

Dienstag  
10. Juni 2003  
8.30 – 16.00Uhr  
Wien

# Awareness-Event

Bei freiem  
Eintritt!

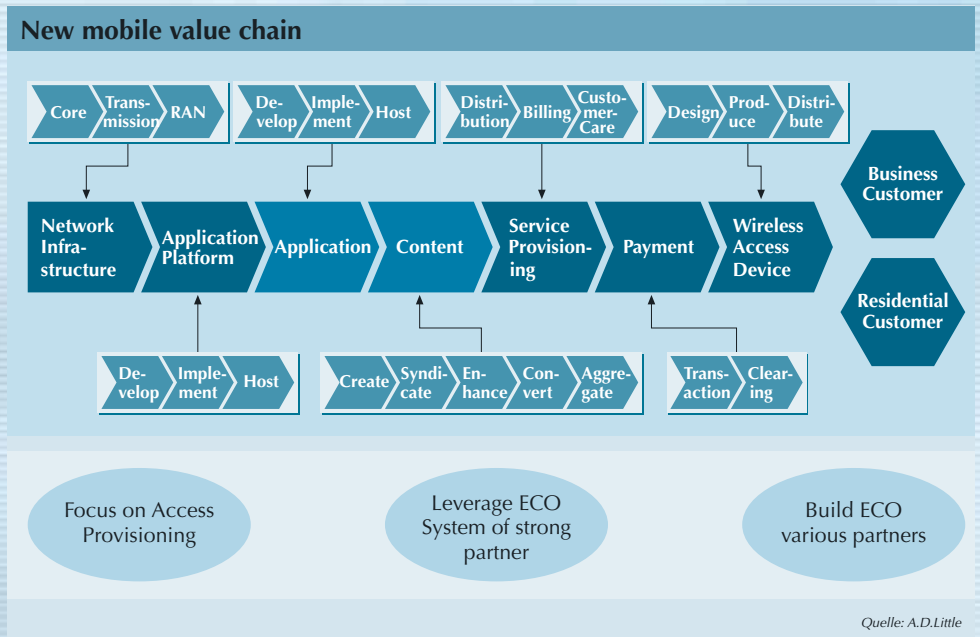
## Zielgruppe

- ▶ Geschäftsführer
- ▶ Entscheidungsträger aus Marketing, Vertrieb und IT
- ▶ Projektleiter aus Österreichs Industrie, Finanzwirtschaft, IT und Telekom sowie öffentlicher Verwaltung

# Geschäftsmodelle für mobile Applikationen und mobiles Business



- ▶ Geschäftsmodelle (UMTS, ...)
- ▶ Location Based Services
- ▶ Digitale Contents
- ▶ Mobile Applikationen aus verschiedenen Branchen
- ▶ Best Practices für Kundendienst & Vertriebsaußendienst
- ▶ M-Payment



## Mit Beiträgen von:

**Maurizio Berlini** (Hutchison 3G), **Dirk Bohne** (IBM Österreich), **Norbert Darlapp** (Software AG), **Michael Hofstätter** (T-Systems), **Alexander Koppel** (Hutchison 3G), **Peter Lohmann** (mobilkom austria), **Günter Spittersberger** (Materna), **Thomas Strohmaier** (Arthur D. Little), **Chris Tipotsch** (team4e)

In Kooperation mit:



**MATERNA**  
Information & Communications



Unsere Partner:

**COMPUTERWELT** **presstext.austria**



# Geschäftsmodelle für mobile Applikationen und mobiles Business

Ziel der Veranstaltung ist es, gerade in diesem dynamischen und schwierigen Marktumfeld die Treiber für erfolgreiche Businessmodelle zu identifizieren. Dabei wird nicht nur die Strategie der mobilen Operatoren für die nächsten Jahre aufgezeigt, sondern auch das Chancenpotential für die heterogene Zulieferindustrie (Software-, Hardware-, Service-, und Applikationsanbieter) transparent. Geschäftskunden und Endkunden werden die Werk- und „Spielzeuge“ im Umfeld des WLAN und des UMTS kennenlernen.

