

Symbol in der Tasche

Das **Mobiltelefon** wird zum Massenartikel / Von Klaus-Peter Kerbusk

Für große Worte hat Herbert Brenke keine Zeit. Sein Motto lautet ganz schlicht: „Tempo, Tempo, Tempo.“

Der Chef der Düsseldorfer Firma E-Plus hat einen ehrgeizigen Plan: Er will E-Plus zum „kundenfreundlichen Mobilfunknetz für jedermann“ machen und im Jahre 2000 an die drei Millionen Bundesbürger bedienen.

Noch ist Brenke von seinen Vorgaben weit entfernt. Aber die Chancen, daß er in den kommenden fünf Jahren sein Ziel erreicht, stehen nicht schlecht. Mobiltelefonieren ist in, Handys sind ein Bestseller in den Elektronikläden, und ein Ende des Booms ist nicht abzusehen.

Vorher muß der rheinische Manager allerdings ein schweres Handicap überwinden: Er muß „die Ungnade der späten Geburt“ ausgleichen. Während die Konkurrenten Mannesmann (D2) und der Telekom-Ableger Detemobil (D1 und C-Netz) bereits seit drei Jahren aktiv sind, erhielt E-Plus erst im Frühjahr 1993 die begehrte Lizenz zum Aufbau des Funknetzes. Als dritter Mobilfunk-Anbieter in Deutschland liegt der Newcomer scheinbar hoffnungslos zurück. Nicht einmal ein Prozent der fast drei Millionen Mobilfunk-Anschlüsse

in Deutschland beginnt derzeit mit der E-Plus-Vorwahl 0177.

Brenke hat deshalb die inzwischen 1600 Mitarbeiter zählende E-Plus-Belegschaft zu einer hektischen Aufholjagd angetrieben. Bereits ein Jahr nach dem Erhalt der Lizenz konnten in Berlin die ersten Kunden telefonieren, und bis Ende 1994 waren schon alle großen deutschen Wirtschaftszentren an das neue Netz angeschlossen. Im Laufe dieses Jahres will Brenke für 70 Prozent der Bevölkerung erreichbar sein, Ende 1997 soll dann das vier Milliarden Mark teure E-Netz in ganz Deutschland zur Verfügung stehen.

Der Nachzügler, der mit den Mischkonzernen Thyssen und Veba zwei finanzstarke Gesellschafter im Rücken hat, drückt nicht nur aufs Tempo. Brenke schlägt auch im Marketing neue Töne an: Er will „das Mobiltelefon nicht als Luxusartikel verkaufen“. Handys werden in Deutschland „bald so selbstverständlich sein wie TV-Geräte oder tiefgekühlte Lebensmittel“, meint der E-Plus-Strategie.

Noch vor wenigen Jahren kostete das Statussymbol Mobiltelefon mehr als 10 000 Mark; es wurde nur von einigen hunderttausend Politikern und Managern

benutzt. Inzwischen ist es auf dem besten Weg zum Massenartikel. Monat für Monat legen sich bis zu 80 000 Bundesbürger, darunter immer mehr Privatleute, ein neues Handy zu.

Kenner des Gewerbes zweifeln nicht daran, daß der Funkmarkt auch in den kommenden Jahren zu den Branchen mit dem größten Wachstum gehört. Bis Ende des Jahrzehnts, so die immer wahrscheinlicher werdenden Prognosen, haben 10 Millionen Deutsche ein Funktelefon im Auto oder ein Handy in der Jackentasche; 18 bis 20 Milliarden Mark werden sie pro Jahr dafür ausgeben, immer und überall erreichbar zu sein.

Der Wandel Deutschlands vom mobiltelefonischen Entwicklungsland zum Vorreiter in Europa ist selbst für Branchenkenner überraschend. Schließlich waren die Bedingungen zum Einstieg in die neue Ära alles andere als günstig. Erst Anfang 1991, wenige Monate vor dem ursprünglich geplanten Start von D1 und D2, wurden die technischen Details für die neuen GSM-Netze (Abkür-

Bis Ende des Jahrzehnts werden 10 Millionen Deutsche ein Handy oder ein Autotelefon haben



zung für Global System for Mobile Communication) fertiggestellt. Das Regelwerk umfaßt fünf dicke Leitz-Ordner. Die Normen waren zwar schon Ende der achtziger Jahre von mehreren europäischen Postverwaltungen erarbeitet worden. Doch die schnelle Entwicklung der Digitaltechnik machte zahlreiche Änderungen erforderlich. Telefonfirmen, Meßgerätehersteller

Funktechnik offensichtlich unterschätzt. Aber von solchen Kinderkrankheiten ließen sich die plötzlich telefonsüchtigen Deutschen nicht mehr abschrecken. Der Run auf die Mobiltelefone übertraf sogar die Prognosen optimistischer Marktforscher. Schon zur Jahreswende 1993/94, ein halbes Jahr früher als erwartet, hatten beide Netzbetreiber jeweils etwa eine halbe

weniger als 400 Mark bietet fast jedes Kaufhaus an. In Einzelfällen gibt es das begehrte Handy sogar schon für 48 Mark. Der Preisverfall spiegelt allerdings nur zum Teil die Produktivitätsfortschritte der Gerätehersteller wider. Entscheidend ist der erbitterte Konkurrenzkampf der privaten Telefonfirmen, die als sogenannte Service Provider die Telefonkarten der beiden Netzbetreiber vermarkten. Mit der Provision von etwa 400 Mark, die sie von den Netzbetreibern für jeden neuen Kunden bekommen, subventionieren sie die Gerätepreise. Verdient wird nicht bei der Hardware, sondern an den Gebühren: Die Lockvogel-Angebote sind stets an den Kauf einer Telefonkarte gebunden.

