

Husqvarna® BATTERY BOX



WHITE PAPER

WIE HUSQVARNA MITHILFE DES IOT MEHR KUNDEN ERREICHT

Mit der Husqvarna Battery Box betritt die Kettensäge das Reich der Sharing Economy.



Connecting things. It's all about people.



ZUSAMMENFASSUNG

Wie macht sich ein alteingesessener Hersteller mit dreihundert-jähriger Firmengeschichte Abonnement-Modelle und innovative Marketing-Techniken zunutze, um seine Kundenbasis zu erweitern? Diese Frage hat die Husqvarna Group mit ihrem neuen Konzept, der Husqvarna Battery Box, beantwortet.

Dieser automatische Geräteverleih wurde im Mai 2017 in Schweden aus der Taufe gehoben. Das Angebot umfasst Husqvarnas Reihe umweltfreundlicher, akkubetriebener professioneller Gartengeräte. Mit dem nutzungsbasierten Bezahlmodell der Battery Box müssen die Kunden das Gerät nicht kaufen, sondern können es einfach mieten und über eine App bezahlen.

Kunden, die möglicherweise keinen Stellplatz für eigene Geräte haben oder bei der Anfangsinvestition in ein bestimmtes Gerät zögern, haben dank Battery Box dennoch Zugang zu diesen Geräten. Dadurch, dass Kunden die Geräte vor dem Kauf testen können, haben sie die Möglichkeit selbst die Erfahrung zu machen, dass akkubetriebene Produkte von Husqvarna genauso leistungsstark sind wie kraftstoffbetriebene Geräte.

MIT DEM ÖKOsystem-ANSATZ WIRD INNOVATION EINFACHER

Die Husqvarna Battery Box umzusetzen erforderte eine starke Vision und offene Zusammenarbeit, sowohl innerhalb der Husqvarna-Organisation, als auch mit der Gruppe der Partner, die an dem Projekt teilgenommen haben. Mit einem Ökosystem, das von klar definierten Rollen und gemeinsamen Zielen getragen wird, hat sich die Battery Box in nur sechs Monaten vom Konzept zur Projekteinführung entwickelt.

Dieses Whitepaper von Telenor Connexion befasst sich damit, auf welche Weise die Battery Box die Form für vernetzte Geschäftsmodelle vorgibt und wie Husqvarna seinen Ruf als „ältestes Start-up der Welt“ unter Beweis stellt.

EINE LANGE INNOVATIONSTRADITION

Der schwedische Hersteller Husqvarna Group hat in den letzten drei Jahrhunderten mehr als nur einige wenige Marktveränderungen durchlebt. Husqvarna wurde im Jahre 1689 als Hersteller von Gewehren gegründet und machte sich über die Jahre mit der Fertigung von Nähmaschinen, Motorrädern und vielem mehr einen Namen. Heute ist das Unternehmen weltweit präsent und in der Herstellung und im Vertrieb hochwertiger Elektrowerkzeuge für den Außenbereich für Fachleute und Verbraucher tätig.

Im Laufe der langen Unternehmensgeschichte hat sich Husqvarna stets neue Wege der Vernetzung mit seinen Endnutzern erschlossen. Mit der eigenen Innovationstradition im Hinterkopf bedient sich Husqvarna nun des Internet of Things (IoT), um Neukunden zu erreichen, den Kundenwert zu steigern und dabei Nachhaltigkeit zu fördern.



ERWEITERUNG DER PRODUKTLINIE UM AKKUBETRIEBENE GERÄTE

Die Husqvarna Group ist für ihre leistungsstarken Forst-, Garten- und Baugeräte bekannt. Die leuchtend orangefarbene Zierleiste auf den Geräten wird rund um die Welt mit robusten, hochwertigen Produkten in Verbindung gebracht.

