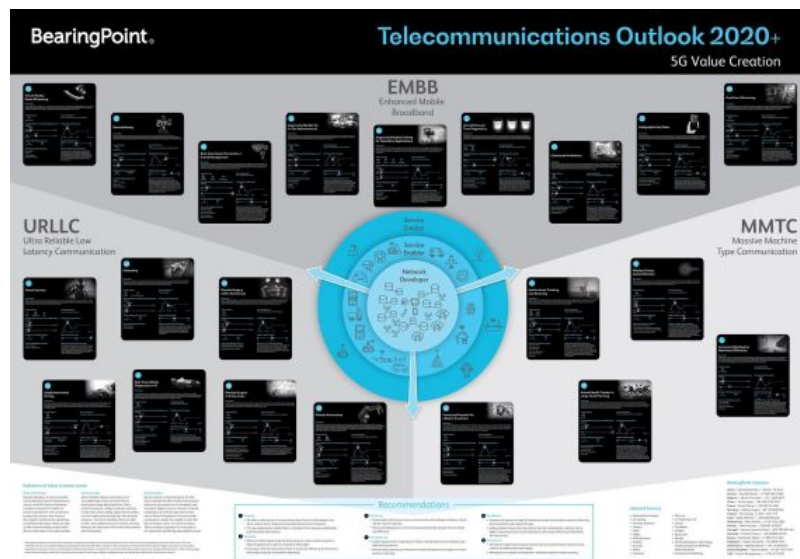


5G: Neue Marktpositionierung für Telkos

08.09.2020, 14:10 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *BearingPoint GmbH*



Infografik „Telecommunications Outlook 2020+“; Quelle: BearingPoint

Frankfurt am Main, 8. September 2020 – 5G ist weit mehr als ein neuer Mobilfunkstandard in der fünften Generation, der den Kunden schnelleres Internet ermöglicht. Tatsächlich kann 5G für Anbieter in der Telekommunikationswirtschaft zum wahren „Game Changer“ werden: 5G ermöglicht signifikant höhere Bandbreiten bei der Datenübertragung (enhanced Mobile Broadband, eMBB), niedrigere Latenzzeiten (ultra Reliable Low Latency Communication, uRLLC) und höhere Gerätedichten pro Quadratkilometer (massive Machine Type Communication, mMTC). Mit diesen technischen Verbesserungen sind Telkos erst in der Lage, radikal neue und deutlich lukrativere Geschäftsmodelle einzuführen.

„Die Weiterentwicklung der Telekommunikationsunternehmen ist zwingend notwendig, da die Branche sich aktuell von mindestens zwei Seiten Druck ausgesetzt sieht: Zum einen müssen die Telkos sehr viel Geld für Infrastruktur und Lizenzen investieren. Zum anderen profitieren Content-Anbieter wie Netflix oder Amazon Prime immer mehr vom Ausbau der Netze, ohne sich an den Kosten zu beteiligen. Folglich sind Telkos beim Generationenwechsel von 4G zu 5G mehr als zuvor gefordert, ihr aktuelles Angebotsportfolio nicht einfach nur mit ‚5G‘ umzubenennen. Vielmehr sollten sie ihre Energie dafür nutzen, innovative und vom Kunden nachgefragte Anwendungsfälle zu entwickeln und anzubieten, die langfristig signifikant höhere Gewinnmargen versprechen“, so Markus Laqua, Partner bei BearingPoint.

Diese Entwicklung hat BearingPoint zum Anlass genommen, die zukünftige Rolle von Telkos hinsichtlich ihrer Geschäftsmodelle neu zu definieren. In der Vergangenheit haben Telekommunikationsunternehmen als Netzwerkentwickler („Network Developer“) meist ihr Angebot auf die reine Konnektivität der Kunden beschränkt. Erst mit 5G erhalten Telkos zukünftig die Chance, sich als Servicevermittler („Service Enabler“) oder gar als Serviceentwickler („Service Creator“) vollständig neu am Markt zu positionieren. Service Enabler bieten auch weiterhin Konnektivität an, können jedoch durch die Bereitstellung digitaler Plattformen einen zusätzlichen Teil der 5G Wertschöpfung generieren. Service Creator gehen noch einen Schritt weiter, indem sie über das Angebot radikal neuer und zum Teil branchenfremder Dienste den Hauptteil der Wertschöpfung für sich beanspruchen.

Die neue Infografik „Telecommunications Outlook 2020+“ visualisiert über 20 innovative Anwendungsfälle aus den

Bereichen eMBB, uRLLC sowie mMTC, bei denen Telekommunikationsunternehmen sich genau in der Rolle als Service Enabler oder Service Creator wiederfinden können. Jedes Anwendungsszenario gibt Auskünfte (1) zur Zielindustrie, (2) zu den Mindestanforderungen an die Konnektivität, (3) zu den technischen und (4) kommerziellen Voraussetzungen für die Realisierung, (5) zur Marktreife sowie (6) zum erwarteten kommerziellen Markteintrittszeitpunkt des jeweiligen Anwendungsfalles. Zudem enthält jedes Anwendungsszenario eine Empfehlung zur strategischen Realisierung und die daraus resultierende Wertschöpfungstiefe.

