeldern zu suchen. Es kann schließlich nicht angehen, daß die Übertragung einer bestimmten Menge von Daten über vermittelte Datendienste (z.B. X.25, Frame Relay, ATM, IP) oder festgeschalteten Muelleitungen bei vergleichbarer Qualität wesentlich teurer ist als über ISDN. So kommen zum Beispiel im Bereich von LAN-Kopplungen zwischen den einzelnen Standorten eines verteilten Unternehmens bereits heute zu einem großen Anteil ISDN-Wählverbindungen zum Einsatz, und zwar Ende zu Ende. Erst bei sehr großen Datenmengen, internationalen Verbindungen und höheren Qualitätsanforderungen werden öffentliche Datendienste genutzt.

Vor diesem Hintergrund ist allen Plattformbetreibern inzwischen klar, daß mit der klassischen Transportdienstleistung alleine das Überleben auf Dauer nicht zu sichern ist. Gefragt sind ergänzende Serviceleistungen sowie Kundennetzlösungen bis hin zu Serverdiensten und Content-Angeboten. Die reine Transportdienstleistung wird nach Einschätzung vieler Experten auch weiterhin einen ähnlichen Preisverfall erleiden wie die Rechnerleistung in der PC-Branche. In der vernetzten Welt von morgen werden die



Der harte Preiskampf auf dem Markt für Telefongespräche sorgt nicht nur für immer günstigere Gesprächstarife, sondern setzt auch die Anbieter von öffentlichen Datendiensten sowie Internet Service Provider zunehmend unter Druck. Gleichzeitig drängen immer mehr Anbieter auf den vielversprechenden Datenmarkt, der zweifelsohne in den kommenden Jahren die zukünftige Entwicklung beherrschen wird.

Datendienstleister-Branche im Umbruch

WERTSCHÖPFUNG IN DER DATENKOMMUNIKATION RUHT AUF TIME-KONVERGENZ

Preise für beide Basisleistungen allmählich gegen Null gehen. Zukünftig wird daher der Wettbewerb in der Datenbranche nicht mehr über den Preis ausgetragen, sondern zunehmend über die Vollständigkeit des Angebotes (z.B. internationale Anteile oder flächendeckende Einwahlzugänge) sowie ergänzende Serviceleistungen und umfassende Kundenbetreu-

ung. Ziel der Anbieter ist es, sich über Qualität, Kompetenz und Zuverlässigkeit gegenüber dem Wettbewerb zu differenzieren und eine dauerhafte Kundenbindung zu erreichen.

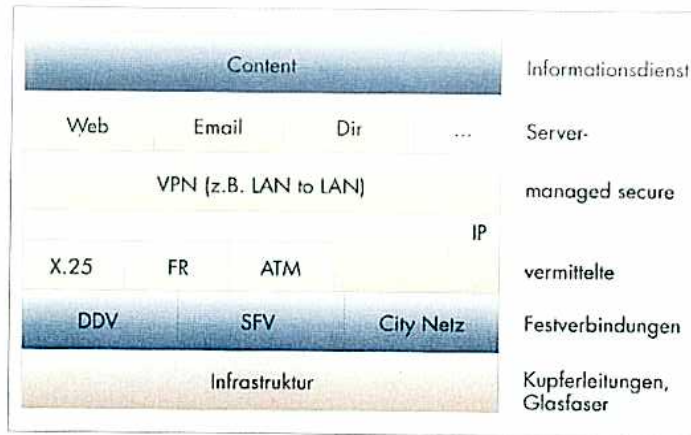
ZUSATZLEISTUNGEN ALS STANDARD

Der erste Schritt zu mehr Kundennähe ist bei allen Anbie-

tern ein umfassender Entstör-service. Hierzu gehören stets eine kompetente Hotline bzw. Störungsannahme mit geregelter Erreichbarkeit (z.B. Regelarbeitszeit oder rund um die Uhr) und eine garantierte Reaktionszeit für den Beginn der Störungsbe-arbeitung. Sofern dem Kunden spezielle Endgeräte (z.B. Router) zusammen mit der Transportleistung angeboten werden, gehören selbstverständlich auch ein zentrales Management dieser Geräte und ein geregelter Vorort-Service zu einem vollständigen Angebot.