Mit der Einführung der neuen Reihe akkubetriebener Geräte im Jahre 2014 konnte Husqvarna seinen Einsatz für Nachhaltigkeit verstärken und gleichzeitig seine bestehende Produktlinie ergänzen. Mit geringen Geräuschemissionen und ohne Auspuffgase ist die akkubetriebene Produktlinie als Unterstützung für Experten und Verbraucher in städtischen und vorstädtischen Gebieten konzipiert.

DAS INTERNET OF THINGS IN DER GARTENPFLEGE

Die Digitalisierung ist von großer strategischer Bedeutung für die Husqvarna Group. Durch mehr Digitalisierung strebt die Unternehmensgruppe die Marktführung an und möchte Vorreiter sein, wenn es um die Gestaltung der intelligenten Gartenpflege („Smart Gardening“) geht.

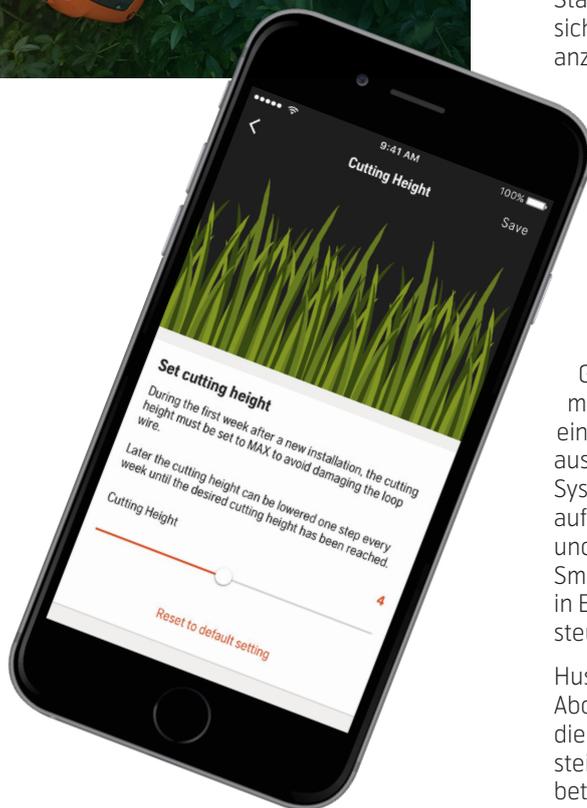
Husqvarnas erstes Projekt mit Anbindung an das IoT begann vor einigen Jahren, als vernetzte Produkte erstmals auf dem Verbrauchermarkt auftauchten. Einige Vordenker im „ältesten Start-up der Welt“ erkannten diesen Trend und sprachen sich dafür aus, Husqvarna Produkte an das Internet of Things anzuschließen.

Mit der Einführung der App „My Automower“ im Jahre 2013, gefolgt von „Automower Connect“ im Jahre 2015, unternahm Husqvarna erste Schritte in Richtung IoT, indem Mähroboter mit Software-as-a-Service (SaaS)-Add-ons ausgestattet wurden. Die neuen digitalen Dienste ermöglichen es Kunden, Mähroboter über eine App zu steuern und mit ihnen zu interagieren.

Dem vernetzten Rasenmäher folgte die Einführung des Gardena Smart Systems, mit dem Gardena die erste Marke mit einer umfassenden IoT-Lösung für die Gartenpflege in einem integrierten System wurde. Durch die Kombination aus Bewässerung und Rasenmähen in einem vernetzten System weitet Gardena das Konzept der „Smart Homes“ auf den Gartenbereich aus und optimiert so die Pflanzen- und Rasenpflege. Gärtner erhalten über eine App auf dem Smartphone oder Tablet einen Überblick über ihren Garten in Echtzeit. Mit der App können sie alle verbundenen Geräte steuern und konfigurieren, sogar von unterwegs.

Husqvarna bietet auch Fuhrpark-Services auf Abonnementbasis für Firmenkunden an, um sie in die Verwendung der Geräte einzuweisen. Durch steigende Nutzungsraten können Unternehmen ihre betriebliche Effizienz erhöhen und die Auslastung ihres Maschinenfuhrparks maximieren. Firmen erhalten echte Nutzungsdaten ihrer Maschinen und können die Auslastung und Zusammensetzung ihres Fuhrparks anhand dieser Daten optimieren.

