

Pressemitteilung

22. November 2006

Mehr als Telefonieren: Vorstoß in neue Märkte
**MÜNCHNER KREIS diskutiert zukunftssträchtige Geschäftsmodelle
in der Mobilkommunikation**

Der Mobilfunkmarkt ist in voller Bewegung. Die Marktsättigung führt zu sinkenden Preisen, neue Technologien und neue Dienste testen den Markt, die Endkunden betrachten die Entwicklung mit gespannter Aufmerksamkeit. Die Anbieter hoffen auf neue Geschäftsmöglichkeiten. Welche Perspektiven sich eröffnen, hat der MÜNCHNER KREIS auf einer Fachkonferenz erörtert, die er am 22. November 2006 unter dem Thema

Wachstumsimpulse durch mobile Kommunikation

in München veranstaltete.

Prof. Dr. Jörg Eberspächer (TU München), der zusammen mit Prof. Dr. Joachim Speidel (Univ. Stuttgart) die wissenschaftliche Leitung der Konferenz hat, geht davon aus, dass das mobile Internet die nächste Welle der mobilen Kommunikation bilden wird, stellt aber auch die Frage, wie viel der Kunde bereit sein wird, von seinem Budget für die mobile Kommunikation auszugeben, und ob er die zu erwartende Angebotsvielfalt annehmen wird. Gleichwohl gelte es mehr denn je, neue Anwendungen auszuprobieren und dafür die Märkte zu entwickeln, damit die nächste Mobilfunkwelle ein Erfolg werden kann.

Was Kommunikation so alles anrichten kann – darüber philosophierte Prof. Dr. Klaus Merten (Univ. Münster) in einer systemtheoretischen Betrachtung. Seine These: Nicht wir entscheiden, ob kommuniziert wird, sondern das Kommunikationssystem. Es entscheidet, wer welche Beiträge preisgibt, und es ist wählerisch wie eine Diva. Seine Empfehlung lautet: „Lassen Sie Ihre Kommunikation nie unbeaufsichtigt!“

Einen Überblick über die heute vorhandenen mobilen Anwendungen und ihre Zukunftsperspektiven vermittelte Robert A. Wieland (TNS Infratest): Gegenwärtig gebe es mehr Handys als Bundesbürger. Nach Angaben der Bundesnetzagentur gab es am Ende des zweiten Quartals 2006 knapp 82 Millionen Mobilfunkteilnehmer (s. Graphik). Im Vergleich mit den europäischen Nachbarn, insbesondere Italien, Skandinavien und Großbritannien, sei die Mobilfunknutzung in Deutschland noch geringer. Auch bei UMTS bestehe noch Nachholbedarf. Unter den möglichen mobilen Anwendungen würden SMS und die eingebaute Fotokamera in Deutschland am meisten genutzt. Das Interesse an einem Universalgerät sei allerdings in Deutschland noch unterentwickelt: Während der Prozentsatz der sehr bis ziemlich Interessierten weltweit bei 70 Prozent liegt, sind es in Deutschland erst 49 Prozent. Das ist auch weniger als der westeuropäische Durchschnitt, der bei 58 Prozent liegt.

In Japan beläuft sich die Durchdringungsrate nach Angaben von Dr. Toru Otsu (NTT DoCoMo) bei 92 Millionen Mobilfunkbenutzern auf über 72 %. Mehr als die Hälfte der japanischen Benutzer verwenden bereits das zur dritten Generation gehörende Mobilfunknetz FOMA (Freedom of Mobile Multimedia Access), das, technisch gesehen, als Vorläufer von UMTS gilt. Den Erfolg dieses Netzes führt Otsu unter anderem auf das Angebot von Pauschaltarifen (Flat Rates), portable Rufnummern (MNP: Mobile Number Portability), hohe Zuverlässigkeit der Geräte durch biometrische Authentifizierungsverfahren und den in Aussicht gestellten sanften Übergang auf die vierte Produktgeneration zurück. Diese wird zwischen den Jahren 2010 und 2015 erwartet.

Den Mobilfunkmarkt teilen sich in Deutschland auf der Netzebene gegenwärtig vier Anbieter: T-Mobile (37,1 %), Vodafone (35,8 %), E-Plus (14,5 %) und O2 (12,6%) (vgl. Graphik). In der ersten Podiumsrunde der Fachkonferenz stellten diese "Vier Großen" ihre Strategien vor:

Rudolf Gröger (O2) ging auf die aktuellen Marktbedingungen ein und verwies auf die gesättigten Märkte, das stark gesunkene Preisniveau und den Eintritt neuer Wettbewerber aus anderen Industrien. Zugleich aber, so Gröger, eröffneten innovative Technologien die Schaffung neuer Geschäftsmodelle. Noch aber sei nicht sicher, wie der Kunde auf die Veränderungen reagieren werde, obwohl er der Gewinner der sich anbahnenden Veränderungen sei.

Dr. Alexander Lautz (T-Mobile) sieht die Zukunft seines Unternehmens vor allem in einfach strukturierten, günstigen Preisen, in der Verbesserung der Kundennähe und Intensivierung der Kundenbindung sowie im Ausbau des Qualitätsimage. Wachstumstreiber werde das mobile Breitband sein. Bei den Endgeräten gehe der Trend zum Universalgerät. Nach einer Befragung, die das B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut im Februar 2002 bei 2.000 Personen im Alter ab 14 Jahre durchführte, plädierten 69 % der 14- bis 19-jährigen und 51 % der 20- bis 29-jährigen für universelle Endgeräte.

Michael Krammer (E-Plus) setzt auf die Mehrmarkenstrategie mit zielgruppenspezifischen Produkten und einfachen Tarifstrukturen: Neben dem Kernangebot E-Plus gibt es Ay Yildiz für die türkischen Mitbürger, BASE für Pauschaltarife (Flat Rates) und den Discounter Simyo. Neue Technologien würden nur bei echter Nachfrage angeboten.

Frank Rosenberger (Vodafone) sieht die Zukunft des Mobilfunks sehr optimistisch. Dank UMTS könnten viele innovative Ansprüche der Mobilfunknutzer erfüllt werden. Das Unternehmen besäße inzwischen bereits 2,7 Millionen UMTS-Kunden und mehr als 200.000 Geschäftskunden mit einem UMTS-Notebook-Rechner. Das Mobil-Fernsehangebot sei mit 32 Kanälen das umfassendste Angebot. Auch das Festnetztelefon werde zunehmend durch das Mobiltelefon ersetzt. 1,4 Millionen Kunden hätten diesen Schritt schon vollzogen. UMTS und der Festnetzersatz würden zu den Wachstumstreibern der nächsten Jahre gehören.

Der Überblick über spezifische Mobilfunkanwendungen war ein weiterer Bestandteil der Fachkonferenz. Dr. Walter Leitner (HanseCom) berichtete über die Ansätze, Fahrausweise für den öffentlichen Personenverkehr mittels Handy zu kaufen (Mobile Ticketing). Ab 2007, so die Prognose, werden die Bürger in sieben deutschen Großstädten und in einer Reihe kleinerer Kommunen ihren Fahrschein für Bus und Bahn auf diesem Weg ordern. Das vom Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) initiierte Projekt, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung mit 2,8 Mio. € gefördert wurde, läuft seit dem Jahr 2002 und dient der Schaffung eines einheitlichen Standards, um dem Entstehen nicht verträglicher Insellösungen entgegenzuwirken. Ziel ist ein standardisiertes elektronisches Fahrgeldmanagementsystem (EFM), das dem Fahrgast innerhalb des Netzes der vertraglich eingebundenen Betreiber eine problemlose Reise ermöglicht.

Über mobile Bürgerdienste berichtete Dr. Lothar Mühlbach (Fraunhofer Institut für Nachrichtentechnik HHI). Basis ist ein Pilotprojekt in zwei Berliner Bezirken sowie in Magdeburg, wo ein "mobiles Bürgeramt" erprobt wurde: Mit Hilfe eines mobilen Endgeräts, das von sog. Bürgerberatern bedient wird, werden die Dienste in Nachbarschaftszentren, Bibliotheken, Krankenhäusern und Einkaufspassagen angeboten. Dort können die Bürger alle Dienstleistungen erhalten, genau so wie auf stationären Bürgerämtern. Hier können sie z. B. ihre Wohnsitzmeldungen abgeben, Pässe oder Führerscheine beantragen, ein Fahrzeug abmelden oder Informationen über öffentliche Unterstützungen einholen. Dieses Projekt, an dem sich in Berlin mehr als 3.000 Bürger beteiligten, fand hohe Akzeptanz.

Neue Formen mobiler elektronischer Bezahlverfahren ("M-Payment") stellte Dr. Bettina Horster (VIVAL Software) vor. In der Vergangenheit seien Versuche, das Handy als Bezahlmedium einzusetzen, gescheitert, weil die Technik zu kompliziert, die Abrechnung zu teuer und die Plattformunabhängigkeit nicht gegeben waren. Im Prinzip aber, so Horster, würden 46,9 % der Endkunden gern per Handy bezahlen. Dies könne sowohl für den Kunden als auch für den Leistungsanbieter attraktiv sein: Der Händler oder Dienstleister erhalte seine Umsätze sofort gutgeschrieben, der Kunde brauche kein Kleingeld für den Automaten, könne ortsunabhängig ordern (z.B. Parkzeitverlängerung) oder Spontankäufe mit sofortiger Rückmeldung (z.B. Auktionen) tätigen. Wichtig sei das Angebot einer einfachen und kostengünstigen Plattform, die auch interoperabel und rechtssicher sei.

Mobiles Fernsehen, auch mobiles Taschenfernsehen genannt, ist nach Ansicht von Herbert Tillmann (Bayerischer Rundfunk) vor allem für das jüngere Publikum attraktiv. Auf Anbieterseite gebe es allerdings unterschiedliche Zielsetzungen: Während bei den privaten Mobilfunkbetreibern kostenpflichtige Dienste im Blickpunkt des Interesses stünden, wollten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten einen frei zugänglichen Empfang bieten. Mobiles Fernsehen wird sowohl über das DMB-System (Digital Multimedia Broadcasting) als auch über DVB-H (Digital Visual Broadcasting for Handhelds) übertragen. Über die Zukunftsaussichten des mobilen Fernsehens gehen die Meinungen gegenwärtig stark auseinander: Während aus dem Haus O2 optimistische Prognosen kommen, die bis zum Jahr 2010 zwischen 5 und 10 Millionen Nutzer erwarten, ist E-Plus zunächst auf die Bremse getreten und hat sein Projekt Handy-TV gestoppt. Auf absehbare Zeit, so E-Plus-Chef Michael Krammer, werde das in Deutschland kein Massenmarkt werden.

Die Zukunft der Kfz-Telematik beleuchtete Dr. Ralf Herrtwich (DaimlerChrysler) auf der Basis eines USA-Projekts, das zum Vorbild für deutsche Initiativen werden könnte. Vehicle Infrastructure Integration (VII) heißt die Initiative des amerikanischen Verkehrsministeriums, das die Verständigung der Verkehrsteilnehmer untereinander, z.B. durch Funkkommunikation verbessern soll. 21.000 Verkehrstote sind in Amerika jährlich durch Fehlverhalten an Kreuzungen und Abfahrten zu beklagen. Der Verband der Automobilindustrie (VDA) will prüfen, ob und wie ähnliche Systeme in Deutschland verwirklicht werden können, die auch hierzulande von den Herstellern bereits erforscht werden.

Für die mobile Recherche im Internet empfiehlt Dr. Stefan Ortmanns (Nuance Communications) die Spracheingabe, weil die Tastaturen und Bildschirme der Endgeräte deutliche Nutzungsbeschränkungen aufweisen. Die jüngsten Fortschritte in der Spracherkennung machen diese Technik nach seiner Ansicht zu einem Wachstumstreiber in der Mobilkommunikation. Für die Nutzungsmöglichkeiten sieht Ortmanns kaum Grenzen: Egal, ob es sich um die Suche von Informationsinhalten, mobile E-Mail-Diktate, die Steuerung von MP3-Spielern, Auto-Navigationssysteme oder um Telefonanrufe handelt, die Spracheingabe erledigt das. Bedeutsam ist die Sprachsteuerung nicht zuletzt für Seh- und Körperbehinderte. Für diesen Personenkreis stehen inzwischen wirksame Hilfen zur Verfügung.

Da es in der Mobilkommunikation bisher an durchschlagenden Anwendungen - sog. Killerapplikationen - fehle, sieht Prof. Dr. Thomas Magedanz (TU Berlin) die Zukunft in Individual- und Nischendiensten, die wahrscheinlich gegenüber den Massenmarktdiensten an Bedeutung gewinnen würden. Dafür bildeten offene Kommunikationsdienst-Plattformen eine wesentliche Voraussetzung. In der künftigen Dienstwelt des Web 2.0 würden Internetforen und Nutzergemeinschaften (Communities) die bedeutendsten Triebkräfte darstellen.

Das abschließende Podium befasste sich mit der Frage, ob die künftige mobile Welt wirklich einen Gewinn für alle darstellt. Dr. Ulrike Berger-Kögler (debitel) sieht dafür durchaus reale Chancen, glaubt aber, dass sich das Wachstum nicht auf die Teilnehmerzahl, sondern auf die verstärkte Nutzung der verschiedenen Dienste erstrecken würde. Konvergenzprodukte, die die Vorteile von Festnetz, Mobilfunknetz und Internettelefonie miteinander verbinden, würden in absehbarer Zukunft eine große Rolle spielen. Allerdings sei der Wettbewerb im TK-Markt immer noch nicht ausreichend, da marktmächtige Netzbetreiber immer noch die Tendenz hätten, ihre Konkurrenten zu behindern. Sie fordert daher faire Spielregeln und wettbewerbsfördernde Rahmenbedingungen.

Auch Prof. Dr. Claudia Eckert (Fraunhofer-Institut SIT) erblickt in naher Zukunft vielversprechende Formen der mobilen Kommunikation, die für zahlreiche Nutzerbereiche einen Gewinn darstellen könnten. Voraussetzung sei allerdings, dass keine zusätzlichen Risiken für den Nutzer entstünden. Sensible Informationen müssten deshalb durchgehend auf allen Kommunikationswegen samt den dort eingesetzten Geräten geschützt werden.

Dr. Sebastian Haas (Berater) glaubt, dass vor allem der Endkunde vom wachsenden Mobilfunkmarkt profitieren wird. Ein bedeutsamer Erfolgsfaktor für die Akzeptanz der Endgeräte seien erstens das Design und zweitens eine nutzerfreundliche Bedienoberfläche. Mit der Entwicklung von Endgeräten auf Basis einer offenen, standardisierten und multimedialen Plattform ließen sich für die Anbieterschaft viele neue Geschäftsmodelle entwickeln.

Nach Ansicht von Ingo Zimmermann (IBM) konzentriert sich das Interesse an mobiler Mediennutzung, namentlich beim mobilen Fernsehen, vor allem auf die jüngeren Jahrgänge, wobei die Ausbreitung im Markt nicht zuletzt durch die Meinungsführer, aber auch durch soziale Netzwerke beeinflusst würde.

Der hohe Wettbewerbsdruck auf die Anbieter mit den daraus resultierenden Konzentrationstendenzen lässt nach Einschätzung von Dr. Peter Meissner (Unternehmensberater) vor allem die Endkunden als Gewinner erscheinen. Dennoch bleibe die grundlegende Frage, ob die Mobilfunkkunden mit dem Angebot und dessen Qualität künftig zufrieden seien. Manche Experten sprächen auch schon von der "Mobilen Enttäuschung". Deshalb sei auf Seiten der Anbieter ein Umdenkprozess bei der Entwicklung von Systemen, Diensten und Endgeräten unabdingbar.

Auch Dr. Heinrich Röper (Solon) sieht den Markt für mobile Kommunikation noch in den Anfängen und macht dafür sowohl bei den Anbietern als auch bei den Kunden diverse Blockaden verantwortlich: So hätten die Inhaltenanbieter noch keine attraktiven Geschäftsmodelle, die UMTS-Durchdringung sei noch zu gering, für die Kunden sei die Nutzung noch zu teuer, und zudem sei die Bedienbarkeit des mobilen Internets noch zu schwierig. Jedoch ist Röper optimistisch, dass sich die Marktstruktur bis zum Jahr 2010 nachhaltig verändern wird: Es werde weitreichende mobile Angebote geben, die Expansion von UMTS und das verstärkte Angebot von Pauschaltarifen (Flatrates) würden die Nutzung steigern. Das mobile Internet werde einfach in Mode kommen ("Mainstream").

*

Der MÜNCHNER KREIS ist eine seit 1974 bestehende gemeinnützige, übernationale Vereinigung für Kommunikationsforschung, die es sich zum Ziel gesetzt hat, neue Entwicklungen in der Kommunikationstechnik transparent zu machen. Er fördert die Entwicklung, Erprobung und Einführung neuer Kommunikationssysteme durch sachliche Untersuchung und kritische Diskussion. Dazu veranstaltet er Mitgliederkonferenzen, Fachkonferenzen und Kongresse. Die Arbeitsergebnisse werden publiziert. Die Arbeit des MÜNCHNER KREISES ist nicht fachlich spezialisiert, sondern interdisziplinär. Im MÜNCHNER KREIS wirken Personen und Institutionen der Wirtschaft, der Medien, der Politik und der Wissenschaft zusammen.