

## Mobile Business

### Kapitel 3

#### Geschäftsmodelle und Formen des Mobile Business

- **Mobile Dienste**
  - Sammelbegriff für alle Dienste und Anwendungen, die mit mobilen Endgeräten von unterwegs aus genutzt werden können
- **Mobile Mehrwertdienste**
  - werden über einen mobilen Datendienst Inhalte transportiert, die einen monetären Wert haben, so ist dies ein Mobiler Mehrwertdienst
- **Beispiele:**
  - Nachrichten, Shopping, Sicherheit
  - Unterhaltung, Sicherheit, Reise
  - Finanzen, Suchdienste

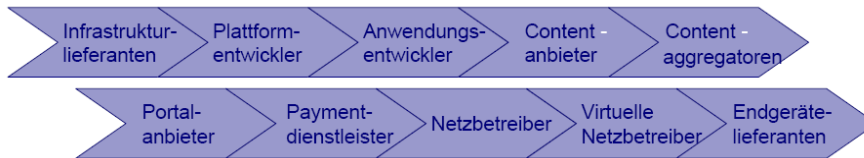
- **Mobile Dienste in der Vergangenheit:** Leistungsportfolio der Mobilfunkanbieter bestand fast ausschließlich aus der mobilen Sprachtelefonie und SMS
- **zunehmender Wettbewerb:** durchschnittliche Umsätze pro Kunden sanken
- **Mobile Datendienste** wurden als lukratives Geschäftsfeld erkannt
- **Anfangsschwierigkeiten** bei der Einführung mobiler Datendienste:
  - keine hinreichende Erfahrung in der Entwicklung und den Betrieb von Informationsprodukten
  - es fehlten Organisationsstrukturen, um Informationsprodukte in entsprechender Quantität und Qualität zu entwickeln und flexibel anzupassen

- Mobilfunkmarkt wurde mit der Einführung mobiler Datendienste komplexer
- für ein Unternehmen ist es fast unmöglich, ausschließlich selbst produzierte Leistungen anzubieten
- **kritischer Erfolgsfaktor** bei der Vermarktung mobiler Dienste: Kooperationen und Partnerschaften
- Dienstkonzepte des stationären Internets sind im Mobilfunk nicht ohne weiteres anwendbar
- erfolgreiche mobile Dienste greifen die spezifischen Eigenschaften des mobilen Nutzungskontext auf



Welche Risiken bestehen bei der Einführung mobiler Dienste?

**Mobile Business Wertschöpfungskette**



👉 Was sind die Spezifika der einzelnen Marktparteien?

**Personalisierung und Individualisierung**

- Personalisierung:
  - Anpassung eines mobilen Dienstes an die spezifischen Anforderungen einer Person
  - Teilbereich der situationsabhängigen Anpassung der Dienste
  - zur Personalisierung werden Profilinformatoren herangezogen
- Individualisierung:
  - Anpassung ohne Zurechenbarkeit auf eine konkrete Person
  - Anpassung auf die Eigenschaften und Präferenzen eines Pseudonyms einer Person

**Kategorien der Individualisierung**

- Anpassung bezüglich des Ortes:
  - Anpassung des Dienstes an den genauen Ort des Benutzers
  - Location Based Services (LBS)
- Anpassung bezüglich Zeit:
  - an Tages- und Wochenzeiten
  - an die persönlichen Termine des Kunden
- Anpassung bezüglich der Person:
  - an die speziellen Eigenschaften des Benutzers
  - wichtige Bestandteile: Präferenzen, Profile, Kenntnisse und Interessen des Benutzers



Wie erfolgt der Erstellungsprozess der Individualisierung?

