

07.05.2004 - 16:05 Uhr

Neue Potenziale auf dem TK-Markt. Presseinformation zur 10. Handelsblatt-Jahrestagung. Telekommarkt Europa (29. Juni/1. Juli 2004, Düsseldorf).

Düsseldorf (ots) -

Düsseldorf, Mai 2004. Auf der 10. Handelsblatt-Jahrestagung Telekommarkt Europa (29. Juni bis 1. Juli 2004, Düsseldorf) werden neue Ideen, Strategien und Technologien für die Telekommunikationsbranche vorgestellt. 25 Referenten national und international berichten praxisnah über Konvergenz der Netze, Migration zu neuen Mobilfunkdiensten und Breitbandcontent.

Prof. Dr. Torsten J. Gerpott (Universität Duisburg-Essen) spricht als Vorsitzender der Konferenz über die Entwicklung der Telekommunikationsmärkte in Europa. Er stellt fest, dass im deutschen Mobilfunkmarkt die Zahl der Kunden, die von Service Providern betreut werden, kaum ansteigt. Ende 2001 waren es 17,44 Millionen Mobilfunk-Kunden, Ende 2003 17,49 Millionen. Die Ergebnisse der Befragung ließen insgesamt den Schluss zu, dass der Mobilfunkmarkt weiter unter Konsolidierungsdruck stehe, und daran werde auch die beginnende UMTS-Vermarktung nichts ändern, erklärt Gerpott weiter. Inwieweit sich die Regelungen des neuen Telekommunikationsgesetzes auf die Marktposition der Service Provider auswirke, bleibe spannend zu beobachten, meint der TK-Experte und betont weiter die Bedeutung des Kundenservice für Mobilfunkunternehmen.

Dr. Arnulf Heuermann (Detecon International) geht auf die Bedeutung neuer Trends und veränderter Anforderungen der Kunden ein und gibt Beispiele für erfolgreiche Innovationen, die durch Kunden initiiert wurden. Die Einflüsse sozialer Trends auf mobiles Telefonieren erläutert Yves Goblet (Bouygues Telecom). Er geht dabei unter anderem auf die individuelle Ansprache unterschiedlicher Altersgruppen ein.

Innovationen zu kundenorientierten Produkten und Services stellen unter anderem Prof. Dr. Hendrik Berndt (DoCoMo Communications Laboratories), Ulrich T. Keuling (Vodafone Terenci), Hermann Weiffenbach (Motorola) und Torben Rick (Talkline) vor. Rick stellt zum Thema Kundenorientierung fest: Talkline hat mit einem neuen Konzept den Servicelevel um 35 Prozent gesteigert. Mit einer aktiven Implementierung von Selfservice Diensten und anderer Maßnahmen stieg nicht nur die Erreichbarkeit unseres Call Centers, sondern auch die Kundenzufriedenheit deutlich.

Den Einsatz mobiler Lösungen für Unternehmen stellt Jürgen F. Gallmann (Microsoft) anhand zahlreicher Praxisbeispiele vor. Mit Mobile Data-Technik sind beispielsweise Außendienstmitarbeiter besser an die Unternehmens-IT angebunden, können Prozesse optimiert und Kosten eingespart werden. Michael Fritz (T-Systems) stellt die Potenziale und Herausforderungen von konvergenten Technologien vor und deren Einfluss auf den Business Prozess des Unternehmens.

Über Galileo, das satellitenbasierte Navigationssystem, spricht Gebhard Weiss, Managing Partner von Detecon International. Weiss sieht große Chancen für den TK-Bereich und erklärt: Satelliten-Navigationssysteme bieten Chancen für innovative Business-Modelle. Insbesondere für Telekommunikationsbetreiber werden sich mit der Entwicklung des europäischen Galileo-Systems und den darauf basierenden möglichen Anwendungen neue Geschäftspotenziale erschließen. Weitere neue Business-Modelle wie High Speed Internet Access (WLAN) und MMS-Applikationen stellen Vertreter von Swisscom Eurospot, Telecom Italia Mobile und ucp morgen vor.

Während Push to Talk-Services (PTT-Services) in Deutschland eher unbekannt sind, ist die Handy-Funktion, sich per Knopfdruck gleichzeitig mit mehreren Personen zu verständigen, in den USA bereits sehr populär und ein lukratives Geschäft. Verizon Wireless konnte in den ersten drei Monaten immerhin 100 Tausend Walkie-Talkie-Handys verkaufen. (Ergebnisse einer Studie von TNS Emnid im Auftrag von Talkline). Auf der Handelsblatt-Tagung wird Hermann Weiffenbach (Motorola) auch über Push to Talk sprechen und den Kundennutzen herausstellen.

Breitband ist für Romed Karré (UTA Telekom) der wichtigste Wachstumsmotor für Wirtschaft und Wissenschaft, aber: Breitband braucht Content Content braucht Breitband, stellt er heraus. Mehr Bandbreite ermöglicht auch mehr Downloads. Robin Parr von Cable & Wireless geht speziell auf Music Download Services ein und prophezeit, dass dadurch neue Einkommensströme generiert werden können und sieht Music Download als wichtigen Bestandteil zukünftiger Internetangebote: Vor kurzem hieß es noch: Wenn wir genügend Bandbreite zum Kunden hätten, dann könnten wir auch überzeugendere Applikationen anbieten. Jetzt haben wir die Bandbreite und Musik Download transportiert Emotionen zu Endkunden. Damit wird dieser Service ein wichtiger Bestandteil zukünftiger Multimedia-Applikationen für Breitbandangebote im mobilen und festen Internet. Wir kombinieren jetzt die Emotionen der Musik mit unseren technischen Möglichkeiten im Internet.

<http://www.tk-europa.de>

Weitere Informationen zum Programm
Handelsblatt-Veranstaltungen
c/o EUROFORUM Deutschland GmbH
Claudia Paul
Senior Konferenz Managerin
Prinzenallee 3
40549 Düsseldorf
Telefon.: +49 (0)2 11. 96 86-36 81
E-Mail: claudia.paul@euroforum.com

Digitale Pressemappe:
<http://www.presseportal.de/story.htx?firmaid=6625>

Ansprechpartner für die Redaktion:
Claudia Büttner
Leitung Presse und Öffentlichkeitsarbeit
EUROFORUM Deutschland GmbH
Tel.: +49 (0) 211 / 9686 3380
Fax: +49 (0)211 / 9686 4380
E-Mail: presse@euroforum.com

Original-Content von: EUROFORUM Deutschland GmbH, übermittelt durch news aktuell
Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.de/pm/6625/554599> abgerufen werden.