

Zuverlässige Business-Software

Mit einem neuen Software-Angebot unterstützt IBM Unternehmen bei der Entwicklung innovativer Software-Produkte und Dienste sowie bei der Integration der Entwicklung in praktikable und agile Prozesse. Die Zeichen stehen auf Vereinfachung immer komplexerer Anwendungen.

Sonja Gerstl

Von der ersten Idee bis zum fertigen Produkt: Um den langen Entwicklungsprozess der Produkte erfolgreich zu bewältigen, müssen Software-Architekten und -entwickler verschiedenste Design- und Compliance-Kriterien, Industrie- und Kompatibilitätsstandards erfüllen sowie einen zuverlässigen Datenaustausch zwischen Design- und Entwicklungsteams sicherstellen. Denn angesichts immer komplexerer Produkte, die mit verschiedenen Komponenten wie anderen Anwendungen, Online-Diensten oder auch global verteilten Nutzern in Verbindung stehen, benötigen Unternehmen einen umfassenden Ansatz in Software-Design und -Entwicklung. Im wachsenden Sektor der nachhaltigen Energien beispielsweise müssen hoch entwickelte Windturbinen, Kontrollstationen, Stromerzeugungsanlagen, Stromnetze und Versorgungsunternehmen als Einheit zusammenarbeiten, um sauberen Strom an die Haushalte liefern zu können.

„Software ist der unsichtbare Faden, der smartere Produkte erst möglich macht“, erklärt Andreas

Stejskal, Direktor IBM Software Group Österreich. „Das erfordert einen bislang unbekanntem Koordinationsaufwand zwischen den Unternehmen, Partnern und Kunden über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg. Mithilfe branchenübergreifender Erfahrung, Services rund um Geschäftstransformationen und Software-Lösungen kann IBM Unternehmen bei diesen Herausforderungen unterstützen.“

Zahlreiche Erweiterungen

Unternehmen benötigen einen übergreifenden Blick auf ihre Lösungsarchitektur und IT-Infrastruktur, um Prozesse zu verbessern und unterschiedliche Szenarien zu verwalten. IBM Rational System Architect ermöglicht zudem Wirkungsanalysen, um die Auswirkungen von Veränderungen auch adäquat abschätzen zu können.

Erweiterungen von IBM Rational Doors Web Access helfen Unternehmen dabei, neue Produkt- und Projektanforderungen über eine einfache Webbrowser-Schnittstelle zu erstellen und die Erfüllung entscheidender Design-Kriterien und Vorgaben zu überprüfen. IBM Rational Software Architect for Webs-



Den Blick auf das Wesentliche gerichtet, vereinfachen neue Software-Produkte Arbeitsabläufe in Unternehmen. Foto: Photos.com

phere Software hilft Entwicklern, die bisher kaum Erfahrung mit serviceorientierten Architekturen (SOA) hatten, in kurzer Zeit SOA-Lösungen zu entwickeln, sie mit verbreiteten intelligenten Geräten zu verbinden und deren Kompatibilität sicherzustellen.

IBM Rational Software Architect ermöglicht auch Design und Entwicklung von Kommunikationsdiensten der nächsten Generation,

wie „Click-to-Call“-Eigenschaften, integrierte Sprachkommunikation, Video und Web.

Erweiterungen von IBM Rational Rhapsody steigern die Zusammenarbeit von Entwicklungs- und Qualitätssicherungsteams und verbessern damit in weiterer Folge Spezifikationen sowie die Erfassung und Dokumentation von Systemarchitektur-Designs.

www.ibm.at

1999 | 2010 11 Jahre **economyaustria.at**

bmwfi **BMW_F^a**
Bundesministerium für
Wirtschaft, Familie und Jugend



Das Special Innovation wird von der Plattform [economyaustria](http://economyaustria.at) finanziert. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei [economy](http://economy.at). Redaktion: Christian Stemberger und Sonja Gerstl

Optimierungen mit Potenzial

Wer die Prozesse im eigenen Unternehmen nicht kennt, kann sie nicht verbessern und verliert daher an Reaktionsgeschwindigkeit und Wettbewerbskraft. Die Lösung: innovative Analysetechniken à la Process Intelligence.

