

2002

hessen-telekommunikation

NEWS

www.hessen-telekommunikation.de

TK-Dialog Hessen

Telekommunikationsanbieter in Hessen
– Grundlagenstudie abgeschlossen

Digitalisierung der Rundfunkverbreitung
– Zusammenwachsen von Informations-,
Kommunikations- und Rundfunktechniken

Telekommunikationsgesetz – quo vadis?

T-Mobile-Stiftungsprofessur für M-Commerce
an der Universität Frankfurt besetzt

UMTS goes Multimedia

Gründermarkt in Kiedrich im Rheingau
– Know-how und Kontakte für junge
Unternehmer

Inhalt

Editorial	2
Die Aktionslinie hessen-telekommunikation	3
Telekommunikationsanbieter in Hessen	4
Digital Radio in Hessen	5
Telekommunikationsgesetz – quo vadis?	8
Einführung der Betreiberwahl im Ortsnetz	8
Missbrauch von Mehrwert-diensterufnummern	9
Neue Professur erforscht sicheren M-Commerce	10
Mobilfunk der 3ten Generation – UMTS goes Multimedia	12
Know-how und Kontakte für junge Unternehmer	14
Abo-Bestellung	16
Impressum	16

Sehr geehrte Damen und Herren,

Mit Beginn des neuen Jahrtausends hat die Telekommunikationswirtschaft in den modernen Industrienationen eine Schlüsselfunktion übernommen, von der wichtige Wachstumsimpulse ausgehen. Die durchschnittlich jährlichen Wachstumsraten der Telekommunikationswirtschaft liegen seit einigen Jahren weit über dem entsprechenden Wachstum des Bruttoinlandprodukts.

Der deutsche Markt für Informations- und Kommunikationstechnologien und -dienstleistungen wuchs im Jahr 2001 um 10% auf über 127 Mrd. € und wird Expertenschätzungen zufolge schon in 4 Jahren die Grenze von 200 Mrd. € überschreiten. Hierin zeigt sich deutlich die Neuorientierung der Volkswirtschaft und der Wandel zur Informations- bzw. Kommunikationsgesellschaft.

Die wirtschaftlichen Chancen der Globalisierung und der Informationsgesellschaft können nur mit den Möglichkeiten der Kommunikationstechnologie realisiert werden. Der durch den Liberalisierungsprozess ausgelöste Eintritt neuer Carrier, verbunden mit kontinuierlichen Preissenkungen sowie neue innovative Dienstangebote lassen eine steigende Nutzung und eine wachsende Nachfrage nach Bandbreite erwarten, so dass die TK-Branche auch in Zukunft eine entscheidende Rolle für die gesamtwirtschaftliche Wertschöpfung spielen wird.

Von den derzeit 234 lizenzierten Telekommunikationsanbietern in Hessen mit starker Konzentration auf das Rhein-Main-Gebiet geben 72% der Unternehmen dem Standort die Note „gut“ bzw. „sehr gut“. Frankfurt wurde als der bedeutendste Telekommunikationsstandort Deutschlands benannt.

Im ersten Newsletter der Aktionslinie hessen-telekommunikation werden Sie u.a. viele Informationen über den hessischen Telekommunikationsmarkt finden. Darüber hinaus wird die Aktionslinie hessen-telekommunikation hessischen Telekommunikationsdienstleistern als Informations- und Kommunikationsplattform online schnell und aktuell Informationen zur nationalen und internationalen Regulierungs- und Ordnungspolitik geben sowie den Dialog untereinander fördern.

Ich hoffe, dass wir damit auf Ihr Interesse stoßen und lade Sie zum Gedankenaustausch ein. Die TechnologieStiftung Hessen GmbH als Projektträger für hessen-telekommunikation steht Ihnen dafür gerne zur Verfügung. Beim Lesen dieser ersten Ausgabe wünsche ich Ihnen viel Vergnügen.