**Eventkonzept:**  
Bettina Hainschink,  
Wilhelm Lenk  
(Future Network)

Der Markt für mobile Applikationen ist von vielen Widersprüchen gekennzeichnet: Während führende Mobilnetzberater mit einfachen, zumeist SMS-basierten Diensten bereits zweistellige Umsatzanteile erzielen, ist in vielen Bereichen des Marktes, wie z. B. M-Commerce, auch trotz jahrelanger Entwicklungsarbeit noch kein Durchbruch erfolgt. Der Weg wäre heute frei für einen Durchbruch in weitere Bereiche mobiler Anwendungen. Eine wichtige Herausforderung dabei ist jedoch zur Zeit noch das Nachfrageverhalten des Kunden. Der durchschlagende Erfolg

vergleichsweise simpler SMS- und MMS-Dienste zeigt die Notwendigkeit eines eingängigen, für den Kunden klar ersichtlichen Value-Adds jeder Applikation. Bis dato konnte diese Herausforderung besonders in den Bereichen wie Messaging (auch multimedial), Datenkommunikation sowie im Automotive-Bereich, in welchen Mobilität eine wichtige Rolle spielt, gemeistert werden. In Bereichen mit einem schwächeren Bezug zur Mobilität, wie Banking und Tourismus, war die Entwicklung langsamer. Dort, wo kein oder nur geringer Bezug zur Mobilität, wie

z. B. im Bereich M-Auctioning, hergestellt werden konnte, sind viele Anwendungen gescheitert.

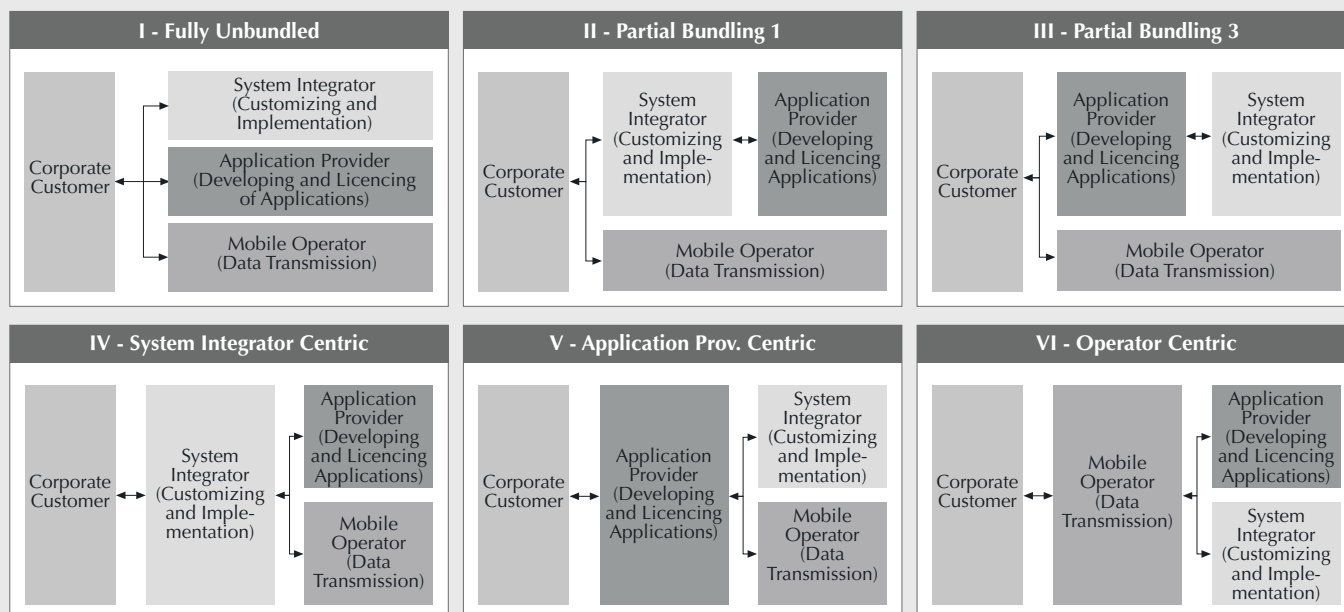
Doch auch in den Bereichen mit auf dem Markt erfolgreichen mobilen Anwendungen gibt es noch vielfach Probleme. So existiert z. B. im Bereich Automotive eine große Breite an teils proprietären Standards, die einen möglicherweise größeren Markterfolg verhindern. Auch Querverbindungen zwischen den Bereichen werden zur Zeit oft nur grob über Einstiegsportale dargestellt. Ein „seamless environment“, welches verschiedene Anwendungsumwelten und Zugangstechnologien zu einem für den Kunden nicht unterscheidbaren Anwendungsumfeld verbindet, liegt derzeit noch recht weit in der Zukunft.

Trotz dieser vielfach bereits seit längerem formulierten und noch nicht erreichten Erwartungen ist die Anbieterseite für die weitere Entwicklung des Marktes gut aufgestellt. Das Marktpotential ist weiterhin attraktiv genug, um neben Netzbetreibern, Equipmentherstellern und Systemintegratoren auch industriefremde Player anzuziehen und zu Investitionen zu motivieren.

Das vordringlichste Ziel für jeden Player im Markt muss daher zur Zeit die Vernetzung und der Aufbau tragfähiger Partnerschaften zur Umsetzung breiter Lösungen mit klarem Mehrwert für den Endkunden sein.