Sonja Gerstl

Gerade in turbulenten Konjunkturzeiten ist Agilität ein unabdingbarer Faktor für den finanziellen Erfolg eines Unternehmens. Nur wer in der Lage ist, seine Unternehmensprozesse zu vermessen, erkennt den Handlungsbedarf, um im Wettbewerb zu bestehen. Das Geschäftsprozessmanagement (Business Process Management – BPM) ist im Umfeld der Unternehmenslösungen nun keine neue Thematik. Das gilt insbesondere für SAP-Anwendungen, deren Referenzprozesse als Aris-Modelle mit der Lösung ausgeliefert werden.

Im Rahmen der kundenspezifischen Anpassungen lassen sich diese an den konkreten Prozessanforderungen eines Unternehmens ausrichten, wobei im Rahmen der Modellierung kompletter End-to-End-Prozesse aus betriebswirtschaftlicher Sicht in der Regel SAP-fremde Prozesselemente mit einbezogen werden. Die SAP-relevanten Teile werden im Anschluss für das weitere Vorgehen bis hin zur Inbetriebnahme in den SAP Solution Manager überführt.

Innovative Analysen

Im produktiven Einsatz entwickeln SAP-Anwendungen jedoch ein gewisses „Eigenleben“. Wünsche aus den Fachabteilungen und betriebliche Notwendigkeiten führen mit der Zeit dazu, dass die einst formulierten Soll-Prozessmodelle und die real „gelebten“ Geschäftsprozesse immer weiter auseinanderklaffen. Ohne die Kenntnis der Ist-Prozesse lässt sich jedoch keine belastbare Analyse der Prozessleistung etablieren. Das trifft umso

mehr auf Organisationen zu, in denen nicht einmal eine Dokumentation der angestrebten Soll-Prozesse vorliegt.

Zu mehr Klarheit kann hier ein innovatives Prozessanalyse- und Controlling-Werkzeug wie Aris PPM (Process Performance Manager) führen. Es dient in erster Linie der objektiven Messung der Kennzahlen von End-to-End-Prozessen, die eine Bewertung der Geschäftsprozesse im Hinblick auf Zeit, Kosten, Qualität und Mengen erlauben. In Erweiterung klassischer Business-Intelligence-Technologien liefert das System für jede berechnete Kennzahl die Erklärung gleich mit: Da die Ursache für Performance-Abweichungen natürlich in der Prozessausführung steckt, ist es möglich, zu jeder Kennzahl die ursächlichen Prozesse zu betrachten und Schwachstellen sofort zu identifizieren.

Realitätsnahe Prozesse

Aris PPM liefert diese Analysen, ohne dass der Soll-Prozess a priori im Detail manuell modelliert wurde. Die Technik der Process Discovery rekonstruiert aus den prozessrelevanten Daten oder Ereignissen der beteiligten Anwendungen weitgehend automatisch die Struktur der im betrieblichen Alltag tatsächlich durchgeführten Geschäftsprozesse. Dieser Rekonstruktionsprozess kann auf eine einfache Folge von Aktivitäten und Funktionen oder auf eine komplexe grafische Darstellung mit Rückwärtssprüngen, Schleifen und Verzweigungen hinauslaufen.

Um die grafischen Prozessdarstellungen zu erstellen, sind zwei Schritte nötig: Erstens müssen die



Innovative Analysetechniken ermöglichen, aus operativen Anwendungen real ablaufende Prozesse zu identifizieren. Foto: Photos.com

Ereignisse/Prozessfragmente identifiziert werden, die zur selben Prozessinstanz gehören, und zweitens müssen all diese Ereignisse in der korrekten Ablauffolge angeordnet werden. Neben der Visualisierung der Struktur jeder einzelnen Prozessinstanz ist Aris PPM zur Unterstützung der Analyse und des Controllings zusätzlich in der Lage, eine sogenannte aggregierte Prozesssicht dynamisch zu erzeugen. Damit ist das Zusammenfassen von Massenprozessen zu einem einzigen Prozessmuster gemeint.

Dieser automatisch angelegte Geschäftsprozess stellt im Grunde das durchschnittliche Verhalten der zugrunde liegenden, tatsächlich durchlaufenen Prozessinstanzen dar. Visualisierungen erlauben dem Prozessverantwortlichen, so-

fort zu erkennen, wo Probleme und Engpässe auftreten.

Kurzum: Die Visualisierung der Geschäftsprozesse wird hier nicht auf dem traditionellen manuellen Modellierungsweg entworfen. Ganz im Gegenteil: Die Modelle werden aus den im Unternehmensalltag real gelebten Prozessen durch Zusammenführung und Sortierung von Ereignissen generiert. Der Geschäftsprozessfluss lässt sich automatisch auf Prozessinstanz-Ebene bestimmen, ohne vorab das Prozessverhalten modellieren zu müssen.