Dieter Posch

Hessischer Minister für Wirtschaft,
Verkehr und Landesentwicklung
Vorsitzender des Aufsichtsrates
der TechnologieStiftung Hessen GmbH

Die Aktionslinie hessen-telekommunikation

hessen-telekommunikation, die Aktionslinie für Hessens Telekommunikationsbranche, leistet durch kontinuierliche und praxisnahe Informationen und Projekte einen Beitrag, die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die rund 235 Telekommunikationsanbieter und -dienstleister in Hessen zu verbessern und gerade kleineren und mittleren Unternehmen dieser aufstrebenden Branche beim Auf- und Ausbau ihrer Marktposition zu unterstützen. Darüber hinaus betreibt hessen-telekommunikation Standortmarketing, um potentielle Unternehmensgründer und Fachkräfte nach Hessen zu holen.

Zur Erreichung dieser Ziele bedient sich hessen-telekommunikation verschiedener Instrumente:

- Durch Vernetzung in Form von Kooperationsplattformen und Kompetenznetzwerke soll hessischen Telekommunikationsunternehmen die Möglichkeit geboten werden, sich zu informieren, auszutauschen und sich als Kooperationspartner zu präsentieren. So können hessische Telekommunikationsunternehmen unter der Internetadresse www.hessen-telekommunikation.de Einblick in den neuen TK-Kompetenzatlas mit allen in Hessen gemeldeten TK-Anbietern und -dienstleistern nehmen und sich für sie relevante Adressen herausziehen. Auch präzise und aktuelle Informationen über den hessischen Telekommunikationsmarkt sind hier abrufbar.
- Mit Brancheninformationen will hessen-telekommunikation die TK-Unternehmen in Hessen über aktuelle Begebenheiten, Trends oder Probleme informieren. Dies geschieht zum einen online und zum anderen über den Newsletter, der von nun an in regelmäßigen Abständen erscheint.
- Informationsveranstaltungen, Workshops und Aktionen greifen sich abzeichnende oder bereits existierende Probleme der Telekommunikationsbranche auf. Eine aktuelle Initiative von hessen-telekommunikation ist der TK-Dialog Hessen.

TK-Dialog Hessen

Am 15. August 2002 wurde auf einer informellen Veranstaltung der Aktionslinie hessen-telekommunikation der Wunsch nach einem regelmäßig stattfindenden TK-Forum laut, auf dem sich die hessische Telekommunikationsbranche austauschen und über aktuelle Sachverhalte diskutieren kann. Somit war die Idee des TK-Dialog Hessen geboren. Hierbei handelt es sich um ein monatlich stattfindendes Treffen der hessischen TK-Branche, welches von der Aktionslinie hessen-telekommunikation ausgerichtet wird und das jeweils am letzten Montag im Monat an unterschiedlichen Lokalitäten im Rhein-Main-Gebiet stattfinden soll.

Die Termine und die Themen der einzelnen Treffen werden immer rechtzeitig auf unserer homepage (www.hessen-telekommunikation.de) bekannt gegeben. Teilnehmer und Interessenten des TK-Dialoges Hessen können uns im Vorfeld Wunschthemen vorgeben. Sofern es möglich ist, sorgen wir dafür, dass diese Themen dann Gesprächsschwerpunkt auf einer der kommenden TK-Dialoge sind.

Die nächsten TK-Dialoge:

■ Montag, 25. November 2002, 13.30 Uhr

„Telekommunikationsgesetz – quo vadis?“

Landeshaus Wiesbaden
Kaiser-Friedrich-Ring 75, 65021 Wiesbaden

■ geplant:

Montag, 27. Januar 2003, 18.00 Uhr

Arcor, Frankfurt am Main

Da wir uns als Sprachrohr der hessischen Telekommunikationsbranche verstehen, sind wir für Anregungen oder Veranstaltungsvorschläge immer offen und dankbar. Wenn Sie unsere Arbeit im Interesse der hessischen TK-Branche unterstützen möchten, wenden Sie sich an uns:

TechnologieStiftung Hessen GmbH
Christopher Sitte
Projektleiter hessen-telekommunikation
Telefon 0611/774-612, Fax -620
sitte@tsh-hessen.de



Telekommunikationsanbieter in Hessen

Frankfurt ist die Nummer 1

Grundlagenstudie in Hessen abgeschlossen

Nach einer Untersuchung von rund 2000 bei der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post anzeigepflichtigen Unternehmen konnten 235 Telekommunikationsunternehmen identifiziert werden, die ihren Sitz (71 %) oder mindestens eine Niederlassung (29 %) in Hessen haben.

