



# Mobile Communities

Potenziale aus Sicht eines Mobilfunkanbieters

Björn Flormann

Head of Products & Applications  
Product Management & Strategy

06 Feb. 2003



# Agenda

1. Definition von “Mobile Communities” aus Sicht eines Operators
2. Mobile Communities bei O<sub>2</sub>
3. Geschäftsmodelle
4. Kritische Erfolgsfaktoren
5. Ausblick

# Definition von “Mobile Communities” aus Sicht eines Operators

- eine Gruppe von Mobilfunkkunden, die
- über ein Mobiltelefon
- zu einem bestimmten Thema
- ortsungebunden kommunizieren und / oder interagieren möchte

# Mobile Communities bei O<sub>2</sub>

O<sub>2</sub> nutzt seine vorhandene Infrastruktur, um seine Kunden beim Aufbau von Communities zu unterstützen

- P2P Communities
  - offen, frei, wild, spontan --> nicht moderiert
- Schaffung von stand-alone Communities innerhalb der O<sub>2</sub> Kundenbasis
  - O<sub>2</sub> SMS Chat
- Schaffung operatorübergreifender Communities:
  - Teletext Chats
- Mobilisierung existierender Communities
  - SMS Wholesale Business: z.B. U-Boot, Zed, Ebay
  - WAP: z.B. Amica

# Geschäftsmodelle

Grundsätzlich keine bzw. relativ geringe Set-Up Kosten

- SMS Chat: Revenue Share zwischen ASP und Operator
  - ASP: Technik, Monitoring, Filtering, Quality of Service, Moderation, Hilfe
  - Operator: Kundenbasis, Abrechnung, Sicherstellung SMS Verbindung, Vermarktung
  
- SMS Teletext Chat: Revenue Share zwischen TV Sender, Mediator und Operator
  - TV-Sender: Vermarktung, Bereitstellung Teletextseiten
  - Mediator: Technik, Monitoring, Filtering, Quality of Service, Moderation, Hotline, Vertragspartner für Operator + TV Sender)
  - Operator: Kundenbasis, Abrechnung, Sicherstellung SMS Verbindung, Vermarktung

# Kritische Erfolgsfaktoren

- User Interface:
  - Keep it short+simple (SMS < 160 Zeichen)
- Kritische Masse + Teasing / Animation / Filtering
  - Schnelle Erreichung der kritischen Masse ist key!
  - Animation der bestehenden Kundenbasis
  - SMS Teasing zur Erweiterung der Kundenbasis
  - Moderation des Chats
  - Schutz vor Mißbrauch des Chats (jede SMS wird überprüft!)
- Win - Win Modelle:
  - Keine bzw. relativ geringe Set-Up Kosten
  - Revenue Share zwischen ASP und Operator
- Partner (Kompetenz, Erfahrung, Qualität, Rev. Share)

# Ausblick

- Weiterentwicklung der SMS Communities in Richtung MMS:
  - Kurzbeschreibung des Chatpartners mit Farbphoto,
  - Unterstützung des Chat / Forum durch Photos
  - TV Chat: Bilder werden im Screen angezeigt, bspw: MTV, VIVA,



**Moorea75**

Girl, 22 year-old, Paris. Member since 28/07/2001

I am a fan of travels and adventure Music is also my hobby. I am cool, pretty and expect to meet nice new buddies. CU !



**Moorea**

I have to sell my car to get money for vacations. Look at the picture and make an offer !



- Integration von funktionspezifischen Clients in z.B. Java-Telefone
- Weiterentwicklung Richtung LBS: ortsbezogenes chatten, z.B. Kino München
- Weiterentwicklung Richtung UMTS: Video Conferencing, ....

# Verbundprojekt COSMOS

- COSMOS: Community Online Services and Mobile Solutions



- Ein Verbundprojekt der Antragsteller TU München, Universität Hohenheim, Ericsson Deutschland GmbH, O<sub>2</sub> Germany GmbH & Co. OHG
- Erstes Verbundprojekt in Deutschland zur Pilotierung von mobilen Diensten für Communities
- 2 Pilotcommunities mit mobilen Diensten in den Domänen Lifestyle und Healthcare werden implementiert und evaluiert.

# BACKUP: SMS Communities bei O<sub>2</sub>

- SMS Chat
  - Anmeldung über IVR (9999, Eingabe von Alter, Geschlecht, PLZ, Forumauswahl, AGBs, Erklärung....)
  - Kunde erhält Bestätigungs SMS mit der Aufforderung Nickname auszuwählen, Chat kann beginnen (SMS an 9999)
  
- SMS Videotext Chat
  - RTL, SAT1, Pro7, RTL2, Kabel1, DSF, VOX, MTV, VIVA, NBC Giga
  - Anmeldung, AGBs, Forumauswahl, Erklärung auf den entsprechenden Teletextseiten, reiner SMS Chat, ohne IVR