**Kontext**

- Kontext ist jede Art von Information, die zur Beschreibung der Situation einer Entität genutzt werden kann
- eine Entität ist eine Person, ein Ort oder ein Objekt mit Relevanz für die Interaktion zwischen einem Benutzer und einer Anwendung, einschließlich des Benutzers und der Anwendung selbst
- Kontext bezieht sich auf viele Eigenschaften
  - Ort (absolut oder relativ zu einem Dienst/Endgerät)
  - Bandbreite/Netz
  - Benutzerparadigma (Desktop vs. Mobiltelefon)
  - Vorlieben/Interessen des Benutzers
  - Zielplattformen

**Kontextsensitivität**

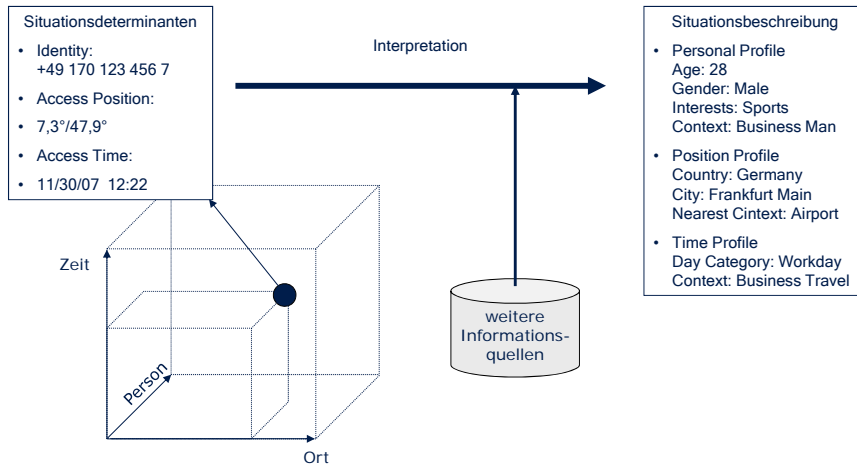
- Dienst wird in dem Kontext verwendet, um relevante Informationen und/oder Dienste dem Benutzer zur Verfügung zu stellen, wobei die Relevanz von der Aufgabe des Benutzers abhängt
- kontextsensitiver Dienst besitzt die Fähigkeit, sich bezüglich einer konkreten und beschreibbaren Situation sowie deren Veränderungen im Laufe der Zeit anzupassen
- kontextsensitive Merkmale
  - Präsentation von Informationen und Diensten gegenüber dem Benutzer
  - automatische Ausführung von Diensten
  - Assoziationen von Informationen mit einem bestimmten Kontext zum späteren Abruf

**Kontextsensitive Dienste: Konzept einer Dienstplattform**

Elemente der Dienstplattform

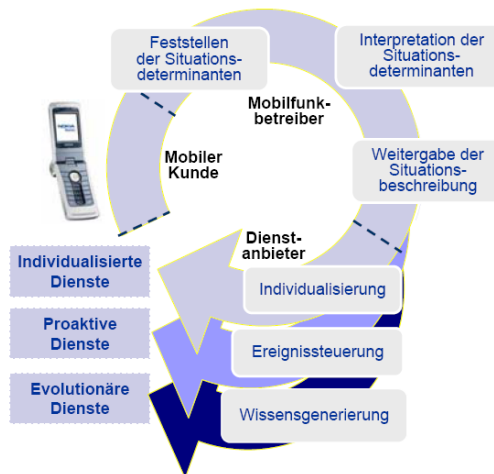
- Situationskonzept
  - systematisiert den mobilen Nutzungskontext
  - macht die Nutzungssituation für die kooperative Leistungserstellung anwendbar
- Interaktionsmodell
  - beschreibt die Leistungs- und Informationsbeziehungen zwischen den beteiligten Marktteilnehmern
  - fokussiert auf die kooperative Informationsverarbeitung
- Nutzungszyklus
  - stellt den Prozessablauf für die Dienstbereitstellung dar
  - geht auf unterschiedliche Arten situationsabhängiger mobiler Dienste ein
- Systemarchitektur
  - beleuchtet die technische Umsetzbarkeit des Gesamtkonzeptes
  - stellt eine grundlegende Architektur für die Realisierung bereit