Entscheidend für den Preisverfall der Hardware ist die erbitterte Konkurrenz der privaten Telefonfirmen

und Software-Entwickler mußten ihre Produkte nachbessern und gerieten in Verzug. Die Premiere des weltweit ersten digitalen Funknetzes mußte immer wieder verschoben werden.

Während der Herausforderer Mannesmann, der Ende 1989 als erstes Privatunternehmen vom damaligen Postminister Christian Schwarz-Schilling eine Lizenz für ein öffentliches Telefonnetz erhalten hatte, mit jedem Tag Verzögerung gewaltige Verluste einfuhr, konnten sich die Telekom-Verantwortlichen insgeheim freuen. Viele vom Warten entnervte Kunden ließen sich noch im veralteten C-Netz registrieren und verhalfen dem Monopolisten Telekom zu Rekorderinnahmen.

Mitte 1992 konnte der Konkurrenzkampf endlich beginnen. Trotz der Verzögerungen durch besorgte Bürger, die mancherorts aus Angst vor zu starker elektrischer Strahlung die Errichtung von Sendemasten bremsten, war der Netzausbau bei beiden Anbietern gut vorangekommen. So konnten die Digitalfunker von Anfang an entlang fast aller Autobahnen telefonieren. Funkstille herrschte nur in der Provinz.

Problemloser Empfang war zwar noch nicht überall möglich; beide Netzbetreiber hatten die Komplexität der neuen digitalen

Million Kunden. Im vergangenen Jahr kamen noch einmal fast eine Million dazu. Als Hauptgrund für das überraschend schnelle Wachstum nennen Experten den dramatischen Sturz der Gerätepreise. Noch zu Beginn der digitalen Ära kosteten Funktelefone um die 3000 Mark. Mit einem Kampfpfeis von knapp 2000 Mark eröffnete dann der US-Konzern Motorola im Herbst 1992 die Schlacht um den deutschen Markt. Vor allem die skandinavischen Konkurrenten Ericson und Nokia zogen schnell nach, während der einstige Platzhirsch Siemens den Aufbruch fast verpaßte.

Alle Hersteller haben inzwischen ihre Kapazitäten gewaltig ausgebaut. Dennoch kommt es immer wieder zu Engpässen. „Wir leben von der Hand in den Mund“, klagt Dieter Hähle von der Telefonfirma D-Plus.

Der Engpaß, der den Verkäufern manches Geschäft verdirbt, liegt bei den Chipherstellern. Motorola, NEC oder Matsushita können mit dem Ausbau der milliardenteuren Produktionslinien für die GSM-Chips gar nicht schnell genug nachkommen. Die Mobilfunk-Norm aus Europa wird inzwischen weltweit angewendet: 43 Länder haben sich schon für GSM entschieden, weitere werden folgen. Nur in den USA hat die europäische Technik keine Chance, da die GSM-Frequenzen dort im Bereich von 900 Megahertz militärisch genutzt werden.

Trotz der akuten Nachschubprobleme stürzen die Gerätepreise hierzulande weiter ins Bodenlose. Nicht selten werden die Handys innerhalb eines halben Jahres um 60 Prozent billiger, Sonderangebote von

Die insgesamt 13 Service Provider können ihre Tarife frei gestalten. Da jede Firma mehrere Gebührenmodelle anbietet, stehen im Mobilfunk mehr als 120 Tarife zur Auswahl.

In dem Tarifdschungel aus Zeittakten, Abrechnungsverfahren, Extragebühren und Sonderkonditionen für Viel- und Wenignutzer blickt kein Kunde durch. Die Folge: Wer die Karte „beim falschen Anbieter kauft“, so die Stiftung Warentest, „zahlt Monat für Monat mehr, als er beim Telefon spart“.

Erst ganz allmählich sinken die Tarife. So berechnet der Nachzügler E-Plus für Gespräche innerhalb des Netzes nur 59 Pfennig pro Minute. Mit 29 Pfennig pro Minute sind die Gebühren abends und am Wochenende sogar billiger als beim stationären Telefon. Ende vergangenen Jahres zogen D2 und anschließend D1 nach: In ihren günstigsten Tarifen verlangen die beiden großen Netzbetreiber 39 Pfennig für die Gesprächsminute.

Doch das ist erst der Anfang. Im internationalen Vergleich sind die Tarife immer noch zu hoch. Nur in Frankreich, Japan und den USA ist die Handy-Quasselie noch teurer, in Skandinavien dagegen um fast zwei Drittel billiger als in Deutschland. Experten gehen deshalb davon aus, daß die Funktarife auch hierzulande deutlich fallen werden. „Je schneller E-Plus mit seinen aggressiven Preisen Erfolg hat, desto eher werden die großen Anbieter reagieren“, sagt D-Plus-Chef Hähle. Mannesmann etwa will noch im ersten Halbjahr 1995 ein völlig neues Tarifsystem präsentieren.

Möglicherweise werden die Kunden mit ihren schicken Handys dann auch endlich mehr telefonieren. Denn noch nutzen sie ihren Mobilfunk-Anschluß viel weniger, als die Marktstrategen erwartet hatten. Gerade anderthalb Stunden pro Monat bedient heute der Durchschnittskunde das einstige Statussymbol – da bleibt noch eine Menge Zeit für weitere Gespräche.



Einkaufsbummel mit Handy: Allmählich sinken die Tarife

T. TOMASZEWSKI