

# «Für uns als IP-Carrier ist VoIP eine zentrale Applikation»

Als innovativer Corporate Network Carrier hat cablecom im Schweizer Markt erfolgreich neue Akzente gesetzt. Nun soll cablecom auch im Geschäftskundenmarkt innerhalb von Liberty Global als B2B-Kompetenzzentrum eine Vorreiterrolle übernehmen. Frank Boller, Leiter der Abteilung Business Markets, über cablecoms Pläne als Anbieterin von IP-basierten End-to-End-Kommunikationslösungen.

**Frank Boller, Sie haben im Dezember 2005 die Leitung von cablecom business übernommen. Was ist Ihre Zwischenbilanz nach gut 100 Tagen im Amt?**

Meine Vorstellung von cablecom hat sich bestätigt. Das Unternehmen wird im Markt als einziger alternativer Anbieter wahrgenommen, der über eine eigene nationale Infrastruktur bis zum Endkunden verfügt. Gerade in der Agglomeration und in ländlichen Gegenden haben wir die Möglichkeit, Geschäftskunden im Bereich Daten- und Sprachkommunikation eine echte Alternative anzubieten. Und cablecom business ist bereit: Im letzten Jahr wurde viel Vorarbeit geleistet, mit der sich dieses Kundenpotenzial – ich denke da vor allem an grössere KMU – erschliessen lässt.

**Sie waren vor cablecom Chief Operating Officer bei Sunrise und haben dort unter anderem die Reorganisation des B2B-Bereichs geleitet. Worin unterscheidet sich cablecom business von einem Mitbewerber wie Sunrise?**

Im Unterschied zu Sunrise kann cablecom business eine End-to-End-Kundenbeziehung



Frank Boller, Leiter der Abteilung Business Markets

eingehen. Dies erlaubt es cablecom, innovative und wirtschaftlich überlegene Lösungen anzubieten und gleichzeitig die volle Kontrolle über Qualität und Verfügbarkeit zu behalten. Oder lassen Sie es mich anders sagen: Wir verfügen über eine eigene Infrastruktur, mit der wir Lösungen anbieten können, ohne von aktiven Netzkomponenten von Swisscom abhängig zu sein. Das ist auch der Grund dafür, dass wir uns in Wettbewerbssituationen häufig mit Swisscom in der Schlussrunde finden.

**Von welcher Infrastruktur sprechen wir eigentlich?**

Da gilt es ein Missverständnis auszuräumen, dem wir oft begegnen. Viele potenzielle Kunden glauben, dass wir über das Fernseekabelnetz zu ihnen gelangen. Tatsächlich basieren unsere Dienste aber auf einer modernen IP-MPLS-Plattform und werden

«Wir haben uns als IP-Carrier zum Ziel gesetzt, der bevorzugte Anbieter von IP-basierten Diensten zu werden.»

über ein eigenes Glasfasernetz transportiert. Dank unserer hohen Abdeckung von rund 85 Prozent erreichen wir unsere Kunden entweder direkt über Glasfaser oder über Kupferleitungen.

**Das ist aber nur für grosse Kunden attraktiv.**

Nicht unbedingt. Unser Glasfasernetz ist so ausgelegt, dass wir auch kleinere Kunden kostengünstig erschliessen können. Wo dies keinen Sinn macht, arbeiten wir auf der letzten Meile mit Mietleitungen von Swisscom. Diese Anschlussart wird – nachdem die Öffnung der letzten Meile jetzt beschlossen ist – mit der Umsetzung des Unbundling noch attraktiver werden. Es wird uns dann möglich sein, auch jenes Kundensegment anzusprechen, das sich heute mit ADSL-Lösungen zufrieden geben muss.