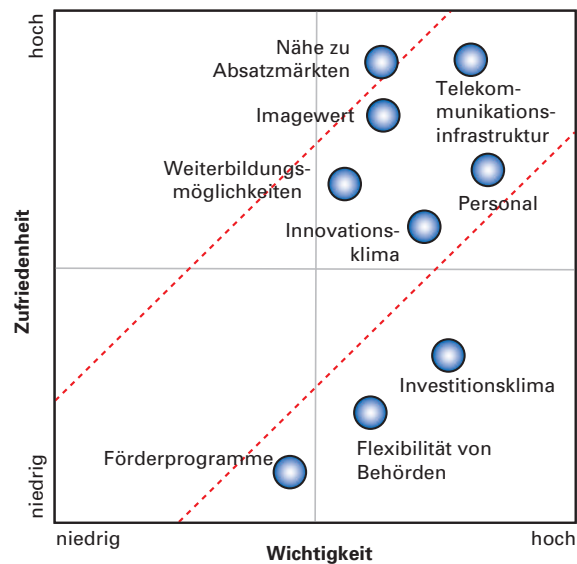
In den hessischen Telekommunikationsunternehmen arbeiten rund 20.000 Mitarbeiter. 91 % davon sind in Großunternehmen mit über 200 Angestellten tätig, lediglich 1 % werden in Betrieben mit bis zu 30 Mitarbeitern beschäftigt.

Die Branche setzte im Jahr 2001 ca. 6,8 Mrd. € um. Dabei werden mit hessischen Kunden ca. 55 % der Umsätze erzielt. Deutschland ist mit insgesamt 89 % der Umsätze der größte Markt, während das Auslandsgeschäft mit ca. 11 % des Umsatzes weiterhin Potenziale birgt.

Die hessischen Unternehmen decken das gesamte Spektrum an Telekommunikationsdiensten ab. Die wichtigsten sind Netzmanagementdienste (64 %), das Angebot von Festnetz-Übertragungswegen (33 %), Datenübermittlungsdienste (29 %), Sprachdienste (26 %) und Datenmehrwertdienste (25 %). Auch in Bezug auf das Angebotsvolumen ist Hessen Spitzenreiter. In der Abbildung spiegelt die Größe der Kuchen diagramme die Relationen der tatsächlich angebotenen Leistungen wider. Der größte Kuchen in Hessen zeigt, dass sich in Hessen besonders viele Telekommunikationsanbieter mit einem besonders breiten Leistungsspektrum befinden. Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg folgen auf den Plätzen.

Hessen – der Telekommunikationsstandort

Die hessischen Telekommunikationsanbieter sehen Hessen als Top-Standort in Deutschland. Auf Platz 1 der deutschen Standorte setzen sie mit einigem Abstand Frankfurt (35 %) vor München (28 %), Berlin (13 %) und Düsseldorf (11 %). Dieses erfreuliche Ergebnis spiegelt sich auch in der Beurteilung einzelner Standortfaktoren wider. Die Telekommunikationsinfrastruktur, die Nähe zu Absatzmärkten und der Imagewert erweisen sich als wertvolle Wettbewerbsvorteile, während Investitionsklima und Flexibilität von Behörden verbesserungsfähig sind. Jüngere Unternehmen (Gründung seit 2000) beurteilen den Standort dabei insgesamt besser als die seit längerem etablierten Unternehmen. Die Gesamtbeurteilung des Standorts Hessen liegt im Bereich der Note „gut“.



TK-Dienste

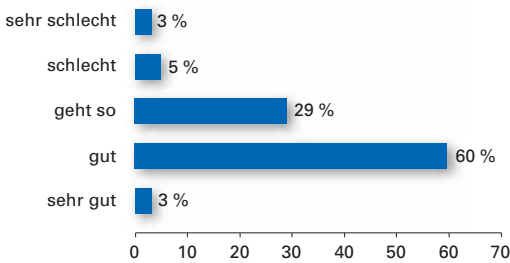
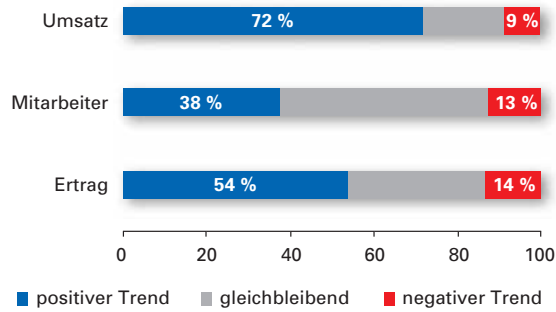
- Allgemeine Satellitenfunkdienste
- Angebot: Festnetz-Übertragungs-Wege
- Angebot: sat-gestützte Übertragungs-Wege
- Bündelfunkdienste
- Datenmehrwertdienste
- Datenübermittlungsdienste
- Funkrufdienste
- Info- und Buchungsdienste
- Integrierte Mehrwertdienste
- Mobile Datenfunkdienste