Viele Anbieter gehen sogar mehr und mehr dazu über, Dienstverfügbarkeiten und Entstörzeiten sowie Durchsatzwerte und Delay-Größen in einem SLA (Service Level Agreement) zu garantieren und über Vertragsstrafen abzusichern. Hier steht der Anbieter natürlich in der Pflicht, die garantierten Qualitätsgrößen Monat für Monat in detaillierten Reports auch tatsächlich nachzuweisen. Hat der Kunde zudem Probleme mit bestimmten Anwendungen oder bestimmten Netzverbindungen, erhält er

Datendienstleister-Branche im Zeitalter von Konvergenz: „Zusammenspiel“ der verschiedenen „Module“



darüber hinaus weitere detaillierte Statistiken. Daneben steht ihm jederzeit ein fester Kundennetzbetreuer zur Seite, der ihn bei der Optimierung seines Netzes mit kompetenter Beratung unterstützt. Als besondere vertrauensbildende Maßnahme werden darüber hinaus Monitoring-Systeme angeboten, mit deren Hilfe der Kunde jederzeit den aktuellen Status seiner Anschlüsse und Netzelemente (z.B. Router) sowie den Bearbeitungsstatus von Störungen online mitverfolgen kann. Individuelle Tarife und eine individuell gestaltete Rechnung mit einer kostenstellenbezogenen Einzelaufstellung sowie Online-Rechnungsinformationen runden das Bild ab.

■ VOM EINZELANSCHLUSS ZUR NETZLÖSUNG

Neben diesen umfangreichen Zusatzleistungen bieten inzwischen immer mehr Dienstleister höherwertige Basisdienste, um damit eine weitergehende Wertschöpfung zu erzielen und die Kundenbindung noch weiter zu verstärken. Wurden bisher lediglich einzelne Anschlüsse vom Plattformbetreiber realisiert, so umfaßt das Produktportfolio vieler Anbieter jetzt auch sogenannte gemanagte Kundennetzlösungen (Intranet, Extranet), bei denen der Endkunde von allen Spezialaufgaben in Verbindung mit seinem Weitverkehrsnetz (WAN) befreit wird.

Der Vorteil für den Kunden: Er konzentriert sich mehr auf sein Kerngeschäft und kann Fachkräfte mit speziellem Know-how im WAN-Bereich einsparen. Der Diensteanbieter übernimmt für ihn alle Spezialaufgaben, angefangen vom Netzdesign über die Endgeräteleistik und den Rollout bis hin zur Konfi-

guration, zu dem Netzmanagement und dem Entstörservice. So finden sich immer mehr Komplettangebote für den Bereich der LAN-Kopplung sowie komplette Remote Access Services (RAS), bei denen die Netzlösung schlüsselfertig übergeben und vom Diensteanbieter vollständig betrieben wird. Die komplette Netzlösung wird „outsourced“; Spezialwissen ist nur noch beim Diensteanbieter vonnöten.

■ HIN ZUR TIME-KONVERGENZ

Der nächste logische Schritt in Richtung einer höheren Wertschöpfung sind Serverdienste, die auf den gemanagten Kundennetzlösungen aufsetzen und den Kunden von weiteren Spezialaufgaben entlasten. Hierzu zählen sowohl netznahe Serverdienste wie Firewall, Domain Name Server (DNS) oder Authentication und Policy-Management als auch anwendungsnahe Dienste wie Fax-, Email- oder Web-Server (Web-Hosting). Lösungen wie Sprach-Daten-Integration oder Unified Messaging lassen sich ebenfalls auf dieser Ebene einordnen. Mit zunehmender Verbreitung gemanagter Kundennetze über Unternehmensgrenzen hinweg, sogenannte Extranets, steigt zudem der Bedarf nach E-Commerce-Lösungen im Business zu Business-Bereich.

Der Geschäftskunde wird immer häufiger ein in jeglicher Hinsicht komplettes und voll-

ständiges Angebot erwarten und somit die Konvergenz von Telekommunikation, Informationstechnik, Multimedia und Entertainment (TIME-Märkte) noch verstärken. Dies zwingt die Anbieter von Datendiensten letztlich zu einer engen Kooperation mit Content Providern. Entgegen aller Erwartungen werden hier jedoch die Datendienstleister die zentrale Position einnehmen, sofern es ihnen gelingt, über ein entspre-

chend breit gefächertes Basisangebot, ergänzende Zusatzleistungen, Kundennetzlösungen und Serverdienste die Loyalität ihrer Kunden zu verstärken.

Der Datendienst wird nicht, wie von vielen erwartet, zum reinen Distributionskanal von Content Providern, die nach Belieben die Margen diktieren können. Vielmehr sind die vielen Content Provider zunehmend auf den dauerhaften Kundenzugang des Datendienstleisters angewiesen. Die Informationsinhalte sind für den Datendienstleister letztlich nur ein weiteres Mittel zur Stärkung der Kundenbindung und somit seiner eigenen Position.

Stefanus Römer

SIEMENS

**DirX Meta Directory –
ein
Verzeichnis
für alle!**

www.siemens.de/directory/live
oder Tel. 089/636-48878

IC Information and Communications