Der Händler stattet die Maschinen mit Sensoren aus, mit denen die Nutzungsparameter der Geräte in einem digitalen Leistungsbuch erfasst werden.





VERNETZTE RASENMÄHER – HUSQVARNAS ERSTE SCHRITTE MIT SOFTWARE-AS-A-SERVICE

Im Jahre 2015 wurde Automower Connect eingeführt, mit Software-as-a-Service (SaaS)-Add-on für Mähroboter – eine Möglichkeit für Kunden, ihre Mähroboter über eine App zu steuern. Mithilfe der hochauflösenden Benutzeroberfläche kann der Gerätebesitzer seine Rasenmäher starten und ausschalten sowie die Schnittlänge millimetergenau anpassen. In der App besteht die Möglichkeit, den aktuellen Status des Rasenmähers zu verfolgen und Push-Benachrichtigungen zu empfangen, wenn das Gerät gestoppt oder gestohlen wird. Offensichtlich ist diese Art des Trackings vor allem bei teureren Produkten attraktiv, etwa bei Fahrzeugen und unternehmenskritischen Robotern.

Um Daten in die Cloud hochladen zu können, benötigen die Rasenmäher eine SIM-Karte zur Anbindung an mobile Netzwerke. Husqvarna hat mit Telenor Connexion zusammengearbeitet, um die Global SIM-Kartentechnologie der Firma in die Rasenmäher zu integrieren und die Vernetzung der Maschinen mit der Cloud zu verwalten.

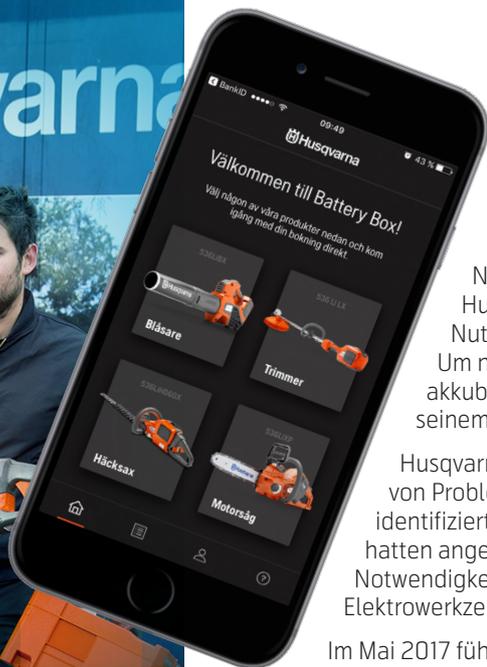
Dank Global SIM von Telenor Connexion war Husqvarna in der Lage, seine vernetzten Rasenmäher überall auf der Welt anzubieten, ohne Verträge mit mobilen Netzbetreibern in den jeweiligen Regionen aushandeln zu müssen. Mit einem einzigen Kontaktpunkt und Unterstützung durch Telenor Connexion gelang es Husqvarna mühelos, auftretende Probleme zu bewältigen und die Leistung der vernetzten Angebote fortlaufend zu optimieren.

DATENGESTÜTZTE INNOVATION

Mit vernetzten IoT-Geräten wie Husqvarnas Mähroboter gibt es unbegrenzte Innovationsmöglichkeiten. Durch Datenkommunikation wird sichergestellt, dass die Maschinen überwacht und in einwandfreiem Zustand gehalten werden können. Anstatt routinemäßig Wartungsarbeiten durchzuführen, können angebundene Geräte eine Warnmeldung ausgeben, sobald sie gewartet werden müssen. So werden die Betriebskosten der Maschinen optimiert und die Kosten sowohl für den Verkäufer als auch den Kunden reduziert.