## Business Models for Wireless Applications – Overview

In general six different business models for the provisioning of wireless applications can be distinguished



Quelle: Arthur D. Little

## Mobile Applikationen – deren Geschäftsmodelle & Trends

Hutchison 3G bietet mit dem 3Mobile – wie Hutchison seine UMTS-Handys nennt – seinen Kunden erstmals Videotelefonie und viele Anwendungen, die das Leben schöner, bequemer und unterhaltender machen. Die völlig neue Art der Kommunikation wird das tägliche Leben nicht nur bereichern, sondern einen völlig neuen Nutzen stiften. Die Präsentation soll eine Übersicht über die Unternehmensstrategie, die zu erwartenden Produkte und deren Anwendungen geben.

## Mobile Portale – Erfolgsbasis für die Zukunft

Die Einführung einer mobilen Applikation stellt ein Unternehmen vor große Herausforderungen: Auf welche Technologie soll heute gesetzt werden?

► Für welche Endgeräte sollen die Lösungen optimiert sein?

► In welchen Bereichen können mobile Applikationen einen schnellen ROI bringen?

► Benötigt der Außendienst Online-Zugriff, oder ist offline ausreichend?

Der Vortrag zeigt sowohl die enormen Chancen aber auch die Risiken für Unternehmen auf und gibt konkrete Lösungsansätze aus der Praxis.

## Mobile Unternehmenskommunikation ist ein nichttechnisches und technisches Thema

Nichttechnisch gilt es, mit den Businessexperten der Unternehmen – die den Erfolg ihres Geschäftes am besten kennen – in der Analyse des Ist- und Sollzustandes den Mehrwert von mobilen Lösungen tatsächlich herauszuarbeiten.

Technisch besteht die Aufgabe darin, auf Basis bestehender Systeme im Unternehmen offene Schnittstellen anzubieten, um Daten SICHER über funktionierende Datennetze der Mobilfunkbetreiber zu schleusen.

Materna bietet die Lösung mit dem *Anny Way mobile technology framework*.

► Serverseitig wird über XML/http, .net, EJB, Com+, Corba, auf aktive Applikationen zugegriffen.

► in einer Middleware werden für das Unternehmen Authentication, Reporting und Logging, Schnittstellen zu Monitoring-Tools, Billing (Verrechnung für Kostenstellen) zum Einsatz gebracht und

► in Richtung der Clients bieten fertige Objekte den Zugang in die 2, 2.5 und 3G Welt der Netzbetreiber  
Praxisbeispiele runden den Beitrag ab.

## Mobilisierung und Integration der Backend-Systeme für den technischen Kundendienst und Vertriebsaußendienst

Schwerpunkt des Angebots der Software AG ist die Lösung der folgenden Kundenanforderungen auf Basis von XML-Technologie:

► Rapid Prototyping

► Flexible, weil Endgeräte-unabhängige Lösungsentwicklung

► Implementierung auf beliebigen mobilen Endgeräten (Pocket PC, Palm, Symbian, ...)

► Stabile und sichere Integration der Backend-Systeme

Vorgestellt wird am Referenz-Beispiel „Tobaccoland“ der konkrete Einsatz und Nutzen im Anwendungsgebiet „Mobile Store Check“.

## Mobile Datenkommunikation für Unternehmen

IBM WebSphere Everyplace Access erlaubt den mobilen Zugriff auf Geschäftsanwendungen und Daten. *IBM WebSphere Everyplace Access* stellt eine flexible und erweiterbare Unternehmensplattform für mobile Applikationen dar, auf der neue Anwendungen aufsetzen können, oder auf der vorhandene Anwendungen für den Zugriff mit mobilen Endgeräten erweitert werden können. Die Datenkommunikation in mobilen Netzen kann durch den Einsatz ergänzender Software Produkte optimiert und mit hohen Sicherheitsmerkmalen versehen werden.

# AGENDA

## 8.30 Registration

9.00 **Markt für mobile Applikation – Geschäftsmodelle und Geschäftschancen für Endmodelle**  
(Thomas Strohmaier (Arthur D. Little))

10.00 **Mobile Applikationen – deren Geschäftsmodelle & Trends**  
Maurizio Berlino, Alexander Koppel (Hutchison 3G)

10.40 **Mobile Portale – Erfolgsbasis für die Zukunft**  
Michael Hofstätter (T-Systems)

## 11.20 Kaffeepause

12.00 **Mobile Unternehmenskommunikation ist ein nichttechnisches und technisches Thema**  
Günter Spittersberger (Materna)

12.40 **Mobilisierung und Integration der Backend-Systeme für den technischen Kundendienst und Vertriebsaußendienst**  
Norbert Darlapp (Software AG)

13.20 **Mobile Datenkommunikation für Unternehmen**  
Dirk Bohne (IBM)

## 13.50 Kaffeepause

14.30 **M-Payment – die Logik mobiler Applikationen**  
Peter Lohmann (mobikom austria)

15.10 **Planung und Umsetzung von Geschäftsmodellen am Beispiel metronet wireless**  
Chris Tipotsch (team4e)

## 16.00 Ende der Veranstaltung

# TERMIN & ORT

Dienstag, 10. Juni 2003, 8.30–16.00 Uhr  
IBM, 1020 Wien, Lassallestraße 1

# GEBÜHREN

Bei freiem Eintritt!