**Nun ist die Infrastruktur bloss ein Teil einer Gesamtlösung. Dem richtigen Produktangebot kommt ebenfalls eine entscheidende Bedeutung zu. Was tun Sie hier, um sich neue Kunden zu erschliessen?**

Es ist richtig, cablecom business ist als Anbieterin von Datennetzen gross geworden. Das zeigt sich unter anderem darin, dass wir im BILANZ Telekom Rating 2005 als bester Corporate Network Carrier ausgezeichnet wurden. Grundsätzlich aber sind wir ein IP-Carrier, der sich zum Ziel gesetzt hat, der bevorzugte Anbieter von IP-basierten Diensten zu werden.

## Zur Person

**Frank Boller**, im August 2005 als Vice President Sales zu cablecom gestossen, leitet seit Dezember 2005 die Abteilung Business Markets. Vor cablecom war Frank Boller bei Sunrise als COO Wireline & Internet neben dem Festnetzbereich für die Reorganisation des Bereichs Geschäftskunden zuständig. Weitere Stationen seiner Laufbahn sind CEO von Obtree, CEO des Mobilfunkanbieters diAX (bis zur Fusion mit Sunrise) und Country Manager bei HP Schweiz.

## Was heisst das in Bezug auf das Angebot?

Unser Basisangebot ist der Anschluss an unser IP-Netz. Bis vor kurzem haben wir ausschliesslich Datenkommunikationsdienste angeboten – entweder private Verbindungen mehrerer Standorte oder schnellen Internetzugang. Auf diesem IP-Netz können zugleich mehrere Anwendungen transportiert werden. So bietet cablecom seit kurzem Lösungen für Festnetztelefonie an. Telefongespräche werden über die gleiche Infrastruktur übermittelt – eine parallele Leitung für Telefonie erübrigt sich.

## Was heisst das für die Organisation von cablecom business?

Mit der Übernahme von Teilen der ehemaligen Solpa hat cablecom business die Kompetenz und Kapazität gewonnen, die Terminierung von Sprachverkehr selber zu implementieren. Wo die Funktionalität der internen Telefonie ausgelagert werden soll, arbeiten wir mit renommierten Partnern wie NextiraOne zusammen. Wir ergänzen uns hier optimal und bieten bereits gemeinsame Lösungen am Markt an.

Was die Implementierung von Anschlüssen betrifft, liegt der Fokus auf der Automatisierung der Abläufe in unserer Produktion. Je weniger manuelle Schnittstellen, desto präziser und schneller wird der Ablauf von der Bestellung bis zur Inbetriebnahme.

«VoIP-Anbieter ohne eigene Zugangsnetze werden die Entwicklung Richtung Flatrates kaum mittragen können.»

## Stichwort Partner: Welche Rolle spielt der indirekte Kanal für cablecom?

Der indirekte Kanal ist vor allem für die Erschliessung des KMU-Segments von grosser Bedeutung. Wir haben allerdings lernen müssen, dass der Aufbau mehr Zeit in Anspruch nimmt als vorgesehen. Darüber hinaus braucht es eine sehr gute Betreuung der Partner, um das notwendige Vertrauensverhältnis aufzubauen. Wir werden diesem Bereich grosse Aufmerksamkeit widmen.

## Welche Rolle spielt VoIP in der mittelfristigen Strategie von cablecom business?

Gegenwärtig beobachten wir im gesamten Markt eine steigende Nachfrage für Sprachlösungen mit Voice over IP. Für uns als IP-Carrier ist VoIP eine zentrale Applikation. Noch sind jedoch nur wenige Unternehmen bereit,

## UPC gründet in Zürich das Pan European Technology Center PETC

Das PETC (Pan European Technology Center) wurde geschaffen im Lauf der Integration von cablecom in die Kabelnetzgruppe von Liberty Global, UPC Broadband. Die Technologiespezialisten des PETC bieten eine breite Palette von Dienstleistungen an, darunter Engineering, Entwicklungsarbeit und Support sowohl für die Systemimplementierung als auch für operationelle Abteilungen. Kunden des PETC sind sämtliche Niederlassungen von UPC; bis zum vollständigen Abschluss der Integration liegt der Schwerpunkt noch auf Tätigkeiten von cablecom. Wichtigste Vorhaben sind das Softswitch-Projekt für Voice over IP (VoIP), Arbeiten für den internationalen Backbone AORTA und die Migration des Network-Management-Systems.