- Mobile Satellitenfunkdienste
- Mobiltelefondienste
- Netzmanagementdienste
- Öffentliche TK-Stellen
- Sat-gestützter Rundfunk
- Sprachdienste
- Sprachmehrwertdienste
- Technische Bereitstellung Multimedia
- Technische Bereitstellung Rundfunk
- Teilnehmerverzeichnisse

Erwartungen der Unternehmen

Auf die Frage „Wie beurteilen Sie die derzeitige Gesamtsituation Ihres Unternehmens?“ antworten 63 Prozent mit „gut“ oder „sehr gut“. 8 Prozent der Unternehmen beurteilen die aktuelle Situation als „schlecht“ bis „sehr schlecht“. Ein Vergleich mit der Softwarebranche (grau hinterlegt) zeigt beinahe parallele Erwartungen und damit die enge wirtschaftliche Verflechtung der beiden Branchen.

Die Erwartungen für das Jahr 2002 sind etwas gedämpfter als die positiven Trends von 2001. Mit 72 Prozent der befragten Unternehmen erwartet aber dennoch eine klare Mehrheit steigende Umsätze, 38 Prozent rechnen mit Neueinstellungen von Mitarbeitern in 2002 und 54 Prozent hoffen auf steigende Erträge. Insgesamt scheinen die hessischen Telekommunikationsunternehmen den düsteren Aussichten der Branche zu trotzen.



Ergebnisse als kostenlose Broschüre

Derzeit wird eine Broschüre vorbereitet, die demnächst über die TechnologieStiftung Hessen GmbH erhältlich sein wird und die zentralen Ergebnisse der Studie darstellt.



Dr. Oliver Kohl, Geschäftsführer
 M-Result GmbH
 Market Research & Management Consulting
 An der Fahrt 13, D-55124 Mainz
 Telefon 0 61 31 / 24 07 04-0, Fax -44
www.m-result.de

Digital Radio in Hessen

In nahezu allen Bereichen der Telekommunikations- und Informationstechnik hat sich die Digitalisierung als ökonomisch überzeugender Weg zu einer qualitativ und quantitativ besseren Nutzung der Ressourcen erwiesen. Bei der Verbreitung von Hörfunk und Fernsehen ist dieser Entwicklungsschritt erst teilweise vollzogen.

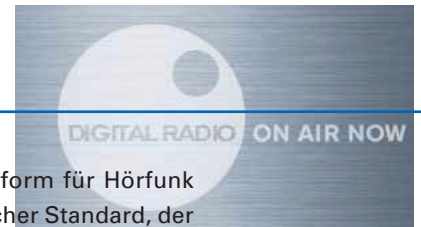
Digitalisierung der Übertragungswege

Die Digitalisierung der Rundfunkverbreitung schafft die notwendigen Voraussetzungen für die Weiterentwicklung des Rundfunks und das Zusammenwachsen von Informations-, Kommunikations- und Rundfunktechniken. Sie öffnet dadurch Märkte für neue Nutzungen und vielfältige innovative Anwendungen. Die Digitalisierung des Rundfunks ist die infrastrukturelle Grundlage für die Markteinführung neuer Angebote und Dienste, sowohl beim klassischen Rundfunk, als auch im Multimedia-Bereich.

DIGITAL RADIO – die digitale Plattform für Hörfunk und Datendienste – ist ein europäischer Standard, der nicht nur in Europa sondern weltweit eingesetzt wird. In Deutschland hat der Regelbetrieb in vielen Bundesländern 1999 begonnen. Hessen folgte im August 2001. In Hessen sind zwischenzeitlich 80 % der Fläche versorgt.