Diese Kennzahlen bilden in weiterer Folge eine verlässliche Grundlage für flexible Auswertungen zu Fragen, die Unternehmer wirklich beschäftigen beziehungsweise fürs Geschäft relevant sind.

www.ids-scheer.at

In Rekordzeit startklar

Bestens informierte Mitarbeiter, die ihr Wissen flexibel und in Echtzeit an Kunden weitergeben, verschaffen Unternehmen gerade in Krisenzeiten ganz erhebliche Marktvorteile. Umso wichtiger ist es, in leistungsfähige Enterprise-Content-Management-Plattformen zu investieren.

Sonja Gerstl

In übersättigten Märkten ist die wahrgenommene Qualität der Services eines Unternehmens heutzutage die einzige Unterscheidungsmöglichkeit gegenüber dem Wettbewerb.

Umso wichtiger ist es, sämtliche Unternehmensbereiche und -prozesse zu durchleuchten, zu automatisieren und zu optimieren. Den Mitarbeitern eines Unternehmens müssen daher Werkzeuge in die Hand gegeben werden, die ihnen ermöglichen, sowohl Einsicht in strukturiert vorliegende Informationen zu einem Kunden als auch in unstrukturierte Informationen zu nehmen. Die Unterlagen müssen im Prozess auch zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort zur Ver-

fügung stehen. Vielfach ist es heute aber so, dass ein Sachbearbeiter für einen Arbeitsschritt sowohl Angaben „im Computer“ als auch auf Papier vorliegen hat – im Versicherungsbereich etwa die E-Mail mit der Meldung eines Schadens, einige Daten hierzu in einer Datenbank und den Unfallbericht auf Papier. Klar, dass hier oft eine zügige Bearbeitung nicht möglich ist – der Kunde wartet und ärgert sich.

Gefahr von Kundenverlust

Markus D. Hartbauer von SER Solutions Österreich warnt: „Wer seinen Kunden nicht in Echtzeit Auskunft geben kann, verliert diese!“ Prozessoptimierung ist ein Thema sowohl für die IT-Departments als auch für die Betriebsorganisation. Dabei können sich Unternehmen



Qualität „aus der Dose“ durch Solution Templates bringt wirtschaftliche Vorteile innerhalb kürzester Zeit. Foto: Photos.com

auf eine Reihe von Vorlagen oder Solution Templates stützen. Für unternehmens- oder abteilungsspezifische Anforderungen empfiehlt es sich, eine gemeinsame Enterprise-Content-Management-Plattform zu

implementieren, die Prozesse aller Departments verwaltet und abteilungsübergreifende Wiederverwendung von Informationen ermöglicht – zum Vorteil des Unternehmens.

www.ser.at

Treffsichere Absatzprognosen

Punktgenaue Planung spart Zeit und Kosten bei Produktion, Lagerhaltung und Beschaffung.

Mit einem Umsatz von 2,26 Mrd. Dollar (1,66 Mrd. Euro) und weltweit mehr als 11.000 Mitarbeitern in über 50 Ländern ist SAS weltweit führender Anbieter von Business-Intelligence-Lösungen und -Services, die Unternehmen befähigen, aus Geschäftsdaten wertvolles Wissen für strategische Entscheidungen zu gewinnen. Mehr als 4,5 Mio. Anwender in über 45.000 Unternehmen und Organisationen in 113 Ländern arbeiten mit Software von SAS – darunter 96 der Top 100 der Fortune-500-Unternehmen.

Mit T-Systems verbindet SAS eine langjährige Partnerschaft. Stefan Weixelbam, Head of Sales Commercial Industries, SAS Austria, erklärt: „Wir arbeiten schon

seit vielen Jahren mit T-Systems bei großen Implementierungsprojekten zusammen und hier vor allem im Bereich Risk Management. In diesem Jahr wollen wir verstärkt im Bankenbereich kooperieren. Zudem haben wir seit Kurzem eine gemeinsame Lösung anzubieten: ‚Demand Forecasting as a Service‘. Dabei nutzen wir die Kompetenz im Outsourcing sowie das Hosting-Know-how von T-Systems. SAS wiederum bringt seine Business Solutions und die Analytikkompetenz ein.“

