

Realisierung der IPTV Vision



Die Herausforderung

Die laufenden Forschungsarbeiten von Accenture zu High Performance Unternehmen zeigen, dass Telekommunikationsunternehmen in der Lage sein müssen, innovative neue Technologie- Plattformen schnell umzusetzen und ihren Marktfokus auf neue Mehrwertdienste zu richten. In der Vergangenheit bewegte sich der Markt von traditionellen inländischen Voice Diensten zur Wireless-, Breitband- und Internet-Protokoll-Telefonie (VoIP).

Als ein Marktführer ihrer Branche nahm die Deutsche Telekom "das nächste große Projekt", Internet-Protokoll Fernsehen (IPTV) – ein Dienst, der Verbrauchern den Empfang von TV und anderen Multimedia-Diensten über Breitbandnetze mittels Internet-Technologie ermöglicht – frühzeitig ins Visier. Die kommerzielle Bündelung von IPTV, Telefondiensten und Internetzugang, die über eine einzige Breitbandverbindung bereitgestellt wird, wird als "Triple-Play" bezeichnet.

Mit neuen Mehrwert-Unterhaltungsdiensten rund um IPTV war es das Hauptziel der Deutschen Telekom, sinkende Voice Einnahmen und begrenzte Wachstumsperspektiven in einem zunehmend

wettbewerbsintensiven Markt zu kompensieren, in dem Fixed-Mobile Substitution (FMS), VoIP und aggressive Kommunikationsangebote von Kabel-TV-Betreibern Telekommunikations-Netzbetreiber dazu veranlassen, ihr Kerngeschäft zu schützen und nach neuen Quellen für Einnahmen und Kundenwachstum zu suchen.

Die Entscheidung der Deutschen Telekom für weitere Schritte in Richtung eines IPTV Dienstes wird auch durch die Forschung von Accenture und der Economist Intelligence Unit (EIU) untermauert, die feststellt, dass mehr als 60 Prozent der befragten Führungskräfte aus den Bereichen Kommunikation, High-Tech und Medien zuversichtlich sind, dass IPTV in den nächsten drei Jahren signifikante Einnahmen erzielen wird.

Ziel des Triple-Play Angebotes der Deutschen Telekom war es, einen bequemen Service aus seiner Hand mit einer großen Auswahl an Home Entertainment-Diensten anzubieten, wie z. B. öffentliche Standard (SD) und High Definition (HD) Kanäle mit öffentlichen und Premium-Inhalten, interaktive TV-Funktionen, eine große Video-on-Demand Bibliothek und TV-Archiv, Electronic Program Guide, Personal



Video Recorder, Timeshifting, Home Media Sharing sowie High-Speed Internetzugang und Telefonie-Dienst.

Um die anspruchsvolle Einführung von IPTV technisch zu ermöglichen, führt die Deutsche Telekom ein Very High Speed Digital Subscriber Line (VDSL) Netzwerk in allen deutschen Großstädten ein – eine bedeutende Investition in eine neue Netzwerk-Infrastruktur, welche die wesentlich höheren Anforderungen an die Bandbreite von IPTV Entertainment-Diensten unterstützen wird. Für die IPTV-Middleware wählte die Deutsche Telekom die Microsoft® Mediaroom™ Multimedia Software Plattform. Bei der Einführung des IPTV-Dienstes stand die Deutsche Telekom vor einer sehr schwierigen Situation: eine komplexe IPTV-Service Plattform für einen anspruchsvollen Massenmarkt Service in Echtzeit, 24 Stunden pro Tag und 7 Tage die Woche, mit hoher Bandbreite, in sehr kurzer Zeit zu entwickeln, zu integrieren, einzuführen und in Betrieb zu nehmen.

Die Lösung

Accenture und Avanade stellten einen innovativen und pragmatischen Lösungsansatz für Design und Lieferung sowie auch das erforderliche Know-How in der Systemintegration bereit und brachte das Expertenwissen durch hoch qualifiziertes Personal für Medien-Infrastruktursysteme und Prozesse mit. Daher waren Accenture und Avanade die logische Wahl für die Deutsche Telekom. In dem von Accenture geführten Team waren auch Mitglieder von Avanade eingebunden, einem Joint Venture Unternehmen von Accenture und Microsoft, das zusätzliches tiefgreifendes, technisches Know-how für die Microsoft Technologie einbrachte.

Accenture unterstützte die Deutsche Telekom zunächst in einer strategischen Studie über Fernsehen der nächsten Generation und potentielle Markteintritte. Anschließend halfen Accenture und Avanade der Deutschen Telekom die funktionalen und technischen Architektur-anforderungen der neuen IPTV Medien-Infrastruktur zu definieren und zu verwalten. Während der Systemintegrationsphase unterstützten Accenture und Avanade die Deutsche Telekom in einem breiten Spektrum von Bereichen und deckte die Implementierung der IPTV-Plattform von Anfang bis Ende ab. Der Support umfasste Projektmanagement, die Definition der Technischen Architektur, Design und Systemkonfiguration, Sizing der Produktions- und Testumgebung, Infrastruktur-Roll-Out und den technischen Third-Level-Support.

Zusammen mit der Deutschen Telekom entwickelte und implementierten Accenture und Avanade außerdem eine robuste organisatorische Struktur für das IPTV-Plattform-Management. Diese Struktur – Organisations- und Entwicklungsprozesse – wurde schließlich als Entwurf für eine neue Abteilung innerhalb der Deutschen Telekom verwendet und wird als "Best Practice" innerhalb der Technologie-Organisation der Deutschen Telekom angesehen.