Das PETC ist seit dem 1. April 2006 operationell tätig und stellt ein gutes Beispiel dafür dar, wie das Know-how und die Erfahrung von cablecom nun in einem erweiterten europäischen Unternehmensumfeld genutzt werden.

ihre herkömmliche Telefonie vollständig durch VoIP abzulösen. Für Kunden, die langfristig auf VoIP umstellen möchten, bieten wir deshalb die Möglichkeit, den Sprachverkehr direkt von ihrer Telefonanlage abzuholen und damit ohne technologischen Umstieg von unseren vorteilhaften Tarifen zu profitieren. Sollte der Kunde dann später auf VoIP umsteigen, sind keine Infrastrukturanpassungen mehr notwendig. Heute sind es eher grössere Kunden, die VoIP-Lösungen implementieren. Ich gehe aber davon aus, dass gerade IP-basierte Sprachdienste auch für mittlere Unternehmen an Attraktivität gewinnen.

## VoIP ist also mehr als nur ein Hypethema?

VoIP ist klar das Thema Nummer 1 im Markt. Man kann davon ausgehen, dass sich die Preise und Angebote im Festnetzbereich mit zunehmender Nachfrage signifikant verändern werden. Anbieter ohne eigene Zugangsnetze werden die Entwicklung Richtung Flatrates kaum mittragen können. Das Angebot für eine breitere Kundenbasis muss allerdings möglichst einfach sein, und deshalb liegt unser Fokus darauf, praktikable Lösungen zu entwickeln, die keine grossen Investitionen benötigen und die wirtschaftlich und einfach im Betrieb sind.

## Die weit fortgeschrittene Integration in Liberty Global hat einige Änderungen mit sich gebracht. So findet die Netzwerküberwachung nun in Amsterdam statt. Was bedeutet das für Kunden von cablecom business?

Für den Businesskunden ändert sich nichts. In Amsterdam wird ja nicht der einzelne Kunde überwacht, sondern der Backbone. Das eigentliche Monitoring der Geschäftskunden geschieht nach wie vor bei uns in der Schweiz. Gibt es nun irgendwo einen Netzausfall, dann wissen wir also, welcher Kunde mit welchem Dienst betroffen ist. Wir nehmen Kontakt mit

«cablecom entwickelt praktikable Lösungen, die keine grossen Investitionen benötigen und die wirtschaftlich und einfach im Betrieb sind.»

dem Kunden auf und sorgen auch für eine möglichst schnelle Reparatur.

## Welche Auswirkungen hat die Integration auf die Systeme?

Wie bei jedem Zusammenschluss gilt es, mögliche Synergien zu nutzen und die Systeme, so weit es Sinn macht, zu harmonisieren. Dies betrifft in erster Linie den Consumerbereich, wo das PETC (siehe Kasten) zahlreiche Integrationsprojekte umsetzt. Kunden von cablecom business werden davon nicht betroffen sein.

## Im Geschäftskundenmarkt innerhalb von Liberty Global soll die Schweiz als B2B-Kompetenzcenter eine Vorreiterrolle übernehmen. Weshalb?

Cablecom business hat in zwei Belangen mehr Erfahrung als die anderen Ländergesellschaften: Erstens verfügen wir auf nationaler Ebene über eine breite Lösungspalette mit Internet-, Daten- und Sprachprodukten, mit der wir uns als Alternative zur ehemaligen Monopolistin positionieren können. Und zweitens haben wir mit der Akquisition von Teilen der ehemaligen Solpa im vergangenen Sommer ein Infrastruktur-Management-System übernommen, das «state of the art» ist. Dieses System ist einmalig innerhalb der UPC-Gruppe und wird vermutlich konzernweit als Standard eingeführt. Daraus ergibt sich automatisch eine Konzentration der B2B-Kompetenzen hier in Zürich.

## Herr Boller, besten Dank für das Gespräch.

Interview: Martin Wüthrich, cablecom