

Der OTT-Markt bleibt in Bewegung

Spätestens seitdem sich Apps wie „WhatsApp“, Viber oder Tango bei den Endnutzern als präferierte Kurznachrichtendienste etabliert haben, müssen Mobilfunkanbieter ernsthaft über nachhaltige Geschäftsmodelle nachdenken, die eine Zusammenarbeit mit OTT-Playern vorsieht. Für viele war Facebooks Kauf von WhatsApp für 19 Milliarden Dollar ein Weckruf, der gezeigt hat, dass eine tiefgreifende Veränderung in der Kommunikationsbranche stattfindet – weg von bezahlten Telekommunikationsdiensten hin zu kostenlosen Internetangeboten.

So genannte OTT-Anbieter (Over-the-Top) wie Facebook, WhatsApp und Co. haben heutzutage nicht nur großen Einfluss auf die Umsätze, die Mobilfunkbetreiber mit SMS generieren. Sie sind sogar bereit, ihre dominierende Position gegenüber bestehenden Carrier-Infrastrukturen durch innovative Anwendungen weiter auszubauen.

Ein wichtiger Faktor für die Erfolgsgeschichte der OTT-Nachrichtendienste liegt in der massiven Einführung von Smartphones. Laut Recherchen von MobileSquared wird es 2017 3,1 Milliarden Smartphone-Nutzer weltweit geben, doppelt so viele wie 2013 (1,6 Milliarden). Bis 2017 soll der OTT-Kommunikationsmarkt 53,7 Milliarden Dollar wert sein, mit 2,1 Milliarden Smartphone-Nutzern, die über OTT-Dienste kommunizieren. Beide Faktoren haben einen starken Einfluss auf die Telekommunikationsindustrie und kosten sie täglich Millionen an entgangenen Einnahmen. Allein die Nutzer von WhatsApp verschicken beispielweise derzeit bis zu 50 Milliarden Nachrichten pro Tag über die App.

Entwicklung neuer OTT-Dienste beschleunigt

Darüber hinaus kombinieren OTT-Apps wie Tango Messaging-Funktionen mit anderen Anwendungen, die wir bis dahin hauptsächlich von sozialen Netzwerken kannten. Im Zuge der 280 Millionen Dollar schweren Finanzierung von Alibaba verkündete Tango, die Plattform dahingehend weiterzuentwickeln, dass Nutzer künftig auch Fotos, Musik, Spiele, Sprach- und Videonachrichten über die App teilen können. Nach Analysten-Meinung von Forrester werden sich einige Messaging-Apps außerdem zu eigenständigen Plattformen entwickeln, auf denen wiederum Drittanbieter Apps kreieren können.

In den vergangenen Monaten investierten einige prominente Internet-Unternehmen Millionen in OTT-Technologien, um ihre mobilen Angebote auszubauen und ihren Nutzern neue Messaging-Möglichkeiten zur Verfügung zu stellen. So machte nicht nur Facebook mit der Übernahme von WhatsApp Schlagzeilen. Auch Apple investierte in seinen Dienst „iMessage“. Instagram brachte „Instagram Direct“ auf den Markt und Tango sicherte sich neue Finanzmittel. Durch den Zufluss von Investitionskapital wuchs die Kapitalisierung des OTT-Marktes deutlich, mit dem Ergebnis, dass zahlreiche innovative Partnerschaften entstehen, die weit über das Messaging hinausgehen.

Auf dem diesjährigen Mobile World Congress gab WhatsApp-CEO Jan Koum bekannt, kostenlose Sprachanrufe für die mittlerweile 500 Millionen Nutzer zu ermöglichen, was den OTT-Player zum direkten Konkurrenten von Skype und Viber macht. Kurz darauf kündigte WhatsApp eine Zusammenarbeit mit E-Plus an, bei der Abonnenten einer speziellen Datenflat WhatsApp kostenlos nutzen können. Mit dem Ziel eine Milliarde Nutzer zu erreichen und somit eines der größten virtuellen Netzwerke weltweit zu werden, plant WhatsApp seine Attraktivität weiter zu steigern, indem es seine Kommunikationsmöglichkeiten ausbaut. Diese Entwicklung wirkt sich auch positiv für Facebook aus, zumal das soziale Netzwerk dadurch seinem Ziel, sich als die globale Kommunikationsplattform schlechthin zu etablieren, wieder einen Schritt näher gekommen ist.

Dank des Zugriffs auf 500 Millionen WhatsApp-Nutzer, kann Facebook Mobilfunkbetreiber komplett umgehen, was sich entsprechend auf das SMS- und Sprachgeschäft der Anbieter auswirkt. Da deren Wertschöpfung auf Transaktionsgebühren

beruht, verstärkt dieser Deal die Notwendigkeit für die MNOs, ihren Marktanteil zurückzuerobern und OTT-Dienste zu Geld zu machen.