**Situationskonzept**



**Nutzungszyklus**


- Prozessablauf für die Bereitstellung situationsabhängiger mobiler Dienste
- Drei Dienstarten
  - Individualisierte Dienste
  - Proaktive Dienste
  - Evolutionäre Dienste
- Sechs grundlegende Aufgaben sind durchzuführen:
  - Feststellen der Situationsdeterminanten
  - Interpretation der Situationsdeterminanten
  - Weitergabe der Situationsbeschreibung
  - Individualisierung
  - Ereignissteuerung
  - Wissensgenerierung



**Kontextsensitive Dienste: Probleme**

- Datenschutz
  - Kontrolle über Sammeln von Kontextinformationen
- Nachvollziehbarkeit der Auswertung
- Schutz der Privatsphäre anderer
  - Zugriff nur auf selbst wahrnehmbaren Kontext
- Sicherheit
  - Korrektheit der Kontextinformationen

**Ziele des B2B Mobile Business**

- Betreiber von B2B-Anwendungen und –diensten
    - Häufig das Unternehmen, das Anwendung/Dienst einsetzt
    - spezialisierte Diensteanbieter
-  Welche typischen Ziele werden im B2B Mobile Business verfolgt?

**Horizontale mobile Applikationen**

- Ortsbasierte Dienste
- Mobile Bezahlungsfunktionen
- Messaging
- Außendienstdisposition
- Mobile CRM
- Informationsdienste
- Mobile Datenbankabfragen
- Workgroup-Anwendungen

**Vertical Solutions**

- im Bereich der **automatisierten Vertriebssteuerung** werden mobile Endgeräte zur flexiblen, effizienten Kundenterminplanung sowie als mobiles Instrument zur Entscheidungsunterstützung vor Ort eingesetzt
- **Mobile Executive** = mobile Applikationen, die Führungskräfte in ihrer Entscheidungsfindung helfen, so z. B. der mobile Zugriff auf Unternehmens- oder Kundendaten und Sekundärquellen
- **Commercial Vehicle Telematics** = Dienste zur Unterstützung der Disposition von Fahrzeugen im Bereich Logistik und Mobile Equipment Positioning
- neben den Anbietern für individuelle, projektspezifische Lösungen, gibt es eine Reihe von Anbietern, die schnell zu implementierende „fertige“ Lösungen anbieten



**Geschäftsprozesse verstehen, Lösungen entwickeln und ausgereifte Architekturen implementieren**

- Voraussetzung für eine erfolgreiche Positionierung im Lösungsgeschäft ist das Verständnis für die Geschäftsprozesse des Kunden
- mobile Lösungen müssen sich mehr und mehr den steigenden Anforderungen heutiger Geschäftsprozesse stellen
  - mobile Vernetzung verschiedener Mitarbeitergruppen untereinander
  - Implementierung unterschiedlicher mobiler Endgeräte
  - Applikationen müssen unterschiedliche Bandbreite berücksichtigen und nur die jeweils relevanten Informationen bereitstellen

**Erfolgsfaktoren Mobile Business**

Softwareplattform & Integration	Customization
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ vernetzte Systemlösungen</li> <li>■ virtueller Marktplatz für softwarebasierte Erweiterungen</li> <li>■ Lock-in-Effekt bei proprietären Plattformen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Personalisierung sowie Individualisierung von Dienstleistungen und Produkten</li> <li>■ Lokalisierung von Angeboten und Präferenzen</li> </ul>
Medienbruchfreiheit & Seamless Connection	Bandbreite
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ universelle zeit- und ortsungebundene Verfügbarkeit von Daten</li> <li>■ Neugestaltung von Prozessen und Informationsketten</li> <li>■ Ressourcen- und Zeiteinsparungen durch den Einsatz eines zentralen mobilen Endgerätes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Voraussetzung für internetbasierte mobile Dienste</li> <li>■ Priorisierung der Daten anhand einer Anwendungszuordnung</li> </ul>

Quelle: Urban, Th.; Carjell, A. (2015), S. 158