

Mobile World Congress: Der Machtkampf um die Digitale Transformation

Die Mobilfunk-Messe Mobile World Congress in Barcelona ist in den Medien vor allem wegen der Neuheiten bei den Endgeräten präsent. Spannender für die Analyse ist jedoch der Kampf um die Marktmacht, der zwischen den Internetgiganten ausgetragen wird und in dem die Mobilfunkbranche inzwischen allenfalls die Rolle des kleineren Koalitionspartners spielt. Ein aktuelles Beispiel ist die Frage, was nach SMS und WhatsApp kommt.

2006 fand der Mobile World Congress erstmals in Barcelona statt: Wie jedes Jahr ließ die Branche ihre Zulieferer aufmarschieren, die Hersteller von Endgeräten, Netzelementen und Diensten aller Art, so viele wie nie zuvor. Die Marktmacht der Mobilfunkanbieter befand sich auf ihrem Höhepunkt und allein die Verlegung von Cannes nach Barcelona war eine Machtdemonstration: Ihre Vereinigung GSMA wollte nicht nur mehr Geld einnehmen, sondern vor allem auch mehr Kontrolle über den Veranstaltungsort, die Konditionen und teilnehmenden Unternehmen. Ein Coup wie der von Siemens Mobile, die für ihre großen Messestände nicht mehr zahlten, sondern dafür kurzerhand eine 150 Meter lange Korsika-Fähre gemietet und mit großem Werbeeffekt vor dem Palais de Congrès vor Anker gelegt hatte, sollte um jeden Preis vermieden werden. Die GSMA hat sich für die Vermarktung ihrer Veranstaltung die großen Sportverbände wie IOC und FIFA zum Vorbild genommen (und auch entsprechendes Personal eingestellt).

Welche Rolle spielen die Mobilfunkanbieter noch?

2007 kam das iPhone auf den Markt, zunächst belächelt. Doch in den Folgejahren drehte Apple erstmals die Machtverhältnisse zwischen Mobilfunkanbieter und Endgerätehersteller um, Google folgte mit Android. Dabei geht es um mehr als den Mobilfunkmarkt: "Mit Hilfe des Smartphones und seiner Daten schieben sich Apple, Google und Facebook künftig zwischen Kunde und Händler", so Prof. Dr. Key Pousttchi, Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik und Digitalisierung. "Das große Spiel im Silicon Valley läuft über den Mobilfunk, aber ohne die Mobilfunker."

Die Zukunft des Mobilfunkmarktes ist seit vielen Jahren für die Potsdamer Forscher ein wichtiges Thema. Bereits 2011 (noch an der Universität Augsburg) zeigten sie in einem Forschungsprojekt ein Referenzmodell für die Wertschöpfungsbausteine im modernen Mobilfunkmarkt und 2014, wie sich die Marktmacht bei Handel, Banken und weiteren Teilen der Realwirtschaft durch das Spiel auf dem Smartphone-Markt verschieben wird. Die Mobilfunkanbieter spielen dabei jedoch nur noch eine Nebenrolle.

Auf dem Mobile World Congress 2011 antwortete Google-Chef Eric Schmidt auf die Frage von Key Pousttchi, ob sich der Kunde in fünf Jahren mehr als Kunde von T-Mobile, Vodafone & Co. oder als Google-Kunde fühlen werde, noch diplomatisch mit "Beides!", auch angesichts der versammelten Mobilfunk-Granden im Saal. Auf eine scherzhafte (aber deutliche) Nachfrage hin jedoch sprach er dann längere Zeit über die Smartphone-Welt und die Dienste von morgen für die Kunden – ohne die Mobilfunkanbieter dabei auch nur zu erwähnen. Diese Welt ist heute weitgehend Realität.

Was kommt nach SMS und WhatsApp?

Ein aktuelles Beispiel ist auf dem MWC 2017 die Frage, was nach SMS kommt. Als Standard hierfür hat die GSMA bereits 2012 RCS (damals unter dem Namen Joyn) verabschiedet, das bei verschiedenen Mobilfunkanbietern unter teils unterschiedlichen Namen im Einsatz ist, jedoch von den Nutzern weitgehend ignoriert wird. Die Nutzer verwenden stattdessen WhatsApp (seit 2014 im Besitz von Facebook). Während Apple in seiner geschlossenen Produktwelt ebenfalls seit längerem den Dienst iMessage hierfür anbietet, fehlt Google bisher eine entsprechende Anwendung, die mit WhatsApp konkurrieren oder es durch Verankerung ins Betriebssystem sogar ablösen kann. In dieser Situation hat Google nun angekündigt, seinen Messenger in "Android Messages" umzubenennen – und dabei den RCS-Standard der GSMA zu verwenden. Ob das

erfolgreich sein wird, bleibt abzuwarten, zumal der wichtigste Android-Gerätehersteller Samsung bisher nicht mitmacht. In jedem Fall ist zu erkennen, zwischen welchen Firmen das Rennen um den Endkunden heute stattfindet. Die Regulierung beschränkt sich interessanterweise weitgehend auf die klassischen Mobilfunknetzbetreiber, ein Vorteil mehr für die andere Seite.

Der Potsdamer Lehrstuhl untersucht unterdessen weiter die Rolle des Smartphones als Treiber der Digitalen Transformation im Endkundengeschäft.

"Das Smartphone wird immer mehr zur Fernsteuerung des Nutzers für sein gesamtes Leben, das wird unsere Wirtschaft verändern", so Key Pousttchi dazu. "Leider ist die europäische Mobilfunkindustrie nur noch am Rande mit dabei."

Link zur Bedeutung des Smartphones für die Digitale Transformation der Realwirtschaft:

<http://www.enzyklopaedie-der-wirtschaftsinformatik.de/lexikon/technologien-methoden/Informatik--Grundlagen/digitalisierung/digitale-transformation>

Pressekontakt:

Prof. Dr. Key Pousttchi
Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Digitalisierung
Universität Potsdam
August-Bebel-Str. 89
14482 Potsdam

Web: www.uni-potsdam.de/digitalisierung-prof-pousttchi

Telefon: +49 (177) 6319508

Mail: pousttchi@uni-potsdam.de