Frequenzen

Mit dem Wiesbadener Plan 1995 ist die Grundlage geschaffen worden, dass derzeit Frequenzen für zwei DAB-Bedeckungen genutzt werden können. Es stehen derzeit eine Bedeckung zur landesweiten Versorgung im Band III und eine Bedeckung zur regionalen Versorgung im L-Band zur Verfügung und damit durchschnittlich Übertragungskapazitäten für 12 bis 14 Digital Radio-Programme.



Sendernetzbetrieb

In Hessen ist für den Sendernetz- bzw. Multiplexbetrieb einerseits und die Programmveranstaltung andererseits getrennte Lizenzen und Zulassungen notwendig. Für den Netzbetrieb von Digital Radio ist das neu gegründete Unternehmen, die Hessen Digital Radio GmbH entstanden, die den Netzaufbau und -betrieb leistet.

Programmanbieter

Jeweils 50 % der Übertragungskapazitäten wurden den öffentlich rechtlichen Anstalten (Hessischer Rundfunk und DeutschlandRadio) und den privater Hörfunkveranstalter für digitale Radioprogramme zugewiesen. In Hessen werden in Simulcast-Verbreitung derzeit die Programme DeutschlandRadio Berlin, Deutschlandfunk und Hit Radio FFH verbreitet. Somit ergibt sich, im Gegensatz zu anderen Bundesländern, ein hoher Handlungsbedarf.

Die digitale Übertragungskapazität steht in erster Linie Angeboten zur Verfügung, die medienrechtlich als „Rundfunk“ gelten. Die durch die Digitalisierung mögliche Erweiterung der Übertragungskapazitäten soll daneben Anbietern multimedialer Dienste offen stehen und diskriminierungsfrei vergeben werden.

Digital Radio als zukunftsfähige Plattform

Vorteile der Digitalisierung der Hörfunkübertragung:

- Die knappen Rundfunkfrequenzen können wesentlich besser und effizienter ausgenutzt werden. Im Vergleich zu UKW können mehr Informationen gesendet werden.
- Das Publikum ist es gewohnt, Hörfunkprogramme an den verschiedensten Orten stationär, vor allem aber portabel oder mobil empfangen zu können. Digital Radio wurde deshalb gerade für den Empfang mit mobilen und portablen Geräten spezifiziert und entwickelt. Dabei wird eine wesentlich bessere Übertragungsqualität gegenüber analogen Verfahren erreicht.
- Sendernetze für Digital Radio werden gemäß der Konferenz von Wiesbaden 1995 grundsätzlich als „Single frequency network“ (SFN) geplant und realisiert. Dabei ist es möglich, neben der höheren Frequenzökonomie auch kostengünstigere Sendernetze zu errichten. Unter anderem können durch eine erhebliche Leistungsreduktion der Sender gegenüber bisherigen UKW-Netzen die Verbreitungskosten gesenkt werden.
- Das digitale Übertragungssystem DAB ist eine datentransparente Übertragungsplattform, die vielfältige Nutzungen erlaubt. Es garantiert dem Hörfunk sowie Tele- und Mediendiensten (entsprechend § 2 Mediendienste-Staatsvertrag) künftige Entwicklungsmöglichkeiten in quantitativer und qualitativer Hinsicht. So

erlaubt es bei besserer Frequenzausnutzung die Übertragung zusätzlicher innovativer Programmformate und ergänzende Informationen (z. B. Splitting eines Stereohörfunkprogramms in mehrere Mono-Informationenprogramme, die Ausstrahlung von „Secondary-Services“ als alternativ hörbare oder visuell wahrnehmbare Ergänzung eines primären Hauptprogramms, radio on demand).

- Mit Digital Radio lassen sich Inhalte neu gestalten, d. h. neue Hörfunkprogramme und mobil nutzbare Mediendienste können angeboten werden, die damit dem Publikum einen spezifischen Mehrwert zur Verfügung stellen. Digital Radio bietet den Programmachern zahlreiche Chancen für Programminnovationen, die im analogen System nicht möglich waren. Die Beschränkungen der analogen Übertragungstechnik verhindern vielmehr eine programmliche Weiterentwicklung. Programminnovationen fördern die Einführung von Digital Radio. Sie geben der Gattung Radio als Ganzes Entwicklungsraum, um im intermediären Wettbewerb auf Dauer zu bestehen. Daraus entstehen Anreize, Radio neu zu erleben.

