

# Kleine haben das grösste Potenzial

**KMU-MARKT** Die Mobilnetzbetreiber sollten sich im eigenen Interesse mehr um die mittelständischen Unternehmen kümmern. Das bedingt aber, dass sich die Anbieter ernsthaft mit deren Bedürfnissen auseinandersetzen.

MILTON BARELLA

Der Privatkunden-Mobilfunkmarkt in der Schweiz kann als ziemlich gesättigt betrachtet werden: Die Preise fallen, die Produktvielfalt wächst laufend, Kunden- und Umsatzzahlen stagnieren, und zusätzlich sind viele neue Player in diesen Markt eingestiegen, etwa Coop Mobile, M-Budget-Mobile, Mobilezone und Tele2. Für den Geschäftskunden-Mobilmarkt wird jedoch eine starke Zuwachsrate in den nächsten Jahren prognostiziert.

## Bedingt pflegeleicht

Telecom-Angebote für grosse Geschäftskunden sind zwar zahlreich und an deren Bedürfnisse angepasst, den kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) jedoch werden diese kaum gerecht. KMU beschäftigen aber zwei Drittel der gesamten schweizerischen Arbeitskräfte und – angenommen, dass sich das Umsatzpotenzial proportional zur Anzahl Beschäftigter verhält – werden sie im Jahr 2007 ein wachsendes, nicht zu vernachlässigendes Umsatzpotenzial von rund 3 Mrd. Fr. darstellen.

Hinzu kommt, dass KMU, obwohl schwierig zu akquirieren und zu pflegen, gegenüber grösseren Firmen verschiedene Vorteile aufweisen: Sie haben eine kleinere

Kaufkraft, sie akzeptieren Standardlösungen, und Weiterempfehlungen erfolgen oft durch Mund-zu-Mund-Propaganda, sodass Werbungs- und Akquisitionskosten reduziert werden können.

Da ihr Geschäftspotenzial nicht genügend ausgeschöpft ist, sollten Mobilnetzbetreiber sich verstärkt auf KMU konzentrieren. Dazu ist aber zwingend erforderlich, dass sich die Mobilnetzbetreiber intensiver mit Telecom-Verhalten und -bedürfnissen der KMU auseinandersetzen und deren Geschäft kennen und verstehen.

Obwohl KMU sehr unterschiedlich sind und unterschiedliche Telecom-Bedürfnisse zeigen, weisen sie trotzdem mehrere Gemein-

## Netzbetreiber sollten mutige Produkte am Markt einführen.

samkeiten auf. Ihre Geschäftsziele sind ähnlich, wenn nicht identisch: Man strebt nach Flexibilitäts- und Produktivitätserhöhung, Kostenreduktion und Gewinnmaximierung. Diese Gemeinsamkeiten widerspiegeln sich auch im Telecom-Verhalten und den -bedürfnissen.

Man könnte natürlich argumentieren, dass Geschäftskunden nicht

ausgeprägt preissensitiv sind. Dies mag wohl für Grossfirmen zutreffen, nicht jedoch für KMU, die sehr auf ihre Ausgaben achten müssen. Dies hat zur Folge, dass Mobilanschlüsse sparsam verteilt und Rechnungen strikte kontrolliert werden. Zudem werden neue mobile Dienstleistungen wie Datendienste aufgrund einer negativen Preiswahrnehmung nur sehr zögerlich akzeptiert und eingeführt.

Um KMU anzureizen, mehr Mobilienste zu verwenden, sollten Netzbetreiber ein innovatives und mutiges Produkt einführen. Eine uninspirierte Kleine-Schritte-Strategie, wie sie zurzeit von den Mobilnetzbetreibern verfolgt wird, wird kaum bemerkenswerte Resultate bringen.

## Fixed-to-Mobile-Substitution

Ein grosser Schritt wäre beispielsweise, wenn die Mobilnetzbetreiber eine Ablösung des Festnetzes durch das Mobilnetz (die so genannte Fixed-to-Mobile Substitution, FMS) für Sprachdienste vorantreiben würden. Sie dürfte einer Konvergenz vorzuziehen sein, weil Letztere für viele KMU nicht realistisch und durchführbar ist, und weil die Implementierung von plattform-unabhängigen Diensten sehr aufwendig und nur bedingt möglich ist.