5G als Innovationskatalysator

Die Ergebnisse zeigen: Telekommunikationsunternehmen können in faktisch jeder Industrie als Enabler oder Creator für innovative 5G Anwendungsfälle auftreten – von der Agrarindustrie, über das Gesundheitswesen bis hin zur Gefahrenabwehr. Tatsächlich ist der Einsatz eines Anwendungsfalles teils sogar in verschiedenen Industrien möglich. Beispielsweise kann das 5G und Augmented Reality (AR) gestützte Gefahrentraining (Augmented Reality Training for Hazardous Applications) sowohl in der Luftfahrt als auch in der Rüstungsindustrie, dem Energiesektor und dem Gesundheitswesen eingesetzt werden.

Ob sich ein Telekommunikationsunternehmen als Service Enabler oder Creator positionieren sollte, hängt dabei stark von den eigenen Ressourcen ab. Für den Use Case Real Event Streaming zum Beispiel empfiehlt es sich für Telkos, dedizierte 5G Konnektivität und Edge Cloud Computing bereitzustellen und den Dienst über ihr Entertainment Portfolio zu vermarkten. Die Entwicklung der für Virtual Reality (VR) benötigten Hardware wie VR Plattformen oder das 360° Kamera Equipment sollten sie dabei bei externen Partnern belassen, die bereits über die notwendige Expertise sowie über Vorteile in der kapital- und zeitintensiven Entwicklung und Produktion verfügen. Für die Telekommunikationsanbieter resultiert dies in einer Positionierung als Service Enabler und einer mittleren Wertschöpfungstiefe.

Der erfolgreiche Schritt zum Service Enabler und Service Creator

„Um einen größeren Anteil der 5G Wertschöpfung bei sich zu bündeln, sollten Telekommunikationsunternehmen nicht unreflektiert in jede neue Entwicklung beziehungsweise in jeden durch 5G erdenklichen Anwendungsfall investieren. Vielmehr sollten mit unternehmerischem Weitblick und in Abstimmung mit der jeweiligen Strategiewahl des eigenen Unternehmens die erfolversprechenden Anwendungsfälle identifiziert werden“, so Markus Laqua.

Grundsätzlich gibt BearingPoint die sechs folgenden Empfehlungen:

1. Telkos sollten ihr Dienstleistungsportfolio viel stärker als zuvor diversifizieren und auch solche Dienste bereitstellen, die außerhalb des eigenen Kerngeschäfts, wie im Fall des Remote Boxing Use Case, einen Mehrwert bringen (Diversify).
2. Der Fokus sollte auf bestimmten vertikalen Märkten oder Nischen liegen, die für ein Telekommunikationsunternehmen heute einen Wettbewerbsvorteil erwarten lassen (Specialize).
3. Horizontale oder vertikale Partnerschaften sind immer dann in Erwägung zu ziehen, wenn damit ein Zeit- bzw. Effizienzgewinn bei der 5G Angebotseinführung erzielt werden kann (Partner Up).
4. Vorhandene Kompetenzen, zum Beispiel zum Aufbau von Security Services, sollten genutzt werden (Strengthen Up).
5. Es sollten mögliche Effizienzen bei der Einführung neuer Dienste mittels Softwarization, Netzwerk Slicing oder Edge Computing, etc. erzielt werden (Be Efficient).
6. Eine derartige Neuausrichtung ist nur dann möglich, wenn ein Telekommunikationsunternehmen frühzeitig das notwendige Wissen ins eigene Unternehmen holt und über innovatives Venture Scouting sein Ökosystem aktiv und zielgerichtet steuert (Be Prepared).

Über die Marktanalyse

BearingPoint führt bereits seit über zehn Jahren – jährlich – eine Marktanalyse zur Entwicklung der Telekommunikationswirtschaft durch. Die Ergebnisse fließen in eine übersichtliche Infografik, die Themen fokussiert, welche die Telekommunikationsindustrie beschäftigen und vorantreiben.

Der aktuelle „Telecommunications Outlook 2020+“ kann über folgenden Link abgerufen werden:
<https://www.bearingpoint.com/de-de/unser-erfolg/insights/telecommunications-outlook-2020/>

Die Infografik anbei ist für redaktionelle Zwecke frei verwendbar. Wir bitten um Quellennachweis: BearingPoint

Portrait

Über BearingPoint

BearingPoint ist eine unabhängige Management- und Technologieberatung mit europäischen Wurzeln und globaler Reichweite. Das Unternehmen agiert in drei Geschäftsbereichen: Der erste Bereich umfasst das klassische Beratungsgeschäft, dessen Dienstleistungsportfolio People & Strategy, Customer & Growth, Finance & Risk, Operations und Technology umfasst. Im Bereich Business Services bietet BearingPoint Kunden IP-basierte Managed Services über SaaS hinaus. Im dritten Bereich stellt BearingPoint Software-Lösungen für eine erfolgreiche digitale Transformation sowie zur Erfüllung regulatorischer Anforderungen bereit und entwickelt gemeinsam mit Kunden und Partnern neue, innovative Geschäftsmodelle.

Zu BearingPoints Kunden gehören viele der weltweit führenden Unternehmen und Organisationen. Das globale Netzwerk von BearingPoint mit mehr als 10.000 Mitarbeitern unterstützt Kunden in über 75 Ländern und engagiert sich gemeinsam mit ihnen für einen messbaren und langfristigen Geschäftserfolg.

Weitere Informationen:

Homepage: www.bearingpoint.com

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bearingpoint

Twitter: https://twitter.com/bearingpoint_de

News-ID: 1099744 • Views: 1123 (Stand: 05.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1099744/5G-Neue-Marktpositionierung-fuer-Telkos.html>