Marketing

Die Vermarktungs- und Werbemaßnahmen für Digital Radio wurden in den vergangenen Monaten deutlich verstärkt. Durch den Zusammenschluß von Industrie, Sendernetzbetreibern und Programmveranstaltern in der Marketing-Initiative (IMDR) werden zur Zeit mit Nachdruck gemeinsame Anstrengungen unternommen, die Markteinführung zu beschleunigen.

Seit einigen Wochen bewerben Endgerätehersteller mit hohem finanziellen Aufwand und Unterstützung durch die IMDR ihre neuen, zwischenzeitlich technisch und preislich attraktiven Geräte und stoßen dabei auf eine erfreulich hohe Händler- und Kundenresonanz.

Wirtschaftliche Bedeutung des Standards

Je schneller die Digitalisierung vollzogen wird, desto größere Marktchancen werden sich für den Rundfunk und neue multimediale Dienste eröffnen. Damit trägt die Digitalisierung der Rundfunkübertragung auch dazu bei, den Industriestandort zu sichern und Wettbewerbsrückstände hessischer und deutscher Unternehmen und Diensteanbieter zu vermeiden. Sie trägt weiter dazu bei, den europäischen Vorsprung in diesem Bereich zu konsolidieren und auszubauen. Die dadurch in Zukunft mögliche Erschließung der Märkte durch digitalen Rundfunk und Multimedia-Angebote wird Wachstum und Beschäftigung in dieser dynamisch sich entwickelnden Branche fördern. Damit stellt Digital Radio bereits heute für die beteiligten Branchen einen erheblichen Wirtschaftsfaktor dar.

(Sendernetzausbau Ende 2002)

Digital Radio eröffnet Perspektiven:

- Der Standard für Digital Radio wurde mit starker deutscher Beteiligung entwickelt und die deutsche Industrie hat die Chance, ihre Produkte wie z. B. neue Gerätetechnik, Inhalte oder Dienstleistungen zu exportieren.
- Nach Vorleistungen aus „öffentlicher Hand“ (Steuer- und Gebührenzahler) und Industrie (Netzbetreiber, Endgeräte) in jeweils dreistelliger Mio. € Höhe wurde mit EUREKA 147 (DAB) ein stabiler europäischer Standard geschaffen und durchgesetzt, der Arbeitsplätze in Deutschland und Europa erhalten und – ähnlich GSM – langfristig technologischen Vorsprung sichern kann.

Digitalisierung als Infrastrukturaufgabe

Der Rundfunk ist ein Medium der Massenkommunikation und damit ein wesentliches Element der Meinungsbildung. Dies spiegelt sich folgerichtig in rundfunkbezogenen Gesetzen wider. Daraus leitet sich der Anspruch des Rundfunks bei der Verteilung der Frequenzressourcen ab.

Durch die Digitalisierung befindet sich der Hörfunk in einer entscheidenden Umbruchphase. Anders als bei der Erschließung des Wellenbereichs UKW oder bei der Einführung des Farbfernsehens ist nicht zu erwarten, dass die jetzige Umstellung der Programmverbreitung allein marktgetrieben und innerhalb weniger Jahre vonstatten geht. Gleichwohl stehen Sinn und Notwendigkeit der Digitalisierung der Übertragungswege außer Zweifel (Gewinn an Vielfalt, neuartige Angebote, Weiterentwicklung), und ein schneller Übergang wäre gerade volkswirtschaftlich angeraten. Angesichts der komplizierten Randbedingungen (z. B.: Regulierungsfragen, Frequenzvergabe, verschiedene Zuständigkeiten bei Bund und Ländern, horizontaler Markt Sendernetzbetreiber/Programmanbieter, Konsumentenverhalten) muss die Einführung des digitalen Rundfunks in Deutschland insgesamt als Infrastrukturaufgabe gesehen werden.