Um eine FMS anzuregen, muss aber das richtige Produkt angeboten werden. Deshalb sollte den

## KMU-Bedürfnisse

### Von Treibern und Bremsern

Damit ein KMU seinen Konsum von Mobilienste erhöht, muss sich die Situation betreffend seine Bedürfnisse verbessern. Bedürfnisse, an deren Verbesserung die Firma ein Interesse hat, werden auch als «**Änderungstreiber**» definiert. Darunter fallen beispielsweise die Themen «**Einfachheit**» und «**Flexibilität**».

Bedürfnisse, die nur teilweise verbessert werden können, die aber unbedingt nicht verschlechtert werden dürfen, sind als «**Änderungshindernisse**» definiert; sie entsprechen er-

worbenen Privilegien und Gewohnheiten, auf die die Unternehmen nicht verzichten wollen. Dazu gehören Fragen der **Sicherheit**, der **Qualität**, des **Prestiges** und der **Zweckmässigkeit** bzw. der **Handlichkeit**.

Der **Kostenfaktor** erscheint sowohl als Treiber als auch als Hindernis. Denn obschon eine Kostenreduktion einen Anreiz bietet, das Telecom-Verhalten zu verändern, wird derzeit wegen der hohen Kosten von Mobilienste meist auf die Umsetzung verzichtet. (mb)

von der Branche. Eine solche Lösung wird deshalb die Änderungstreiber deutlich verbessern und die Änderungshindernisse reduzieren (siehe Kasten).

Eine FMS weist aber auch für die Mobilnetzbetreiber Vorteile auf. Sie können neue KMU-Kunden und zusätzliche Anschlüsse von bestehenden Kunden anziehen. Die Kundenbindung wird erhöht und infolgedessen die teure Abwanderungsquote reduziert. Bei verbesserter Preiswahrnehmung wird ein solches Produkt die ideale Basis schaffen für die Verwendung von zusätzlichen Mobilienste wie Datendienste, mit positivem Einfluss auf den durchschnittlichen Umsatz pro Kunde. Ein Beispiel für den Privatkundenmarkt ist die Einführung von Swisscom Liberty, wo dieses Produkt trotz tieferer Gebühren nicht nur eine Erhöhung der Anzahl Anrufe, sondern auch des Umsatzes verursacht hat.

## Eine Frage des Vorsprungs

Um neue Kunden zu gewinnen, ist jedoch der Vorsprung gegenüber der Konkurrenz entscheidend. Der erste Mobilnetzbetreiber, der ein solches Produkt im KMU-Bereich anbietet, wird sich zweifellos als Marktführer für das KMU-Segment in den nächsten Jahren positionieren.

Milton Barella, Consultant, Intercai (Schweiz) AG, Wallisellen.

# Schädlinge fürs Handy

**HANDY-SICHERHEIT** Immer häufiger sorgen Mobiltelefon-Viren auch in der Schweiz für Schlagzeilen – Panikmache oder reale Gefahr?

PATRICIA FALLER

Endlich Feierabend. Herr Schweizer sitzt im Zug nach Hause. Da piepst sein Handy. Auf dem Display erscheint die Nachricht: «2gry9gl.sis». Darunter steht die Frage: «Install CommWarrior? Yes/No?»

Herr Schweizer stutzt einen Moment. Dann siegt die Neugier. «CommWarrior», das klingt nach einem Spiel. Warum nicht mal ausprobieren? Aber «CommWarrior» – ein Handy-Virus – treibt ein böses Spiel. Einmal aktiviert, sucht er nach anderen Geräten, zu denen er über Bluetooth Verbindung aufnimmt und versendet eine Kopie von sich selbst. Doch nicht nur das: Er durchstöbert auch das Handy-Adressbuch und verschickt Multimedia-Nachrichten (MMS) als Sis-Dateien an alle Rufnummern. Das kann ins Geld gehen. Immerhin kosten MMS in der Schweiz bis zu 1.20 Fr. das Stück – macht bei 50 Kontaktadressen 60 Fr.