Mit direkter Anbindung an die Cloud kann die Firmware Over The Air (FOTA) fortlaufend an die Rasenmäher weitergegeben werden. So bleiben die Geräte auch im Hinblick auf die Weiterentwicklung des IoT sicher und zukunftsbeständig.

Die aggregierten telematischen und das Nutzerverhalten betreffenden Daten, die von den Rasenmähern gewonnen werden, bergen ungeheure Chancen für F&E und Marketing. Dieses Feedback kann Husqvarna jetzt nutzen, um Produkte und Leistungen zu entwickeln, die dem entsprechen, was der Kunde tatsächlich will.



ANNÄHERUNG AN KUNDEN MIT IOT

Nach dem Erfolg der vernetzten Rasenmäher begann Husqvarna, sich auf die Suche nach Wegen der Erweiterung seiner Nutzerbasis mithilfe von IoT und digitaler Innovation zu begeben. Um neue Servicemodelle und relativ neue Produkte, nämlich die akkubetriebenen Geräte, zu bewerben, entschloss sich Husqvarna zu seinem nächsten ehrgeizigen Experiment.

Husqvarna entschied sich für ein Geräteverleih-Modell zur Abschwächung von Problemstellen der Konsumenten, die im Rahmen von Studien identifiziert worden waren. Die Teilnehmer der betreffenden Umfrage hatten angegeben, dass sie die Erstanschaffung von Geräten und die Notwendigkeit eines ganzjährigen Lagerorts unter Umständen vom Kauf von Elektrowerkzeugen abhalten könnten.

Im Mai 2017 führte Husqvarna die Battery Box ein, ein kundenspezifischer „Werkzeugkasten“-Transportcontainer. Das erste Testmodell der Battery Box wurde im Parkhaus eines Einkaufszentrums am Stadtrand von Stockholm aufgebaut.

Die Battery Box hebt sich dadurch von einem herkömmlichen Geräteverleih ab, dass der gesamte Mietvorgang vollständig automatisch abläuft. Alles von der Buchung, über die Abholung bis zur Bezahlung wird über eine App abgewickelt, die digital mit dem eigentlichen Battery Box Shop kommuniziert. Mit der App weiß der Kunde, wann das Gerät, für das er sich interessiert, vorrätig ist, und wann es wieder zurückgegeben werden muss.

„Battery Box ist eine Möglichkeit, wie wir Innovation testweise vorantreiben können, sie dient als Modell für die Weiterentwicklung unserer Arbeit mit dem IoT.“

– Petra Sundström, Director Idea and Innovation Management bei Husqvarna.

SO FUNKTIONIERT DIE HUSQVARNA BATTERY BOX

Wenn der Kunde an der Battery Box ankommt, verwendet er seine BankID im Smartphone, um das Schließfach mit dem Gerät zu öffnen. Der Vorgang wird am Ende des Mietzeitraums wiederholt, wenn der Kunde die Geräte wieder in einem sicheren Schließfach abstellt. Bei der Rückgabe werden die Geräte von Mitarbeitern des nächstgelegenen Husqvarna-Fachhändlers inspiziert, um sicherzustellen, dass alle Geräte stets in einwandfreiem Zustand sind.

Das klingt vielleicht einfach, dabei war für den Erfolg der Battery Box einiges an Know-how erforderlich, einschließlich IoT und Cloud-Konnektivität. Anstatt all diese Kompetenzen intern bereitzustellen, hat sich Husqvarna für einen ökosystembasierten Ansatz entschieden und ein Netzwerk von Spezialfirmen aufgebaut, die für sich alle eine wichtige Rolle übernehmen.

„Der effektivste Weg, wie ein Unternehmen mit digitalem Wandel erfolgreich wird, ist die Aufstellung eines Expertenteams. Ohne ein Ökosystem aus kompetenten Partnern wäre diese Art von Projekt nicht möglich gewesen.“

– Petra Sundström, Director Idea and Innovation Management bei Husqvarna.

DIE ROLLE DES INNOVATIONS-ÖKOSYSTEMS

Wie viele andere Unternehmen heutzutage auch, sieht sich Husqvarna vielfältigen Herausforderungen gegenüber. Auf dem Weg zur Digitalisierung setzt sich Husqvarna gleichzeitig mit neuen Geschäftsmodellen, neuen Produkten und neuen Kunden auseinander.

Die meisten Firmen sind nicht in der Lage, solch ambitionierte Ziele aus eigener Kraft zu stemmen. Für den Erfolg im Bereich IoT braucht es ein symbiotisches Ökosystem aus spezialisierten und fachkundigen Partnern, die jeweils selbst an Innovation interessiert sind. Genau das ist es, was Husqvarna geschaffen hat, als die Firma die Battery Box vom Konzept zur Wirklichkeit befördert hat.



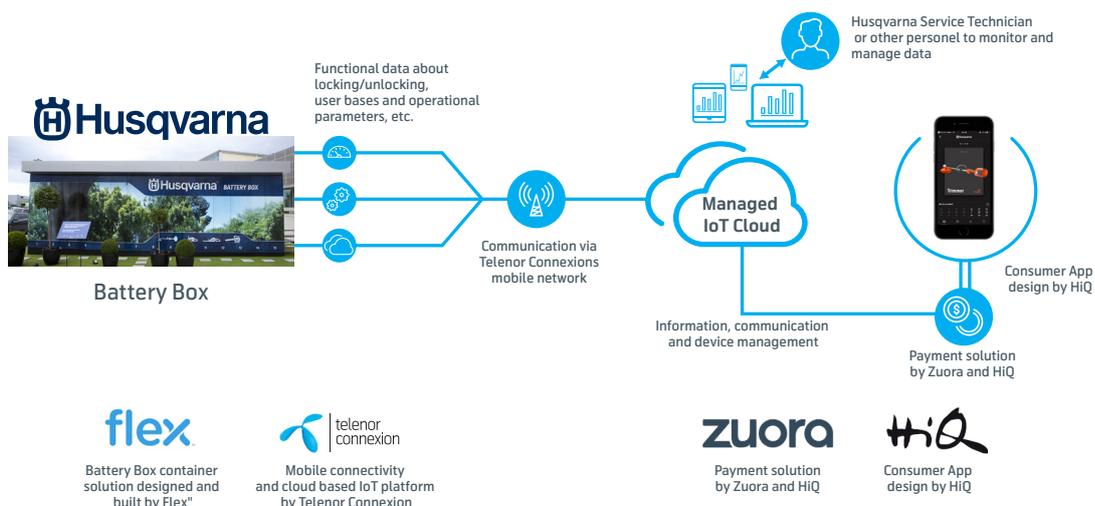
DAS BATTERY BOX TEAM

Der 8 x 3 Meter-Container wurde von Flex, dem Anbieter von Sketch-to-Scale® Lösungen, entworfen und konstruiert, um Husqvarna bei der Integration von Konnektivität und Intelligenz in seine Produkte zu unterstützen und seinen Kunden so intelligentere und flexiblere Erlebnisse zu bieten.

HiQ, eine schwedische Consulting-Firma für den Technologiebereich, hat die App entworfen, mit der Kunden ein Gerät buchen und die Mietgebühr bezahlen können. Der Kunde durchläuft einen sicheren, mehrere Stufen umfassenden Verifizierungsprozess und nutzt die App, um das entsprechende Schließfach zum geplanten Zeitpunkt zu öffnen. Die App enthält zudem Anleitungsfilme für jedes Produkt.

Die IoT-Cloud von Telenor Connexion dient als „Gehirn“, das alle Interaktionen im Blick hat. Während die Battery Box Lösung auf Mobilfunktechnologie basiert, funktionieren die IoT-Plattform und Cloud-Management-Lösung von Telenor Connexion mit allen Arten von Anschlusstechnologie.

Zuora liefert die Abonnement-Verwaltungslösung. Die Einbindung von Zuora erleichtert Husqvarna die Abrechnung der Mietgebühren, die Abwicklung eingehender Zahlungen und die Finanz- und Steuerbuchhaltung.



„Zuora freut sich, miterleben zu dürfen, wie die Husqvarna Battery Box zum Leben erwacht. Wir sehen, dass Verbraucher rund um den Globus die neue Welt der Subscription Economy annehmen. Es ist spannend, wie wir diesem 328 Jahre alten Unternehmen dazu verhelfen, als Vorreiter der Innovation aufzutreten und langfristige Beziehungen zu seinen Kunden aufzubauen.“

– Maria Johansen, Nordics Regional Director, Zuora.

ÜBERNAHME EINES NEUEN, DYNAMISCHEN GESCHÄFTSMODELLS

Durch die Nutzung eines abonnementbasierten Geschäftsmodells zur Bereitstellung physischer Produkte, entsteht eine direkte Bindung zum Verbraucher. Im Fall der Battery Box sind die Elektrowerkzeuge von Husqvarna für den Außenbereich das Produkt. Dasselbe Modell der „Sharing Economy“ wurde aber auch bereits erfolgreich bei Fahrzeugen und Wohnhäusern angewandt.

Bei einem Zahlungsmodell in Form eines Abonnements sinken die Anfangshürden für Kunden, die sich mit dem Gedanken tragen, ein neues Produkt auszuprobieren. Langfristig entstehen durch ein solches Modell Beziehungen, die sowohl für die Firmen als auch für die Verbraucher von Wert sind. Anstatt sich auf die einmalige Anschaffung zu konzentrieren, können Unternehmen Abonnements nutzen, um eine dauerhafte Kundenbindung zu fördern.

Bei der Rückgabe der gemieteten Geräte an der Battery Box wird der Kunde darum gebeten, das Produkt und das Mieterlebnis zu bewerten – so erhält Husqvarna eine hochwertige Datenquelle, auf die das Unternehmen aufbauen kann.

Die aus den verbundenen Produkten erfassten Daten vereinfachen die Marktforschung und machen es dem Unternehmen leichter, sich nach veränderlichen Begebenheiten zu richten. Auf der Grundlage aggregierter telematischer Daten und eines direkten Verbraucher-Feedbacks können Angebote rasch so angepasst werden, dass sie neue Leistungen enthalten, die dem Endnutzer zugutekommen.

EINBINDUNG BESTEHENDER HÄNDLER

Husqvarnas bestehendes Händlernetzwerk spielt eine wichtige Rolle beim Konzept der Battery Box. Der Händler vor Ort kümmert sich schließlich tagtäglich um die Instandhaltung der Produkte und stellt sicher, dass die Nutzer sie in einwandfreiem Zustand erhalten.

Auch wenn sich Husqvarna mit dem neuen Konzept direkt an die Endnutzer wendet, verlieren die bestehenden Vertriebskanäle nicht ihre Existenzberechtigung, sondern übernehmen innerhalb des Prozesses eine neue, nachgelagerte Rolle.

EIN MODELL FÜR ERFOLGREICHE IOT-PROJEKTE

Das Battery Box Projekt dient als Beispiel für den Aufbau eines kooperativen Ökosystems und dafür, wie echte Verbraucherbedürfnisse mit vernetzten Produkten und Leistungen befriedigt werden können. Husqvarna hat ins Schwarze getroffen, als sich die Firma für das beste von Telenor Connexion anhand unserer Erfahrung mit kooperativen IoT-Projekten ermittelte Praxismodell entschied.

Wie bei Husqvarna geschehen, stellen auch andere erfolgreiche Organisationen auf dem Weg zur Digitalisierung in der Regel ein spezielles hauseigenes Team auf, das sich mit IoT-Innovation befasst. Dieses interne Team bekommt dann Verstärkung von den richtigen Partnern von außen, die sich auf die benötigte Technologie und die entsprechenden Leistungen spezialisiert haben. Dieses Ökosystem-Modell erfordert eine offene Herangehensweise an die Projektstruktur und Projektverantwortung.



Put strategy in the lead, not technology



Ensure management support



Form a dedicated cross-functional team



Start small and transform gradually



Deploy fully when outcome is predictable

„Wir sind stolz darauf, die Gelegenheit geboten bekommen zu haben, unsere IoT-Lösung zu liefern und ein Teil der digitalen Reise von Husqvarna zu sein. Husqvarna ist ein großartiges Beispiel für ein gut etabliertes Unternehmen mit langjähriger Tradition, das IoT erfolgreich eingesetzt hat, um das eigene Geschäftsmodell zu erneuern und sich mit seinen Endkunden zu vernetzen. Besonders spannend ist es zu sehen, wie das Unternehmen, sowohl intern als auch extern, eine offene und innovative Arbeitsweise gefunden hat, sich systematisch und dennoch agil weiterentwickelt und die in unserem IoT-Partner-Ökosystem liegenden Kompetenzen und Fähigkeiten zu seinem Vorteil nutzt. Diese Firma dient als Vorzeigebispiel dafür, wie man von einer Idee zur erfolgreichen IoT-Implementierung gelangt – und das Battery Box Projekt in Rekordzeit ins Trockene bringt.“

– Mats Lundquist, CEO Telenor Connexion

FOKUS AUF ERGEBNISSEN, NICHT NUR TECHNOLOGIE

Erfolgreiche Unternehmen beginnen normalerweise mit einem vielversprechenden Geschäftsszenario und klaren Vorstellungen von ihren Endzielen, wenn sie sich auf die IoT-Reise machen, und konzentrieren sich nicht nur auf technische Fragen. Das Erreichen dieser Ziele erfordert Unterstützung von innen, und das von der gesamten Organisation. Über die F&E-Abteilung hinaus sollten sich alle, vom Marketing bis hin zur oberen Führungsetage, über den Wert im Klaren sein, den die Einführung neuer Technologien, Arbeitsabläufe und Vertriebsmodelle mit sich bringt.

Ein schrittweises Vorgehen am Anfang und die Abwesenheit der Angst vor dem Scheitern in der Zukunft sind ein guter Weg, sich langsam voranzutasten und dann zu entscheiden, an welcher Stelle sich die Investition am meisten lohnt. Dadurch, dass Husqvarna mit den vernetzten Rasenmähern begonnen hat, konnte das Unternehmen auf agile Weise voranschreiten und dem Vertriebsprozess einer gesamten Produktlinie vernetzte Erfahrungen hinzufügen.

MIT DER BATTERY BOX SKALIERBAREN ERFOLG ERZIELEN

Mit einem Team, das über Landesgrenzen und Zeitzonen hinweg zusammenarbeitet, wurde die Battery Box in gerade einmal sechs Monaten ab Projektstart umgesetzt. Eine Stärke des Ökosystem-Modells dieses Projekts ist es, dass alle Lösungen skalierbar sind. Auf Wunsch könnte Husqvarna mithilfe dieser Lösungen von einer auf hundert Battery Boxes skalieren.

Mit der automatischen Gerätebox hat Husqvarna das traditionelle Einzelhandelsmodell übersprungen und seinen Kunden einen einfachen und innovativen Path-to-Purchase angeboten. Husqvarna hat ein ganzheitliches und erstklassiges Erlebnis geschaffen, in dem die Firma volle Kontrolle über die Art und Weise hat, wie die eigenen Produkte präsentiert und wie deren Preise festgelegt werden.

Aus der Sicht des Markenbewusstseins und Markenwerts war das Projekt ein Erfolg und sorgte innerhalb des Husqvarna-Konzerns für mehr Unterstützung für weitere IoT-Experimente. Geschäftlich gesehen hat die Battery Box echte produkt-, leistungs- und erfahrungsbezogene Daten geliefert. Das zuständige Team bei Husqvarna wird diese wertvollen Erkenntnisse bei der Weiterentwicklung seiner IoT-Strategie mit Sicherheit anwenden.

Mit einem agilen und anpassbaren Betriebsmodell hat Husqvarna gezeigt, dass selbst die älteste und eine noch so fest etablierte Firma innovativ bleiben und die Früchte seines Vorstoßes ernten kann. Mit dem Aufbau eines branchenübergreifenden Ökosystems, dass sich je nach Marktanforderung neu ausrichten kann, ist Husqvarna seinem Ziel treu, „das älteste Start-up der Welt“ zu bleiben.

BETEILIGTE UNTERNEHMEN

Die Husqvarna Group ist ein weltweit führender Hersteller von elektrisch betriebenen Produkten für den Außenbereich und innovativen Lösungen für Forstwirtschaft, Park- und Gartenpflege. Die Gruppe ist europaweit führend, was Gartenbewässerungsprodukte angeht und weltweit führend im Bereich Schnittwerkzeuge und Diamantinstrumente für Bau und Steinindustrie. Die Produkte und Lösungen der Gruppe werden über Vertriebspartner und Einzelhandel unter Marken wie Husqvarna, Gardena, McCulloch, Poulan Pro, Weed Eater, Flymo, Zenoah und Diamant Boart an Verbraucher und Profis in mehr als 100 Ländern verkauft. Weitere Informationen erhalten Sie unter husqvarnagroup.com.

Telenor Connexion entwickelt und betreibt Lösungen im Bereich Internet of Things (IoT). Dabei stützt sich Telenor Connexion auf beinahe 20 Jahre IoT-Erfahrung, ein starkes Portfolio von Lösungen und einen kooperativen Ansatz, um den Wert vernetzter Dienstleistungen möglichst einfach zu realisieren. Weitere Informationen erhalten Sie unter telenorconnexion.com.

Flex. Als Anbieter von Sketch-to-Scale® Lösungen entwirft und konstruiert Flex „Intelligent Products for a Connected World™“ (Intelligente Produkte für eine vernetzte Welt). Mit rund 200.000 Fachkräften in 30 Ländern bietet Flex Unternehmen aller Größen und in den unterschiedlichsten Branchen und Endkundenmärkten Leistungen im Bereich Design, Technik, Fertigung, Echtzeit-Lieferkettendaten und Logistik an. Weitere Informationen erhalten Sie unter flex.com.

HiQ trägt dadurch zu einer besseren Welt bei, dass die Firma den Menschen das Leben durch Technologie und Kommunikation erleichtert. HiQ wurde im Jahre 1995 gegründet, beschäftigt mehr als 1500 Experten in vier Ländern und wird in der Nasdaq Stockholm Mid Cap Liste geführt. Weitere Informationen erhalten Sie unter hiq.se.

Zuora, der führende Verfechter der Subscription Economy®, bietet eine SaaS-Plattform zur Automatisierung aller abonnementbasierten Order-to-Cash-Vorgänge in Echtzeit für Unternehmen aller Art. Zuora versorgt weltweit mehr als 900 Unternehmen aus den verschiedensten Branchen, u. a. Box, Komatsu, Rogers, Schneider Electric, Toshiba, Xplornet und Zendesk. Weitere Informationen erhalten Sie unter zuora.com.



Connecting things. It's all about people.

ÜBER TELENOR CONNEXION

Telenor Connexion entwickelt und betreibt Lösungen im Bereich Internet of Things (IoT). Dabei stützt sich Telenor Connexion auf beinahe 20 Jahre IoT-Erfahrung, ein starkes Portfolio von Lösungen und einen kooperativen Ansatz, um den Wert vernetzter Dienstleistungen möglichst einfach zu realisieren. Der Hauptsitz und das technische Zentrum der Firma befinden sich in Schweden. Darüber hinaus bestehen regionale Vertretungen mit Mitarbeitern in Großbritannien, den USA, Deutschland und Japan. Telenor Connexion ist ein Tochterunternehmen der Telenor Group, einem der weltweit größten Netzbetreiber.

www.telenorconnexion.com
sales@telenorconnexion.com