Mit „Demand Forecasting as a Service“ werden vor allem der Industriebereich, aber auch mittelständische Unternehmen, die über keine analytische Abteilung im Haus verfügen, angesprochen. Un-



Daten statt Bauchgefühl: Auch ein künftiger Geschäftsverlauf lässt sich mit dem richtigen Werkzeug gut prognostizieren. Foto: Photos.com

ternehmen lassen mit dieser Lösung ihre Daten von SAS und T-Systems auswerten, um relevante Ergebnisse für eine bessere Planung ihrer Absatzmengen zu bekommen. Berücksichtigt werden dabei sowohl

die frühere Absatzmenge als auch externe Faktoren wie Marktveränderungen oder vorhandene Kapazitäten. Die Genauigkeit der Ergebnisse wird konstant verfeinert. sog

www.t-systems.at

Simuliertes Festnetz

Festnetz oder Internet-Telefonie – diese Frage war für KMU bislang gleichbedeutend mit hohen Kosten oder geringem Leistungsumfang. Mit SIP-Trunking ist jetzt eine Lösung auf dem Markt, die auch ohne Festnetzanbindung über alle Merkmale eines ISDN-Anschlusses verfügt.

Christian Stemberger

Das Internet ist längst zu einem entscheidenden Faktor für den Geschäftserfolg von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) geworden. Sie benutzen das Web zur Kommunikation mit Geschäftspartnern und Behörden über E-Mail oder gesicherte Verbindungen, präsentieren sich und ihre Produkte und Dienstleistungen auf der Firmen-Homepage, und oft erfolgt auch der Vertrieb ihrer Angebote online.

Nun wäre es an der Zeit, den nächsten Schritt zu setzen und das Festnetz durch Kommunikationslösungen auf der Grundlage des Voice over Internet Protocol (VoIP) abzulösen. Dabei findet ein Telefongespräch nicht mehr über eine aufgebaute Leitung wie im althergebrachten Netz statt. Stattdessen wird die Sprache wie alle anderen Informationen in Form von Datenpaketen durchs Internet geschickt.

Sparpotenziale

VoIP bietet große Vorteile, erklärt Astrid Krupicka, Marketing-Direktorin bei Alcatel-Lucent Enterprise für Österreich und Osteuropa: „Mit einer einheitlichen Infrastruktur statt der bisher getrennten Daten- und Sprachnetze lassen sich beträchtliche Einsparungseffekte erzielen.“ Dazu kommen niedrige Gesprächstarife, und Unternehmen mit mehreren Niederlassungen sparen zusätzlich, denn sie können

zwischen den einzelnen Standorten kostenfrei telefonieren. Dazu steigern konvergente Dienste die Produktivität durch effizientere Kommunikation. So bleiben Mitarbeiter



Praktisch jedes Unternehmen nutzt heute das Internet. Aber bis vor Kurzem konnten nicht alle die Vorteile der konvergenten Netze nutzen. Foto: Photos.com

beispielsweise auch dann unter ihrer Festnetznummer erreichbar, wenn sie gerade nicht an ihrem Platz sind. Damit gestaltet sich der Arbeitsablauf wesentlich reibungsloser, und mit der guten Erreichbarkeit nimmt auch die Kundenzufriedenheit zu.

Während Privatkunden und Großunternehmen VoIP schnell angenommen haben, bedeutete für viele KMU der Umstieg auf reine IP-Telefonie bis vor Kurzem eine in Relation zum Nutzen zu hohe Investition. Und mit kostengünstigen Hybridlösungen, bei denen die Telefongespräche über das

Festnetz zum Provider gelangen und dort ins Datennetzwerk transferiert werden, können die KMU zwar bei den Telefongebühren sparen. Aber nicht immer zeigen sich

diese Behelfslösungen den Anforderungen der Unternehmen gewachsen. So sind vertraute Features wie die Durchwahl oder die Rufnummernerkennung bei eingehenden Anrufen oft nicht vorhanden. Und umgekehrt können die Hybridsysteme auch nicht die Vorteile der echten IP-Telefonie zur Gänze ausschöpfen. Krupicka erwartet daher nicht, dass sie sich noch lange auf dem Markt halten können.