Weitere „Bedrohungen“: Web-RTC & EU-Regulierung

Neben verstärkten Investitionen und Konsolidierungen im OTT-Markt sehen sich die klassischen Telekommunikationsunternehmen auch mit internetbasierten Neuerungen wie Web-RTC konfrontiert, was das Wachstum von OTT-Diensten weiter beschleunigt. Durch die Unterstützung von Google, Mozilla und Opera entwickelt sich Web-RTC schnell zur Standardfunktion, um leicht zugängliche Kommunikation zu fördern. Dank einer API, die Echtzeitkommunikation ermöglicht und Webbrowser nutzt ohne Plug-Ins herunterladen zu müssen, macht Web-RTC es einfach, Sprach- und Videokommunikation in Webseiten zu integrieren. Die Technologie beschleunigt OTT-Anwendungen, indem sie den Zugang zu Sprache und Video ermöglicht. Dabei ist Web-RTC nicht nur für OTT-Dienstleister von Vorteil, sondern auch für Mobilfunkbetreiber. Diejenigen, die sich mit neuen Finanzierungsmodellen für die Unterstützung von Web-RTC auseinandersetzen, können ihre Angebote attraktiver machen und bleiben konkurrenzfähig.

Neue Roaming-Regulierungen üben zusätzlichen Druck auf europäische MNOs aus, was Europa wahrscheinlich zu dem am härtesten von OTT-Diensten betroffenen Telekommunikationsmarkt macht. Mit der Vision, einen einheitlichen Telekommunikationsmarkt innerhalb der EU zu schaffen, bestätigte das Europäische Parlament vor kurzem Regulierungsmaßnahmen, die nicht nur die Netzneutralität stärken, sondern auch das Ende der Roaming-Gebühren innerhalb der EU bedeuten würden.

In der Vergangenheit versuchten einige Mobilfunkbetreiber ihre eigenen OTT-ähnlichen Dienste anzubieten, allerdings verliert diese Möglichkeit zusehends an Attraktivität. In einer internationalen Studie von MobileSquared im Jahr 2013 unter mehr als 40 MNOs und MVNOs gaben gerade einmal 21 Prozent der Befragten an, einen eigenen OTT-Service auf den Markt bringen zu wollen. 2012 waren es dagegen noch 26 Prozent. Der Rückgang ist möglicherweise auf die Komplexität bei der Integration des GSMA-unterstützten Standards Joyn zurückzuführen. So glaubten 2013 laut der Umfrage nur sieben Prozent, dass Joyn die Lösung ist, um im Wettbewerb mit Messaging- und Sprachdiensten von Internet-Unternehmen wie Facebook, Whatsapp und Skype bestehen zu können.

Den Mobilfunkbetreibern bleiben nur einige wenige Möglichkeiten: Sie können sich weiter entwickeln und innovative Sprach- und SMS-Dienste auf den Markt bringen oder mit OTT-Anbietern kooperieren. Entscheiden sie sich für eine Zusammenarbeit, besteht die Möglichkeit, eine für beide Seiten gewinnbringende Beziehung aufzubauen: MNOs wären zum Beispiel in der Lage, Umsätze durch Off-Net-Anbindungen, erweiterte SMS-Dienstleistungen oder zusätzlichen Sprach- und Datenverkehr zu generieren. Kooperierende OTT-Anbieter könnten diesen wiederum eine weitere Reichweite bei einem potenziell größeren Kundenstamm ermöglichen. Zudem bestünde die Möglichkeit, zusätzliche Einnahmen mit Umsätzen aus Datentarifen, In-App-Einkäufen und der Lizenzierung von Clients zu erzielen.

Die Zukunft spricht VoLTE

Betrachtet man die zunehmenden Veränderungen und Neuerungen in der TK-Branche, ist es nur eine Frage der Zeit, bis Mobilfunkbetreiber vom Markt verschwinden, die weiterhin Möglichkeiten ignorieren, mit OTT-Playern zusammenzuarbeiten. Bei dem Versuch, verlorene Einnahmen zurückzugewinnen, werden viele Mobilfunkanbieter auf VoLTE setzen, eine standardbasierte Technologie, die VoIP-Anrufe über das LTE-Netzwerk unterstützt. Durch das Vereinheitlichen der Sprach- und Datenwertschöpfungsketten erlaubt VoLTE Netzbetreibern, intern die Effizienz zu steigern, indem Sprachanrufe von herkömmlichen Netzwerken zu Daten-Apps verschoben werden. Dabei bündeln Mobilfunkbetreiber

Bild: MPC Mobilservice



Franz Schulze Sprakel,
Geschäftsführer MPC Mobilservice

Europa ist keine Insel

Gedanken zum OTT-Markt in Hinblick auf die aktuellen Pläne der USA beim Thema Netzneutralität

Alle Daten sind gleich. Aber manche sind gleicher als die anderen? – Das Thema Netzneutralität spielt im Konflikt zwischen OTT-Anbietern und TK-Unternehmen eine entscheidende Rolle.

