

Kolumne

Das Telco-Carrier-Dilemma



Luzi von Salis ist Geschäftsführer der Firma Von Salis Engineering und agiert als Interim-Manager, Konsulent sowie als «Business Troubleshooter» im ICT-Sektor. In seiner Kolumne kommentiert und beleuchtet er aktuelle Themen aus dem ICT-Bereich. luzi.vonsalis@vseng.ch

Mit grossem Getöse wurde in letzter Minute die Elefantenhochzeit zwischen Sunrise und UPC Schweiz abgeblasen. Zu stark und vor allem unterschätzt war der Widerstand der grossen Aktionäre, die den hohen Kaufpreis sowie die Verwässerung ihrer Aktien monierten. Am 12. November hat dann Sunrise den Stecker komplett gezogen und den Kaufvertrag gekündigt. 120 bis 125 Millionen Franken wird dies die Sunrise-Schatulle belasten. Eine stattliche Summe! An der Quartalspräsentation sind beide Parteien wieder in den normalen Modus operandi gegangen, als wenn nichts gewesen wäre. Alles positive Nachrichten, beste Ratings ecetera. Doch da war doch noch was? Das Dilemma der Carrier und Telcos, sich neu positionieren müssen, bleibt. Die Fusion hätte eine starke und schlagkräftige Telco-Nummer zwei hervorgebracht. Viele Synergien hätten wirklich zugunsten der Kunden mittel- bis langfristig gewirkt. Somit bleibt Swisscom der Platzhirsch mit um Faktoren höheren Marktanteilen. Immer noch, nach 22 Jahren Liberalisierung! Eine unglaubliche Situation.

Nun zu möglichen Positionierungsoptionen: Will ein Telco die sich extrem schnell entwickelnden Technologien beherrschen (wie Swisscom)? Oder will er die Kundenbeziehung meistern und den Betrieb outsourcen (siehe Sunrise, mit allen Risiken und Nebenwirkungen)? Oder will er nur in Infrastruktur investieren und reine Wholesale-Dienste anbieten? Viele schwierige, strategische Positionierungsfragen stellen sich. Und es gibt dazu keine allgemein gültige Antwort. Geht man in die technologische Richtung, muss sehr viel Kapital kontinuierlich zur Verfügung stehen, um die Netze und Infrastrukturen zeit- und bedarfsgerecht ausbauen zu können. Wer kann sich das noch leisten? Und was sind denn ge-

nau die Geschäftsmodelle, mit denen sich diese enormen Investitionen wirklich monetarisieren lassen? Sind die Kunden überhaupt noch bereit, für Telco-Dienste zu bezahlen? Apps und OTT-Provider, Technologie-Giganten und Gerätehersteller machen den Telcos definitiv das Leben schwer und substituieren in Rekordgeschwindigkeit bestehende Telco-Dienste. Microsoft Teams beispielsweise mausert sich gerade zum neuen Messaging-Telefon-Angebot für Geschäftskunden. Gleiches ist auf der Privatkunden-

seite schon seit Jahren mit der Gratisversion von Whatsapp geschehen. Die Applikationen und Apps sind die neuen Telefonie- und Messaging-Anbieter. Die alten «Knochen» auf den Bürotischen, vor Ort installierte Telefonzentralen/PBXen, und deren Systemintegratoren haben ausgedient. Diverse alternative Anbieter und IT-Integratoren stehen bereits in den Startlöchern, bieten solche Dienste an und versuchen sich einen Kuchen des Telefonieumsatzverlustes der Carrier zu sichern. Die Telcos müssen wiederum ihre neuen

Marktpositionen suchen, finden und dort neue Rollen einnehmen. Nicht nur die Netze müssen modernisiert und massiv aufgerüstet werden, auch der Kundendienst muss sich an die neuen Bedürfnisse anpassen, die Geschäftsmodelle, die wir alle noch nicht kennen, müssen erarbeitet, getestet und lanciert werden. Zum Wohle der Kundschaft und der Werte-Stakeholder. Willkommen in der neuen Welt: Es lebe die fusionierte IT-Telecom Zukunft!

«Sind die Kunden überhaupt noch bereit, für Telco-Dienste zu bezahlen?»

Luzi von Salis