Direkter Draht

Alcatel-Lucent hat nun eine auf dem Session Initiation Protocol (SIP) basierende Lösung für KMU zur Marktreife gebracht, die auch ohne Festnetzanbindung über alle Leistungsmerkmale eines ISDN-Anschlusses verfügt. Mit dem sogenannten SIP-Trunking verfügt die IP-Telefonanlage des Unternehmens so über eine direkte Verbindung – vergleichbar mit einer Amtsleitung – zum Netzwerk des Providers. Als unmittelbarer Lohn winken deutlich reduzierte

Gesprächsgebühren. Dazu macht SIP-Trunking Dienste wie Präsenzinformation, intelligente Anrufweiterleitung oder die Verschmelzung vom Festnetz mit dem Mobilfunknetz möglich. Längerfristig bedeutet SIP-Trunking den ersten Schritt zum IP-Peering, bei dem das Netzwerk des Unternehmens mit dem des Providers Informationen als Datenpakete austauschen wird. Dann wird es keinen Unterschied mehr machen, ob sich ein Mitarbeiter im Firmennetzwerk bewegt oder von außen darauf zugreift.

Nach den Großen ist die Reihe nun an den KMU, mit VoIP ihre Kommunikationskosten zu reduzieren. Doch für lange stellt sich diese Frage ohnehin nicht. Denn weltweit wird der Ausbau der Netze der neuen Generation vorangetrieben, und bereits ab 2013, so schätzen Telekomanalysten, werden die Provider den KMU nur mehr IP-Telefonie anbieten. Die Tage des Festnetztelefons sind also gezählt.

www.alcatel-lucent.at

„SIP ist ein offener Standard, damit ist auch in der Zukunft die Anpassung an neue Erfordernisse gesichert.“

ASTRID KRUPICKA,
ALCATEL LUCENT

Permanent im Firmennetzwerk

Über Notebook und Handy werden mobile Mitarbeiter bald permanent mit dem Firmennetzwerk verbunden sein – ohne sich mit technischen Details wie der Einrichtung eines VPN-Tunnels herumschlagen zu müssen.

Christian Stemberger

Der Blick aus dem Fenster, der Schreibtisch, darauf Computer und Telefon, der Faxdrucker keine fünf Schritte vom Sitzplatz entfernt. Vor nicht allzu langer Zeit war ein Arbeitsplatz noch ein klar definierter Ort. Für immer mehr Menschen hat diese Schablone keine Bedeutung mehr. Sie rufen in der U-Bahn Mails ab, analysieren zu Hause die Absatzzahlen des letzten Quartals oder fragen die Verfügbarkeit eines Produkts im Meeting beim Kunden ab. Die Notwendigkeit, mobilen Mitarbeitern immer und überall Zugang zur Firmeninfrastruktur zu ermöglichen, ist die zurzeit größte Herausforderung für die Netzwerkverantwortlichen der Unternehmen.

Kompliziert und ungeschützt

Wenn der Mitarbeiter den geschützten Bereich des klassischen Netzwerks – also die Infrastruktur eines Gebäudes – verlässt, verändert sich mit einem Schlag das Handling der Endgeräte. Will er via VPN eine geschützte Verbindung zwischen seinem Notebook und der Firma aufbauen, ist das ein recht umständliches Unterfangen. Andererseits werden wichtige Sicherheitsregeln nicht umgesetzt, die Verbindung zwischen Smartphone und Firmennetzwerk ist oft völlig ungeschützt, beobachtet Thomas Blaschka, Leiter des Produktmanagements für Netzwerke und Security bei Kapsch Business Com: „Benutzerunfreund-

liche Komplexität und vernachlässigte Sicherheit – zwischen diesen Extrempositionen bewegen wir uns derzeit.“ Netzwerk-Anbieter wie Cisco bemühen sich, diese Problematik in den Griff zu bekommen. Blaschka schätzt, diese Lösungen werden in etwa 18 Monaten marktreif sein.

Ist das grenzenlose Netzwerk einmal Realität, wählen sich Notebook und Handy selbstständig in das Firmennetzwerk ein. Auf dem Weg zu einer Besprechung wäre ein Mitarbeiter dann im Mobilfunknetz online. Wenn am Ort des Meetings eine LAN-Wolke zur Verfügung steht, würde das Handy in das leistungsfähigere Netz wechseln. Der Benutzer würde das nicht einmal bemerken. Er muss sich also nicht mehr mit technischen Details herumschlagen und ist jederzeit online. Dazu wird auch die Sicherheitslage mit einem Schlag optimiert. Denn Borderless Networks holen die mobilen Endgeräte zurück ins Firmen-