Schaut man in die USA, ist die Netzneutralität bereits angezählt: Trotz massiver Proteste hat die US-Kommunikationsaufsicht FCC jüngst den Plänen für eine kostenpflichtige Überholspur im Internet zugestimmt. Netzprovider wie Verizon oder Comcast dürfen damit OTT-Anbieter künftig zur Kasse bitten, wenn diese Videos oder andere Inhalte auf schnelleren Leitungen übertragen lassen wollen. Der Videostreamingdienst Netflix lebt diese Praxis bereits, indem er sich ein Vorfahrtsrecht für seine Daten erkauf hat.

Die von Kritikern befürchtete Entwicklung hin zum „Zwei-Klassen-Netz“ wird neue Geschäfts- und Partnermodelle zwischen OTT-Anbietern und klassischen TK-Unternehmen nach sich ziehen. Aber auch der Wettbewerb unter den Content-Lieferanten selbst wird massive Umwälzungen erfahren: Mit breit aufgestellten Ecosystemen haben die Schwergewichte Google, Apple & Co einen klaren Vorteil gegenüber kleineren unabhängigen OTT-Anbietern, die ebenfalls datenhungrige Dienste anbieten und die Geschwindigkeit im Internet nicht ohne Weiteres aus der Portokasse bezahlen können.

Auch die europäischen Netzbetreiber würden künftig gerne Maut von den OTT-Anbietern kassieren. Diesem Wunsch hat das EU-Parlament Anfang April eine Absage erteilt und sich mit großer Mehrheit für einen Schutz der Netzneutralität ausgesprochen. Dennoch bleibt abzuwarten, ob die Netzneutralität in der EU tatsächlich dauerhaft gesichert wird. Große Entwicklungen machen nicht vor Landesgrenzen Halt und die Geschichte lehrt, dass gerade jenseits vom großen Teich früher oder später Dinge zu uns herüberschwappen. Dies gilt nicht zuletzt für Entwicklungen bei einem dynamischen und umkämpften Medium wie dem Internet, bei dem verschiedenste Marktteilnehmer versuchen, die Rahmenbedingungen und Spielregeln für das Netz zu ihren Gunsten zu ändern.

verschiedene Frequenzen, um eine größere Bandbreite und schnellere drahtlose Dienste anbieten zu können. Indem Netzbetreiber ihr Hauptunterscheidungsmerkmal effektiv einsetzen – ihre Konnektivität –, können sie mittels VoLTE eine höhere Qualität bei Sprach- und Videoanrufen anbieten. Hinzu kommen verbesserte Möglichkeiten für das Messaging durch die direkte Verknüpfung mit Telefonnummern. In den nächsten Monaten werden einige MNOs außerdem in den etablierten Märkten VoLTE-Geräte einführen mit der Absicht, Betriebskosten zu reduzieren und mit OTT-Anwendungen in Bezug auf Qualität Schritt zu halten.

Langfristig gesehen bietet sich MNOs, die gegenüber Anbietern von OTT-Services und anderen Dienstleistern aufgeschlossen sind, die Chance, weitere Kooperationsmöglichkeiten zu erkunden, die für beide Seiten attraktiv sind. Um jedoch internatio-

nal ausgelegte Partnerschaften erfolgreich realisieren zu können, sind offene Diskussionen mit führenden Mobilfunkbetreibern und unabhängigen Spezialisten für die Zusammenführung von Telekommunikation und Internet eine grundlegende Voraussetzung. Klassische TK-Unternehmen werden zunehmend damit konfrontiert sein, alte Infrastrukturen zu erneuern – andernfalls riskieren sie es, ihren Marktanteil komplett zu verlieren. Trotz des steinigen Wegs, der vor ihnen liegt, gibt es für sie durchaus Chancen, sich erfolgreich im digitalen Zeitalter zu behaupten. Zumindest diejenigen, die offen gegenüber innovativen Kooperationen sind, werden einen wichtigen Beitrag zur Definition einer neuen Telekommunikationsinfrastruktur leisten. (DK)



Thorsten Trapp,
Mitbegründer und CTO, Tyntec