## «It is a present for you!»

Auf dem Gerätebildschirm des Empfängers steht dann: «Happy Birthday! It is a present for you!» Oder: «Virtual Sex mobile from Russian hackers!» In Russland entwickelt, tauchte «CommWarrior»

im Frühjahr 2005 das erste Mal auf. Blinkt dagegen ein Totenkopf auf dem Handy-Display, dann hat der Besitzer «Skulls-D» eingefangen. Dieser Schädling überschreibt Systemdateien, blockiert die Tastatur und löscht Anwendungen.

Was so dramatisch klingt, ist derzeit noch kein Grund zur Panik, sagen Experten: Zum einen sind Handy-Viren selten. Zum anderen können sie sich meist nicht unbemerkt auf das Telefon schmuggeln, sondern erfordern eine Installations-erlaubnis. Ein Schädling namens «Duts» fragt zum Beispiel höflich: «Dear User, am I allowed to spread?»

Besonders gefährdet sind Handys der neuen Generation. «Bei so genannten Smartphones besteht ein mit PCs vergleichbar hohes Sicherheitsrisiko», sagt Jean-Marc Baumann. Der Sicherheitsspezialist bei Symantec, einem führenden Anbieter für IT-Sicherheitslösungen, spricht von 10 bis 15 bekannten Schadprogrammen. Andere Security-Anbieter führen bereits 100 Viren an. In der Schweiz sind Handy-Viren selten – da sind sich die Mobilfunkanbieter Swisscom Mobile, Sunrise und Orange einig. «Nur 15 Fälle gab es in den letzten zwei Jahren, bei denen Handys unserer Kunden von einem Virus be-

fallen waren», erklärt etwa Orange-Sprecherin Therese Wenger.

Das könnte sich aber schnell ändern, meint der Symantec-Spezialist Baumann: «Werden die Geräte immer multifunktionaler und sind sie aufgrund neuer Technologien ständig online, wächst das Risiko.» Möglich würden dann bisher nur von PCs bekannte Schäden, angefangen von der Datenzerstörung über das Ausspionieren von Kennwörtern und Kontoinformationen bis hin zum automatischen Anwählen teurer Verbindungen.

## Grossereignisse locken Hacker

Bis Handy-Viren aber eine wirkliche Gefahr sind, wird es noch bis Ende 2007 dauern, prognostiziert das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen Gartner. Erst dann sei eine relevante Zahl Smartphones auf dem Markt. Doch die anstehende Fussball-Weltmeisterschaft in Deutschland könnte zum Testfall werden. Sicherheitsexperten warnen vor Handy-Viren-attacken in grossem Stil. Solche Grossveranstaltungen stacheln den Ehrgeiz der Hacker an, wie sich im vergangenen Jahr bei der Leichtathletik-WM in Helsinki zeigte. Damals wurden 200 bis 300 Geräte mit dem Virus «Cabir» infiziert, der die Akku-Leistung stark vermindert.



Erwischt! Erscheint ein Totenkopf auf dem Handy-Display, hat sich das Mobiltelefon einen Virus eingefangen.

## Sicherheits-Tipps

### So schützt man Handys gegen Virenattacken

Noch sind Handy-Viren selten. Doch die Mobilfunkanbieter sorgen vor. Orange hat jetzt mit F-Secure einen Virenschutzdienst für die Kunden online geschaltet. Swisscom Mobile überwacht die Verbreitung von Viren und setzt auf Virens Scanner im Mobilfunknetz. Zudem sind auf Smartphones, die mit einem Swisscom-Mobile-

Abo abgegeben werden, Sicherheitslösungen installiert. Auch bei Sunrise ist man mit Handy-Herstellern in Kontakt. Gewisse **Verhaltensregeln** helfen Nutzern, das Risiko zu mindern: **1.** Handy-Programme nur aus vertrauenswürdigen Quellen beziehen. **2.** Unaufgefordert zugesandte Sis-Dateien löschen.

**3.** Bluetooth nur bei Bedarf aktivieren und die Option «Sichtbar für andere Geräte» deaktivieren. **4.** Verschiedene Firmen bieten Antivirenssoftware an: [www.symantec.ch](http://www.symantec.ch), [www.kapersky.com](http://www.kapersky.com), [www.mobile.f-secure.com](http://www.mobile.f-secure.com), [www.de.trendmicro-europe.com](http://www.de.trendmicro-europe.com), [www.de.mcafee.com/?CID=5825](http://www.de.mcafee.com/?CID=5825)