„Usability und Sicherheit werden in der mobilen Zukunft keine Gegensätze mehr darstellen.“

THOMAS BLASCHKA,
KAPSCH BUSINESS COM

netzwerk, Notebook oder Smartphone sind dann exklusiv mit dem eigenen Unternehmen verbunden. Das bedeutet zwar gewisse Einschränkungen für die Benutzer. Blaschka ist überzeugt, dass die neue Technologie trotzdem gut angenommen wird, da die Mitarbeiter im Gegenzug höheren Komfort genießen können. Außerdem wird so auch das Gewissen des Mitarbeiters entlastet. Das mobile Notebook ist nun genau wie der stationäre Desktop den IT-Richtlinien des Unternehmens unterworfen.



In naher Zukunft wird die Arbeit von unterwegs genau so unkompliziert und sicher sein wie am Firmenschreibtisch. Foto: Photos.com

Der Nutzer muss sich nicht mehr die Frage stellen, welche Webseiten er mit dem firmeneigenen Endgerät aufsuchen darf.

Zukunftsmusik

Borderless Networks sind auch Grundlage einer weiteren Vision: Die Idee des Cloud Computings soll in Zukunft ebenfalls bei Netzwerken Anwendung finden. Blaschka rechnet aber damit, dass entsprechende Modelle erst in fünf bis zehn Jahren marktrelevant werden. Die Vorteile einer Miet-Software wie Salesforce.com lassen sich ohne Einschränkung auch auf Netzwerke übertragen. Die Kosten für den Aufbau einer Infrastruktur entfallen, denn die stellt dann der Provider zur Verfügung. Die Abrechnung wird einfach und kostentransparent pro

User oder über verbrauchte Datenvolumina erfolgen. Sicherheitsbedenken lässt der Security-Experte nicht gelten, denn auch im gemeinsam genutzten Netzwerk bestehen die Barrieren zwischen den Unternehmen weiter. Die Vorboten dieser Entwicklung sieht Blaschka in großen Bürokomplexen. Da sei es schon heute üblich, dass die eingemieteten Firmen gemeinsam ein Netzwerk nutzen, das ihnen der Vermieter zur Verfügung stellt. „Es ist wie beim Carsharing“, sagt Blaschka, „wer es einmal ausprobiert, wirft rasch seine Vorbehalte über Bord.“ Die Kostenvorteile und die flexiblen Nutzungsmöglichkeiten werden Networksharing besonders für kleine und mittlere Unternehmen attraktiv machen.

Gregor Fischer: „In Zukunft kommt das Internet ins Fernsehen. Mit der Vernetzung verschiedener Endgeräte wird echtes Multimedia Realität, und der TV-Kunde wird vom passiven Zuseher zu seinem eigenen Regisseur“, erklärt der Produktmarketing-Experte von Telekom Austria.

Fernsehen im Internet war gestern

Christian Stemberger

economy: Seit 2007 tritt Telekom Austria auch als TV-Anbieter auf. Wie sinnvoll war es, sich in einen Teich zu werfen, in dem schon so viele Hechte schwimmen?

Gregor Fischer: Wir sind mit dem Anspruch angetreten, dem Fernsehkunden zusätzlich zur gewohnten Programmviefalt einen wirklichen Mehrwert zu bieten. Der Mehrwert des digitalen Fernsehens liegt bei Interaktivität, Video-on-Demand, netzbasierten Dienstleistungen und einfacher Bedienung. Damit konnte sich Aon-TV ein Alleinstellungsmerkmal in Österreich erarbeiten.

Welche Anreize bietet digitales TV für den Kunden?

Im Zeitalter der Medienkonvergenz – dem Zusammenwachsen von Telefonie, Internet und TV – erwartet sich der Kunde einfach konzipierte Komplettangebote zu einem günstigen Preis. Dazu befriedigen wir das Bedürfnis nach qualitativ hochwertiger und auf persönliche Bedürfnisse zugeschnittener Unterhaltung.

Zur Person



Gregor Fischer ist Leiter des Produktmarketings für Residential Services bei Telekom Austria. Foto: privat

Wird Fernsehen als Freizeitbeschäftigung nicht zunehmend von der Spielkonsole und vom Internet verdrängt?

Gerade bei jungen Zielgruppen bis 30 Jahren stellen wir bei der Mediennutzung tatsächlich eine Verschiebung vom klassischen Fernsehen hin zum Internet und dabei insbesondere zum Web 2.0, also zu Diensten wie Youtube oder Facebook, fest. Gleichzeitig erkennen wir eine verstärkte Parallelnutzung von Internet und TV. Vor diesem Hintergrund ist die Entwicklung neuer Angebote von besonderer Bedeutung. Einerseits, um das starre Programmschema zu überwinden, und andererseits, um Funktionalitäten bereitzustellen, die die heutigen Zielgruppen vom Internet her kennen – also etwa Social Networking oder Contentsharing.

Die Entwicklung geht also hin zur Vernetzung verschiedener Plattformen – wo stehen wir heute?

In exakt diese Richtung haben wir im letzten Jahr unser TV-Angebot weiterentwickelt. Mit der Aon-TV-Mediabox ist die Vernetzung verschiedener Endgeräte und damit echtes Multimedia Realität geworden. Mit ihr lassen sich auf dem PC gespeicherte Fotos, Videos oder Musikdateien ganz einfach auf dem großen TV-Screen abspielen. Und über die Online-Festplatte können die Benutzer auf diese Inhalte auch von unterwegs mit dem Handy oder via Internet zugreifen.

Und wohin geht die Reise?

In Zukunft wird sich dieser Trend noch verstärken. Schon bald werden Internet-Inhalte – etwa Mail-Alerts – am Fernseher auftauchen, und in ein paar Jahren wird jeder Fernsehzuschauer sein eigener Regisseur sein. Er wird sich aus unterschiedlichsten Quellen



Das TV-Gerät wird zur Multimediazentrale im Wohnzimmer und das lineare Programmschema durch Interaktion abgelöst. Foto: Telekom Austria

sein persönliches Fernseherlebnis zusammenstellen. Das Fazit daraus lautet: Fernsehen im Internet war gestern, in Zukunft kommt das Internet ins Fernsehen.

Wie entwickelt sich der Markt vor diesem Hintergrund?

Die Märkte für Telekommunikation, IT und Unterhaltung haben sich im letzten Jahrzehnt rasant verändert. Die Telekommunikationsanbieter konkurrieren beim Fernsehen mit dem Kabel-TV, das seinerseits mit Internet und Telefon in die traditionellen Märkte der Telcos eingedrungen ist.

Wer hat die besseren Karten für den unvermeidlichen Showdown?

Mit der eingesetzten DSL-Technologie befinden sich die Telekom-

munikationsanbieter auf den Fernsehmärkten weltweit im Vormarsch. Diesen Technologiebonus gilt es jetzt entsprechend zu nutzen.

Welche Ziele hat sich Telekom Austria für die Zukunft von Aon-TV gesetzt?

Das Fernsehangebot Aon-TV ist heute in acht von zehn österreichischen Haushalten verfügbar. Derzeit halten wir bei mehr als 100.000 Kunden, und wir wollen weiter zügig zulegen. Wir verstehen uns als innovativen TV-Anbieter, der sein technologisches Know-how in der Breitbandkommunikation und seine langjährige Erfahrung in der Medienkonvergenz nutzt, um weiterhin das Tempo beim Design des neuen Fernsehens vorzugeben.

www.telekom.at

Horchposten in der Blogosphäre

Dank automatischer Analyseverfahren erkennen Unternehmen Trends und Risiken rechtzeitig.

Christian Stemberger

Das World Wide Web mit seinen ungezählten Foren und Blogs spielt eine immer größere Rolle im Meinungsbildungsprozess. Das Web ist unübersichtlich, seine Beobachtung sehr aufwendig. Bei vielen Unternehmen löst das Unbehagen aus – denn allzu oft wissen sie nicht, was im Web gerade vor sich geht und ob ihr Image Schaden nehmen könnte.

„Daher war der Zuspruch, als Ende 2009 unsere verbesserte Web-Beobachtung vorgestellt wurde, enorm“, berichtet APA-Defacto-Geschäftsführerin Waltraud Wiedermann: „Wir haben da ein dringend benötigtes Warninstrument geschaffen.“ Der Kunde wird informiert, sobald er im Web auftaucht, und demnächst sieht er auch gleich, ob der Zusammenhang positiv oder negativ ist. Da Themen ihre

Karriere oft in Übersee starten, wird APA-Defacto bald auch englischsprachige Blogs beobachten.

Handgeknüpfte Netze

Wer mit solchen Info-Mengen wie APA-Defacto konfrontiert ist – allein in der Medienbeobachtung sind dies täglich bis zu 30.000 Artikel –, braucht Verfahren, um nicht im Trüben zu fischen. In semantischen Netzen werden Themen und Schlagworte manuell miteinander verknüpft. Dies erlaubt später das Erkennen von Ähnlichkeiten zwischen Texten. So liefert die Suche nach einem Begriff wie etwa „Pension“ auch relevante Meldungen, in denen das Wort gar nicht vorkommt. Um Kunden die Bewältigung der wachsenden Informationsflut zu erleichtern, setzt APA-Defacto auf automatisch erstellte Zusammenfassungen, Visualisierung und auf



Kritik manifestiert sich heute nicht mehr nur auf der Straße. Wer Image-schäden vermeiden will, behält auch das Internet im Auge. Foto: Photos.com

maßgeschneiderte Pressespiegel. „Was die Finanzabteilung interessiert, ist für das Marketing oft unerheblich“, sagt Wiedermann. Der Zeitfaktor gewinne zunehmend

an Bedeutung. Mit daumendicken Pressespiegeln voller irrelevanter Clippings kann und muss sich heute niemand mehr herumschlagen.

www.apa-defacto.at

Punktgenau informiert

Mit technischen Innovationen bearbeiten die Verlage den umkämpften Online-Werbemarkt.

Die Medienlandschaft befindet sich im Umbruch: Der Print wird immer stärker von Online-Portalen bedrängt, im Web gewinnen Videos zunehmend an Bedeutung. Und während diese Entwicklung noch gar nicht abgeschlossen ist, startet mit den Smartphones schon der nächste Herausforderer. Parallel dazu verändert sich auch der Werbemarkt rasant. Noch ist der Online-Anteil am Werbekuchen mit deutlich unter zehn Prozent bescheiden, die Zuwachsraten liegen aber im zweistelligen Bereich. Für die Verlage heißt das Zwang zu permanenter Innovation bei gleichzeitig stagnierenden oder sinkenden Werbeetats.

Dieser Entwicklung trägt die APA Rechnung. Sie entlastet ihre Kunden nicht nur auf inhaltlicher,

sondern auch auf technologischer Ebene. Damit hat sich die Nachrichtenagentur zu einem Komplett-dienstleister gewandelt. „Wir entwickeln Lösungen, mit denen Verlage unsere Inhalte automatisiert verarbeiten und schneller zum Leser bringen können“, sagt Marcus Hebein, Leiter von APA-Multimedia und stellvertretender Chefredakteur der APA, „zum Beispiel via Geocodierung.“ Damit liefern die Medienhäuser ihre Inhalte zielgerichtet in die Regionen aus, können sich so mit lokalen Inhalten von der Konkurrenz abheben und den lokalen Werbemarkt besser bearbeiten. Dass Smartphones zunehmend als Nachrichtenkanal genutzt werden, verstärkt diesen Trend. APA-Multimedia arbeitet an einer Lösung für

das iPhone, mit der über eine Landkarte auf Nachrichten und Service-Informationen wie etwa Kinospielepläne zugegriffen wird. „Damit erhält der User die Information passend zu der Straßenecke, an der er gerade steht“, führt Hebein aus.

Anspruchsvolle Werbekunden

Durch die flächendeckende Breitbandversorgung greifen immer mehr Benutzer auf multimediale Inhalte zu. Nachrichten im Videoformat sind neben der Möglichkeit zur Echtzeitberichterstattung der große Vorteil der Online-Portale gegenüber den Print-Medien. „Aber die Werbekunden sind hier sehr kritisch“, sagt Hebein, „sie verlangen ein professionelles Umfeld für ihre Kampagnen. Die Reichweite des

Mediums allein ist für sie kein ausreichendes Argument.“ Das bedeutet nicht, dass auf einfach produzierte Videoberichterstattung zu lokalen Ereignissen verzichtet werden muss. Nur sollte das Portal zusätzlich auch hochwertige überregionale Videonachrichten anbieten.

Online-Portale werden künftig ihre Inhalte vermehrt kostenpflichtig anbieten. Denn die Werbekrise stellt das Konzept der reinen Werbefinanzierung zunehmend infrage. „Das betrifft aber nur exklusiven, hochwertigen Content – und auch den nicht zur Gänze“, zeigt sich Hebein überzeugt. Seine grundlegenden Informationsbedürfnisse wird der Internet-Nutzer auch weiterhin gratis stillen können. *cst*

<http://multimedia.apa.at>