Im Bereich IT Operations waren Accenture und Avanade für das Setup und die Optimierung des Bereichs Service Support Management verantwortlich sowie für das Setup und die ständige Verwaltung des Office Programmbetriebs, das alle IPTV Workstream Prozesse koordiniert.

Seit der erfolgreichen Einführung im Oktober 2006 haben Accenture und Avanade eine kontinuierliche Unterstützung für die Entwicklung, Skalierung und den Betrieb der IPTV-Service Plattform bereitgestellt.

Die Ergebnisse

Accenture und Avanade halfen der Deutschen Telekom bei der Nutzung einer neuen, hochmodernen Technologie, schaffte die erforderlichen Qualifikationen und etablierte robuste Prozesse für die Lieferung, Wartung und den Betrieb eines innovativen IPTV-Dienstes. Dieter Engel, Senior Vicepresident Media Product Development, fasst den Beitrag von Accenture wie folgt zusammen: "Unsere Partnerschaft mit Accenture bedeutet, dass wir Zugang zu einer einzigartigen Kombination aus durchgehenden Einsatzmöglichkeiten von IPTV haben. Ihre Erfahrung in Breitband, Video-on-Demand, Kabel und anderen IPTV Einführungen ist eine wertvolle Ressource für das Projekt der Deutschen Telekom und ein wichtiger unterstützender Beitrag für die Sicherstellung der erfolgreichen Einführung."

In weniger als einem Jahr ermöglichte das Accenture-geführte Team der Deutschen Telekom eine erfolgreiche Einführung des IPTV-Dienstes in den zehn größten Städten Deutschlands. Bis Ende 2008 hatte die Deutsche Telekom ihre Infrastruktur um mehr als 750 deutsche Städte erweitert, und einige 500.000 Kunden bestellten das Triple-Play Angebot.



Über Avanade

Avanade bietet Dienstleistungen, basierend auf Microsoft-Technologien, die Know-how, Expertise und Innovation vereinen und dabei Kunden bei der Realisierung ihrer Ziele unterstützen.

www.avanade.com

©2009 Avanade Inc. All rights reserved. The Avanade name and logo are registered trademarks in the US

Europe

London
Phone +44 0 20 7025 1000
Europe@avanade.com

Americas

Seattle
Phone +1 206 239 5600
America@avanade.com

Asia-Pacific

Sydney
Phone +612 9005 5900
AsiaPac@avanade.com

Die neue IPTV Plattform ermöglicht es der Deutschen Telekom, neue Kunden zu gewinnen, den Wechsel von Kunden zu einem Konkurrenzanbieter zu verringern und zusätzliche Umsätze zu generieren. Am wichtigsten ist, dass das IPTV-Angebot dazu beigetragen hat die Position der Deutschen Telekom für High Performance in einem der am heftigsten konkurrierenden Telekommunikationsmärkte in Europa zu stärken.

Das Produkt wird vermarktet unter der T-Home Entertain Marke (siehe www.t-home.de).

Das Unternehmen

Die Deutsche Telekom ist mit einem Umsatz von 62,5 Milliarden Euro in 2007 eines der größten integrierten Telekommunikationsunternehmen Europas. Es versorgt mehrere Millionen Privat- und Geschäftskunden in fast 50 Ländern und bietet eine breite Palette von Telekommunikations- und Informationstechnologieleistungen — vom Festnetz und Mobilfunk über Breitbanddienste bis hin zu komplexen IT- und Kommunikationslösungen.

Die vorausschauende Einstellung des Unternehmens wird durch die kontinuierliche Forschung von Accenture zu High Performance Unternehmen validiert, was zeigt, dass Telekommunikationsunternehmen in der Lage sein müssen innovative, neue Technologie-Plattformen einzusetzen und ihren Marktfokus auf neue Mehrwertdienste zu richten. Bei der Einführung des IPTV-Dienstes stand die Deutsche Telekom vor einer sehr schwierigen Situation: eine komplexe IPTV-Service Plattform für einen

anspruchsvollen Massenmarkt Service in Echtzeit, 24 Stunden pro Tag und 7 Tage die Woche, mit hoher Bandbreite, in sehr kurzer Zeit zu entwickeln, zu integrieren, einzuführen und zu betreiben. Die Deutsche Telekom entschied sich bei diesem Vorhaben mit Accenture und Avanade zu arbeiten, da beide einen innovativen und pragmatischen Lösungsansatz für Design und Lieferung sowie auch das erforderliche Know-How in der Systemintegration kombiniert mit Expertenwissen über Medien-Infrastruktursysteme und Prozesse bereitstellten.



Über Avanade

Avanade bietet Dienstleistungen, basierend auf Microsoft-Technologien, die Know-how, Expertise und Innovation vereinen und dabei Kunden bei der Realisierung ihrer Ziele unterstützen.

www.avanade.com

©2009 Avanade Inc. All rights reserved. The Avanade name and logo are registered trademarks in the US

Europe

London
Phone +44 0 20 7025 1000
Europe@avanade.com

Americas

Seattle
Phone +1 206 239 5600
America@avanade.com

Asia-Pacific

Sydney
Phone +612 9005 5900
AsiaPac@avanade.com