Unkostenbeitrag für die Tagungsunterlagen:  
€ 60,- zuzügl. 20 % MWSt.

# ZIELGRUPPE

- Geschäftsführer
- Entscheidungsträger aus Marketing, Vertrieb und IT
- Projektleiter aus Österreichs Industrie, Finanzwirtschaft, IT und Telekom sowie öffentlicher Verwaltung

## M-Payment – die Logik mobiler Applikationen

2003 haben die Mobilfunkbetreiber ihren Wettlauf in der österreichischen M-Commerce-Arena weiter beschleunigt. Seinen Ausgang werden wenige Erfolgsfaktoren entscheiden. Anhand bereits realisierter Applikationen skizziert mobilkom austria die Ecksteine seiner m-Business Strategie und geht dabei

besonders auf die zentrale Erfolgsrelation zwischen Paymentlösung und Produktportfolio ein.

## Planung und Umsetzung von Geschäftsmodellen am Beispiel metronet wireless

► Woraus besteht ein Geschäftsmodell überhaupt? – Wertkette und Business Context

► Welches Partialmodell gilt es zu betrachten? – Vom Leistungsspektrum zum Prozessmodell

► Wie werden Geschäftsmodelle bewertet? – Simulation nach den Grundsätzen des Value Managements

► Value Network von metronet wireless – Positionierung in der Wertschöpfungskette

Unsere Partner:



Institut für  
Informatik der  
Universität  
Zürich

COMPUTERWELT  
*presstext.austria*

Web powered by:



Weitere Future Network Events finden Sie unter <http://www.future-network.at>

**ANMELDUNG:** Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen eine Anmeldebestätigung. Diese Anmeldebestätigung ist für eine Teilnahme am Event erforderlich. Das Future Network behält sich vor, Mitglieder vorzuzureihen bzw. Besucher ohne Angabe von Gründen abzulehnen.

**STORNIERUNG:** Falls Sie nach erfolgter Anmeldung doch nicht am Event teilnehmen können, bitten wir Sie, uns unbedingt rechtzeitig Bescheid zu geben, damit wir Ihren Platz an einen anderen Interessenten weitergeben können.

**ADRESSÄNDERUNGEN:** Wenn Sie das Unternehmen wechseln oder wenn wir Personen anschreiben, die nicht mehr in Ihrem Unternehmen tätig sind, teilen Sie uns diese Änderungen bitte mit. Nur so können wir Sie gezielt über unser Veranstaltungsprogramm informieren.

Ich melde mich zum Awareness Event „Geschäftsmodelle für mobile Applikationen u. mobiles Business“ am 10. 6. 2003 kostenfrei an

Ich hätte gerne die Tagungsunterlagen zum Preis von € 60,- + 20% MWSt.

### ► Anmeldeschluss: 9. 6. 2003

Bitte nehmen Sie mich in den E-Mail-Verteiler auf – Veranstaltungsprogramme als  PDF,  Textfile

### Angebot für Nicht-Mitglieder:

► Zugleich mit der Bestellung der Tagungsunterlagen können Sie eine kostenfreie Einzelmitgliedschaft für das Jahr 2003 erhalten, mit der Sie unter anderem auf über 150 Papers im Future Network Webarchiv zugreifen können.

► Bitte fordern Sie den Aufnahmeantrag in unserem Büro an!

Ich bin bereits Future Network Mitglied

► Ich erkläre mich mit der elektronischen Verwaltung meiner ausgefüllten Daten und der Nennung meines Namens im Teilnehmerverzeichnis einverstanden.

► Ich bin mit der Zusendung von Veranstaltungsinformationen per E-Mail einverstanden.

(Nichtzutreffendes bitte streichen)

An  
Future Network  
Kaiserstraße 14/2  
1070 Wien

Tel.: +43/1/522 36 36-37  
Fax: +43/1/522 36 36-10  
E-Mail: [office@future-network.at](mailto:office@future-network.at)  
<http://www.future-network.at>

Firma:

Titel:

Vorname:

Nachname:

Funktion:

Straße, Hausnummer:

PLZ:

Ort:

Telefon:

Telefax:

E-Mail:

Ort, Datum:

Unterschrift, Firmenstempel: