

## B2B-Markt im Umbruch: Telekommunikation und IT verschmelzen

B2B-Markt im Umbruch: Telekommunikation und IT verschmelzen  
Die Digitalisierung verlangt auch im Geschäftskundenbereich die Entwicklung von immer neuen Produkten und Services. Dabei geht es schon lang nicht mehr nur um Minuten, Megabytes und SMS. Telefónica wird immer mehr zum Anbieter von kompletten IT-Lösungen und neuen Angeboten, die weit über das bisher Bekannte hinausgehen.  
Der neue O2 Digital Workplace bietet Unternehmen alles aus einer Hand, was sie für das moderne Arbeiten benötigen. Seine clevere Kombination aus innovativen Cloud-Produkten und revolutionären Tarifmodellen weist den Weg in die Zukunft. Darüber unterhalten wir uns heute mit Peter Wienand, der als Vice President B2B Solutions den Geschäftskundenbereichs von Telefónica in Deutschland leitet. Seine Abteilung nahm in den vergangenen Monaten einige grundlegende Weichenstellungen vor.  
Wie wirkt sich die Revolution in der Telekommunikation auf das Geschäftskundensegment aus?  
Der B2B-Markt ist für uns Telekommunikationsanbieter extrem attraktiv, weil dort noch ein wirkliches Wachstum herrscht. Jahrelang wurden in diesem Marktsegment fast nur die bekannten Kommunikationslösungen angeboten, doch jetzt geht schon lang nicht mehr nur um diese sogenannte Connectivity. Der Telekommunikationsmarkt durchlebt eine sehr spannende Phase der Neuorientierung und des Umbruchs. Neue Techniken ermöglichen, dass Sprach- und Datenkommunikation sowie Mobilfunk und Festnetz zusammenwachsen. Außerdem gibt es immer mehr Überschneidungen zwischen der Telekommunikation und dem attraktiven Markt der Informations- und Kommunikationstechnik. Daraus ergeben sich sehr attraktive Wachstumsmöglichkeiten durch Cloud- und Software-Lösungen. Allein der für Telefónica in Deutschland adressierbare ICT-Markt verspricht Wachstumsraten von mehr als 20 Prozent pro Jahr.  
Mit welchen Herausforderungen werden Sie dabei konfrontiert?  
Wir betreten oft Neuland und müssen neue Strukturen aufbauen oder neue Konzepte entwickeln, um uns als kompetenter ICT-Partner für Geschäftskunden zu etablieren, die solche Lösungen dringend benötigen.  
Gerade der Mittelstand, der in Deutschland der Motor der Volkswirtschaft ist, steht heute vor großen Herausforderungen. Er muss die Transformation vom Industrie-Zeitalter in das Zeitalter der Digitalisierung bewältigen. Dabei sind ganz neue Kompetenzen und ganz neue Partnerschaften gefragt.  
Unsere eigene Herausforderung besteht darin, den Kunden während dieses Wandels zur Seite zu stehen und uns im wettbewerbsstarken ICT-Markt zu positionieren. Dabei haben wir es zukünftig nicht mehr nur mit den anderen Netzbetreibern zu tun. Wir werden auch mit weiteren Konkurrenten unterschiedlichster Art konfrontiert, die alle vom Potential des ICT-Marktes profitieren wollen.  
Wie unterscheiden sich dabei die Anforderungen des Mittelstandes von denen der Großunternehmen?  
So massiv sind die Unterschiede nicht. Aufgrund ihrer Organisationsstrukturen sind Großunternehmen vielleicht an der einen oder anderen Stelle in der Entscheidungsfindung bereits ein Stück weiter. Dort sind üblicherweise IT-Leiter oder der CIO unsere Ansprechpartner, die aufgrund ihrer Kompetenz meist bereits klare Vorstellungen und Strategien haben. Im Mittelstand sind Geschäftsführer oder Eigentümer unsere Gesprächspartner, die wir über praktische Anwendungsbeispiele von der steigenden Effizienz durch den Einsatz moderner Kommunikationssysteme überzeugen müssen. Darin sehe ich eine unserer Hauptaufgaben und gleichzeitig aber auch das größte Potential, neue Partner und neue Kunden zu gewinnen.  
Wie ist der Geschäftskundenmarkt momentan aufgeteilt und was streben Sie an?  
Es ist schwierig, präzise Aussagen darüber zu treffen. Doch es ist schnell erkennbar, dass wir noch mehr Potential haben. Unser Ziel ist, unseren Umsatz in den kommenden drei Jahren zu verdoppeln und den Marktanteil signifikant zu steigern. Diese Steigerung möchten wir vor allem durch organisches Wachstum realisieren.  
Mit welchen konkreten Maßnahmen wollen Sie das erreichen?  
Auf jeden Fall nicht, indem wir nur dasselbe tun wie die Wettbewerber. Wir wollen uns klar davon absetzen, indem wir neuartige Produkte präsentieren, die erfrischend anders sind. Unsere Strategie setzt darauf, Telefónica weiter als Innovationsträger und Innovationstreiber zu positionieren. Dabei wollen wir auch im B2B-Markt als die Kreativen und die Schnellen wahrgenommen werden. Ein Beispiel ist unser neues Tarifkonzept O2 Unite, das seit Anfang April verfügbar ist und in enger Kooperation mit Kunden und Partnern entwickelt wurde.  
Wie funktioniert O2 Unite und für welche Geschäftskunden ist das Angebot geeignet?  
Die Hauptzielgruppe ist der deutsche Mittelstand. Die Grundidee von O2 Unite basiert auf der Erkenntnis, dass es im Unternehmensumfeld keine homogene Telefonie gibt.  
Das Kommunikationsverhalten ist, abhängig von der Ausrichtung und Organisationsstruktur des jeweiligen Unternehmens sowie den vorhandenen Wertschöpfungsketten, sehr heterogen. In der Fertigung herrscht beispielsweise ein ganz anderes Telefonieverhalten als im Vertrieb. Warum sollten sie also dieselben Flatrates nutzen?  
Mit O2 Unite benötigen Unternehmen deshalb keine einzelnen Mobilfunkverträge für jeden Mitarbeiter mehr, stattdessen bieten wir ein Pooling-Konzept an: Die Firmen kaufen Kontingente an nationalen und internationalen Gesprächsminuten, SMS und Daten, die alle Mitarbeiter gemeinsam nutzen. Besonders ist auch: Am Monatsende werden nicht verbrauchte Einheiten in den Folgemonat übernommen und ein Monitoring-Tool zeigt jederzeit einen aktuellen Überblick über den Verbrauch des Unternehmens.  
Was unseren Ansatz einzigartig macht, ist das Verfahren, wie wir den Bedarf der Kunden analysieren und die benötigten Kontingente daraus kalkulieren. Gemeinsam mit der Uni Würzburg haben wir einen Konfigurator entwickelt, der unser jahrelanges Know-how als Netzbetreiber optimal ausnutzt. Seine Empfehlungen für das Verkaufsgespräch basieren auf der Analyse des Nutzerverhaltens von unseren mehr als 20 Millionen Kunden.  
Der Konfigurator läuft als App auf den Tablets unserer Kundenberater, die vor Ort im Dialog mit dem Kunden dessen individuellen Bedarf ermitteln. So entsteht ein komplett neues Verkaufserlebnis. Die Kundenberater können beispielsweise auch weitere Produkt- und Service-Informationen in Form von Videos oder interaktiven Präsentationen während der Verkaufsgespräche bereitstellen. Und damit haben wir nur einen ersten kleinen Teil des Potentials unseres digitalen Verkaufsansatzes ausgeschöpft.  
Auch später ist O2 Unite extrem flexibel: Wenn sich die Unternehmensgröße ändert, dann passt sich der Pool an. Weitere SIM-Karten können quasi beim Kunden in der Schublade liegen oder flexibel dazu gebucht werden. Denn die SIM-Karten haben weder eine Laufzeit noch eine Grundgebühr.  
Immer mehr Geschäftskunden setzen auf Unified Communications. Auch bei Telefónica?  
Unified Communications war unser erster wichtiger Schritt in die digitale Welt der Cloud-Lösungen. Unter dem Namen Digital Phone von O2 stellten wir Mitte des Jahres unser erstes Produkt dafür vor: eine hoch funktionale Cloud-basierte Telefonanlage für Geschäftskunden. Wir kooperieren dabei mit einem der führenden Anbieter solcher Systeme, der Firma NFON.  
Statt eine teure und unflexible Hardware-Telefonanlage zu installieren, telefonieren die Kunden einfach über die Cloud. Der Kunde bekommt eine hochmoderne Kommunikationslösung, die keine Wartung mehr benötigt, hoch flexibel ist und durch ihre automatischen Updates immer auf dem neuesten Stand der Technik bleibt. Durch die Nutzung redundanter Rechenzentren in Deutschland erreichen wir höchste Ausfallsicherheit und beste Sprachqualität.  
Auch kleinen und mittelständischen Unternehmen stehen damit Kommunikationsfunktionalitäten zur Verfügung, wie sie bisher Großkonzernen vorbehalten waren. Es gibt beispielsweise Call-Routing-Optionen - und auch Homeoffice-Mitarbeiter lassen sich ganz einfach integrieren, indem sie beispielsweise Anrufe auf ihrer Nebenstelle mit dem Handy beantworten können. Mobilfunk und Festnetz wachsen damit wieder ein Stück enger zusammen.  
Auch Collaboration wird immer wichtiger. Wie sehen die Angebote dafür aus?  
Mitte Juli haben wir unser Portfolio um den O2 Digital Workplace für Geschäftskunden erweitert. Dieses Angebot bietet alles zusammen aus einer Hand, was Unternehmen für das moderne Arbeiten benötigen: vernetztes Arbeiten mit Office 365 und Cloud-Storage von Box, Office-Telefonie mit Digital Phone, aber auch mehr Sicherheit für Smartphones und Tablets durch unser Mobile Device Management ? und das alles kombiniert mit unserem Mobilfunkangebot O2 Unite.  
Mit Office 365 lassen sich vertraute Anwendungen wie Word, Excel und PowerPoint standortübergreifend und überall auf der Welt nutzen - und durch unser Online-Content-Sharing von Box kann der Kunde immer und überall auf seine Daten zugreifen und sie mit Kollegen teilen oder gemeinsam bearbeiten.  
Begleitet wird O2 Digital Workplace von einem umfassenden Support-Paket mit Anwendungstipps und einer Service-Hotline. Ein weiterer Vorteil dieses Konzeptes: Alle Leistungen werden transparent und einfach über die O2 Rechnung bezahlt. Wir werden in Zukunft derartige Kooperationen mit namhaften Business-Partnern weiter ausbauen. Es sind bereits einige konkrete Projekte in der Planung.  
Und welchen Stellenwert hat die M2M-Kommunikation für Telefónica in Deutschland?  
Das ist einer der größten Wachstumsmärkte überhaupt. Immer mehr Geräte werden in Zukunft eigene SIM-Karten besitzen und automatisch von Machine-to-Machine (M2M) kommunizieren. Das Einsatzspektrum ist quasi grenzenlos. M2M hält in fast allen Industrien Einzug, beispielsweise auch in die Energiebranche. Telefónica hat soeben einen Vertrag mit Trianel abgeschlossen, einer der zwei großen Stadtwerke-Kooperationen in Deutschland. Im Rahmen eines Pilotprojektes werden 16.000 Stromzähler mit SIM-Karten ausgestattet. Die Energiebranche steht wie die Telekommunikationsbranche vor dem Wandel. Aufgrund einer EU-Vorgabe müssen bis 2020 etwa 80 Prozent der

Stromzähler digitalisiert werden. Die Energieunternehmen müssen ihre Geschäftsprozesse anpassen und ihre Stromnetze intelligent miteinander kommunizieren lassen." <br />Welche Branchen sind außerdem interessant?<br />"M2M ist auch der Schlüssel für viele moderne Mobilitätskonzepte. Diese automatische Kommunikation zwischen Maschinen hilft nicht nur den Verkehr am Fließen zu halten, sie macht ihn auch wirtschaftlicher und umweltfreundlicher.<br />2014 wird das Jahr des vernetzten Autos. Die neueste Ausgabe des Connected Car Industry Report, die wir Mitte Juli vorstellten, belegt das große Interesse der Fahrer an der Internet-Nutzung im Auto. So sagen beispielsweise 71 Prozent der befragten Fahrer, dass sie Connected-Car-Services bereits verwenden oder daran interessiert sind. Besonders die erhöhte Sicherheit, Frühwarnsysteme, bessere Navigation und intelligente Versicherungen werden als Vorteil genannt.<br />Tesla, einer der weltweit führenden Hersteller von Elektroautos bezieht die mobilen Internet-Zugänge für sein Tesla Model S in Europa von Telefónica und seinen Partnern aus der M2M World Alliance. In Deutschland sind wir aktuell führenden Automobilherstellern im Gespräch. Interessante Einsatzmöglichkeiten für M2M-Lösungen existieren aber auch im Flottenmanagement. Gemeinsam mit Masternaut, dem europäischen Marktführer für Fahrzeugortung und Flottenmanagement, bieten wir eine Komplettlösung an, mit der Unternehmen ihre Logistik dokumentieren, analysieren und steuern können. Damit erschließen wir nicht nur neue Potentiale für mehr Effizienz und höhere Auslastung, wir ermöglichen auch die Optimierung von Fahrwegen und damit unter anderem auch die Absenkung des Spritverbrauchs.<br />Die Anwendungsmöglichkeiten für M2M sind extrem breit gefächert und wir können Lösungen für die verschiedensten Branchen anbieten. Durch unsere internationale Unternehmensstruktur sind wir optimal aufgestellt, weltweit End-to-End-Lösungen für alle Bereiche zu liefern."<br /><br />Telefonica o2 Germany GmbH <br> Co. OHG<br />Georg-Brauchle-Ring 23-25<br />80992 München<br />Deutschland<br />Telefon: +49(0)89 2442-1201<br />Telefax: +49(0)89 2442-1209<br />URL: <http://www.telefonica.de/> <br />

## **Pressekontakt**

Telefonica o2 Germany

80992 München

[telefonica.de/](http://telefonica.de/)

## **Firmenkontakt**

Telefonica o2 Germany

80992 München

[telefonica.de/](http://telefonica.de/)

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage