



Hauptversammlung der Deutschen Telekom (in Köln am Dienstag vergangener Woche): „Von UMTS reden wir nicht mehr“

MOBILFUNK

„Wie die Spinne im Netz“

Die Handy-Firmen ändern ihre Strategie. Nach einer Radikalkur und drastischen Kostensenkungen soll nun endlich das Datenzeitalter eingeläutet werden – mit oder ohne UMTS.

Ausgiebig schilderte Kai-Uwe Ricke den T-Aktionären die blendenden Zukunftsaussichten auf dem „Wachstumsmarkt Mobilfunk“. Da war von „cash-optimiertem Wachstum“ die Rede, von „optimierter Netzwerktechnik“ und „anspruchsvollen Multimedia-Services“.

Nur eine Lieblingsvokabel früherer Reden spielte in der mehr als einstündigen Ansprache des neuen Chefs der Deutschen Telekom vor der Hauptversammlung am vergangenen Dienstag in Köln keine Rolle mehr: UMTS – das Kürzel für die Handy-Technik der nächsten Generation.

Der Grund: Fast unbeachtet hat der größte deutsche Mobilfunkanbieter einen sensationellen Strategiewechsel vollzogen. „Wir werden unseren Kunden kein spezielles UMTS-Angebot machen“, betonte der Telekom-Lenker nach langem Fragen-Marathon und erklärte das Technik Kürzel kurzerhand zum Unwort: „Von UMTS reden wir nicht mehr.“

Welch ein Wandel: Gut acht Milliarden Euro hatte die Telekom vor knapp drei Jahren in Deutschland im Lizenzpoker um die Handy-Technik der Zukunft bezahlt, weitere 6,6 Milliarden hatten die T-Manager in England für UMTS verzockt. Insgesamt 110 Milliarden Euro kassierten die EU-Finanzminister auf dem Höhepunkt der Handy-Euphorie von den Netzbetreibern.

Und alle waren sie stolz, die begehrte Fahrkarte in die vermeintlich rosige Zu-

kunft des Mobilfunks ersteigert zu haben. Mit neuen Diensten, Videokonferenzen, Fotos und Spielen wollten sie den Umsatz in astronomische Höhen treiben.

Nun soll von alledem keine Rede mehr sein? Nun soll das Kürzel, das als Synonym für die kommende Revolution im Mobilfunk stand, auf den Index?

Für den neuen Telekom-Chef ist die Antwort klar: „Es gibt keine Revolution.“ Nicht einmal ein symbolischer Startschuss

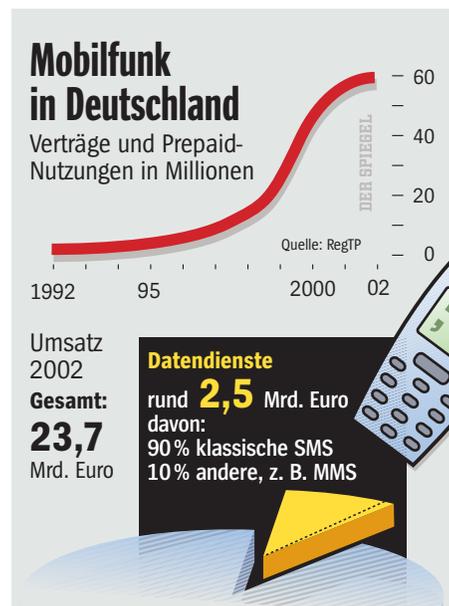
wird die neue Ära ankündigen, die nach früheren Plänen längst begonnen haben sollte. „UMTS“, lautet jetzt die Losung, „kommt als Evolution.“ Und da ist das hoch belastete Kürzel nur hinderlich.

Zu leicht könnten die Kunden daran erinnert werden, mit welchem Tamtam andere Neuheiten wie WAP oder GPRS von den Netzbetreibern als Technologiesprünge gefeiert wurden – und sich dann als Flop erwiesen. „Eine Killer-Applikation wird es nicht geben“, dämpft Ricke nun die von seiner Branche selbst hoch gezogenen Erwartungen und gibt sich ganz bescheiden: „Entscheidend ist, dass das Netz dem Kunden einen Nutzen bringt.“

Der Telekom-Chef steht mit seiner neuen Nüchternheit nicht allein da. Längst haben alle Netzbetreiber ihre ursprünglichen Termine für den UMTS-Start mehrfach verschoben. Und nachdem Quam und MobilCom noch vor dem Start ausgeschieden sind, hegt auch keiner der verbliebenen vier Konzerne den Ehrgeiz, unbedingt der Erste zu sein. Statt von schnellen Erfolgen zu schwafeln, geht Ricke nun davon aus, dass sich „die Lizenz über ihre Laufzeit von 20 Jahre amortisieren“ werde.

Andere revidieren ihre Pläne noch radikaler: O2, die Münchner Tochter der englischen Handy-Gesellschaft MMO2, reduzierte vergangene Woche den Bilanzwert ihrer UMTS-Lizenz mit einem Schlag von 8 Milliarden auf rund 2,5 Milliarden Euro. Begründung: Die Technik sei noch nicht ausgereift, das Geschäft mit dem ultraschnellen Datendienst, so O2-Geschäftsführer Rudolf Gröger, werde sich deutlich langsamer entwickeln als geplant.

Die neue Ehrlichkeit ist nicht nur die Folge der drückenden Lizenz-Schuldenlast und hartnäckiger Detailprobleme rund um die UMTS-Technik. Auch die Einstellung der rund 60 Millionen Handy-Telefonierer





Vodafone-Chef Gent (2. v. l.): Die Strategie beginnt zu greifen

gegenüber dem Mobilfunk hat sich dramatisch gewandelt.

Immer mehr Handy-Nutzer, so das Ergebnis einer aufwendigen Umfrage unter Mobilfunkkunden, die in der Konzernzentrale des Netzbetreibers E-Plus unter Verschluss gehalten wird, klagen über unkalkulierbare Kosten und einen undurchschaubaren Tarifsumpf. Viele Kunden sehen die Netzbetreiber inzwischen als „räuberische Monopolisten“ und „Straßenräuber“, die Kunden mit unnützen Angeboten das Geld aus der Tasche ziehen. „Die sitzen wie die Spinne im Netz und saugen uns aus“, zitiert die E-Plus-Studie einen gebeutelten Handy-Nutzer.

Nachgelassen hat auch die Technikbegeisterung. Früher galt es als cool, immer das neueste Handy zu haben, heute überwiegt die Skepsis gegenüber den Verheißungen der Branche. Und zum Verdruss der Netzbetreiber nutzen die meisten Mobilfuncker ihr Handy immer noch hauptsächlich zum Telefonieren und zum Versenden von Kurznachrichten (SMS).

Die Folge: Statt der erhofften 50 bis 100 Euro pro Monat liegt die durchschnittliche Rechnung der Handy-Nutzer beispielsweise bei der Telekom nur bei 23 Euro. Und daran, das wird den Mobilfunkmanagern allmählich klar, wird sich nur langsam etwas ändern.

Wie langsam, hat E-Plus-Chef Uwe Bergheim in den vergangenen Monaten mit seiner Mannschaft analysiert. „Einen nennenswerten Beitrag zu unserem Ergebnis“, so Bergheims ernüchternde Bilanz, „wird UMTS frühestens in drei bis vier Jahren leisten.“ Dann erst, glaubt der E-Plus-Manager, seien Handys, Dienste und Technik so weit ausgereift, dass sie eine entsprechende Akzeptanz bei den Kunden fänden.

Bis dahin will sich das Düsseldorfer Unternehmen auf einen bislang fast verpönten

Bereich konzentrieren: das klassische Telefongeschäft. Immer noch, weiß Bergheim, greifen viele Kunden aus Kostengründen lieber zum Festnetztelefon statt zum Handy.

Genau darauf will E-Plus nun reagieren – mit transparenteren Tarifen und Preisen, die innerhalb Deutschlands mit den Festnetzgebühren konkurrieren können. Mit diesem Strategiewechsel, glaubt Bergheim,



MMS-Handy: Grotteske Szenen an der Ladentheke

könnten zig Millionen Telefonminuten in das Mobilfunknetz umgeleitet werden.

Zu solch drastischen Maßnahmen sehen die Marktführer Vodafone und Deutsche Telekom vorerst keinen Anlass. Stolz verweisen T-Mobile-Chef René Obermann und seine Vodafone-Kollegen auf höhere Umsätze und wieder steigende Gewinne.

Nur: Mit dem erhofften Datengeschäft, gar UMTS, haben die besseren Zahlen nichts zu tun. Sie sind darauf zurückzuführen, dass die erfolgsverwöhnten Konzerne nach dem Schock über das kostspielige UMTS-Abenteuer nun ihre Hausaufgaben gemacht haben. So wurden die Kosten drastisch gekappt, der ruinöse Subventionswettbewerb um immer billigere Handys beendet und Zigtausende Kunden mit Mini-Rechnungen ausgesteuert.

Vodafone mit seinen weltweit 113 Millionen Kunden kann inzwischen sogar wieder Rekordzahlen vorweisen. Grund: Trotz der zahlreichen Zukäufe, die Firmenchef Chris Gent in den vergangenen Jahren getätigt hat, steht der Konzern mit einer vergleichsweise geringen Verschuldung da. Auch die Strategie, überall in Europa mit einheitlicher Marke und Produkten aufzutreten, beginnt zu greifen. Dadurch konnten die Kosten gesenkt und hohe Synergieeffekte realisiert werden. Der Konzern, sagt ein Top-Manager, sei so profitabel, dass man sogar eine Durststrecke im Datengeschäft überstehen könne.

Das ist auch nötig, denn das Datengeschäft läuft noch längst nicht rund. Zwar haben Vodafone und Telekom zusammen bisher rund 1,8 Millionen Handys verkauft, mit denen Fotos und Multimedienachrichten (MMS) verschickt werden können. Nennenswerte Umsatzsteigerungen konnten dadurch aber noch nicht erzielt werden. Mehr als 90 Prozent des bescheidenen Datenvolumens stammen noch aus den klassischen SMS-Nachrichten.

Das wird sich erst ändern, wenn genügend Handys verkauft wurden, die neue Dienste wie Fotos, Videos oder E-Mails empfangen können. Dann könnten auch die Umsätze mit den Datendiensten gesteigert werden. „Auf welcher Technik die Angebote basieren“, sagt ein T-Mobile-Vorstand, „ist dabei ziemlich egal.“

Um die „kritische Masse“ zur Ankurbelung des Datentransfers zu erreichen, wollen die großen Netzbetreiber die neuartigen Handys mit Kamera und Farbdisplay in den nächsten Monaten mit gewaltigem Werbeaufwand und allerlei Tricks in den Markt drücken.

Jüngster Einfall: Anders als bisher erhalten Händler in Elektromärkten und Telefonshops Teile ihrer Vertragsabschluss-Prämie erst ausgezahlt, wenn der Kunde sein neues Gerät als MMS-Handy freigeschaltet und ein erstes Foto gemacht und verschickt hat.

Die Folge sind groteske Szenen an den Ladentheken: Unter dem Vorwand eines Funktionschecks machen viele Händler schon im Laden einen Schnappschuss mit dem Handy des Kunden und schicken es quasi zur Kontrolle an ein eigenes Gerät.

So sichern sie nicht nur die eigene Prämie und aktivieren den neuen Dienst auf dem Kunden-Handy. Ganz nebenbei hübschen sie auch die magere Statistik der Handy-Konzerne auf. Dort nämlich taucht der Kunde ab sofort unter der für Investoren und Werbeversender wichtigen Rubrik MMS-Nutzer auf – auch wenn er den teuren Fotodienst danach nie mehr in Anspruch nimmt.

FRANK DOHMEN, KLAUS-PETER KERBUSK

* Mit den Formel-1-Piloten Michael Schumacher (l.), Rubens Barrichello (r.) und Ferrari-Rennleiter Jean Todt vor dem Großen Preis von Italien in Monza.