Eine staatliche Förderung der Digitalisierung wird also nicht nur allein aus der kulturellen Verpflichtung heraus motiviert, sondern lässt sich auch wirtschaftlich begründen. Auch wenn Digital Radio sich mittlerweile im Regelbetrieb befindet, kann auf eine Unterstützung dennoch nicht verzichtet werden, da der Austausch von Endgeräten erfahrungsgemäß voraussichtlich 10-15 Jahre dauern wird. Deshalb ist der analoge Sendebetrieb neben der digitalen Verbreitung schon im Hinblick auf die Erfüllung der Informationsbedürfnisse der Bevölkerung und der Meinungsvielfalt für einen längeren Zeitraum notwendig.

Schaffung von Planungssicherheit

Angesichts der Komplexität der Randbedingungen und wegen der infrastrukturellen Voraussetzungen werden

von der Medienpolitik verlässliche Perspektiven gefordert. Dies gilt von der Politik zu den Programmanbietern, sowie von den Programmanbietern zu Netzbetreibern, Geräteherstellern und Teilnehmern. Ein nachhaltiges Engagement aller für das neue Übertragungssystem ist nur zu erwarten, wenn eine klare Perspektive und Vertrauen für einen zielgerichteten Umstieg gegeben wird. Auch der Verbraucher wird nur dann neue Empfangsgeräte kaufen, wenn er Vertrauen in Digital Radio gewinnt. Da der Erfolg ganz entscheidend von dem reibungslosen Zusammenspiel aller Marktkräfte abhängt (ein Blockierer kann alles gefährden!) und nicht von irgendwelchen einzelnen Strategien, ist Planungssicherheit die wichtigste Voraussetzung, dass sich Digital Radio rasch durchsetzt.

Ein jeweils aufeinander abgestimmtes Vorgehen der Medienpolitik (Länder), der Landesmedienanstalten und des öffentlich rechtlichen Rundfunks (Landesrundfunkanstalten) erscheint für eine schnelle Einführung von Digital Radio daher zwingend notwendig. Erst später kann in Abhängigkeit der Marktpenetration von Digital Radio über das Auslaufen des UKW-Systems eine Entscheidung herbeigeführt werden.

Positive Marktkommunikation

Trotz überzeugender technischer Argumente und trotz der unabdingbaren Notwendigkeit zur Digitalisierung der Hörfunkverbreitung werden die positiven Aspekte von Digital Radio in der Öffentlichkeit zu wenig zur Sprache gebracht. Angesichts der bestehenden Versorgung und des vorhandenen Programmangebots über UKW fällt es nicht leicht, dem Radiohörer die Vorzüge des neuen Übertragungssystems zu vermitteln. Das Angebot neuer Inhalte und Dienste kann den Verbrauchern den Mehrwert deutlich machen. Es bedarf gemeinsamer kommunikativer Anstrengungen, Digital Radio in der Öffentlichkeit bekanntzumachen und positiv darzustellen. Seine Zukunftssicherheit muss vermittelt werden, um Vertrauen in die neue Systemtechnik zu schaffen und um die Glaubwürdigkeit der gemeinsamen Vorgehensweise bei der Digitalisierung des Rundfunks zu stärken.

Mit freundlicher Unterstützung der IDR (Initiative Digitaler Rundfunk)



Hessen Digital Radio GmbH
Dirk Risse, Geschäftsführer
Baumweg 45, 60316 Frankfurt am Main
Dirk.Risse@HessenDigitalRadio.de
Telefon +49 (0) 69 / 904327-0
www.HessenDigitalRadio.de



Telekommunikationsgesetz – quo vadis?

Veranstaltung zur Weiterentwicklung des TK-Rechts

Der ordnungspolitische Rahmen für die Telekommunikation ist in der Diskussion. Zum einen ist die Bundesrepublik verpflichtet, die geänderten EU-Richtlinien in nationales Recht umzusetzen. Zum anderen sollten aber auch Erkenntnisse einfließen, ob sich das bisherige ordnungspolitische Konzept und die praktische Handhabung der Regulierung bewährt haben. Nach gegenwärtiger Einschätzung ist damit zu rechnen, dass einige wichtige Änderungen erfolgen werden. Eine Kernfrage ist sicherlich darin zu sehen, inwieweit die bisherige Regulierungsintensität erforderlich ist, um den Wettbewerb dauerhaft sicherzustellen.

Dieser Prozess bedarf einer eingehenden Erörterung mit der TK-Wirtschaft, da stabile und verlässliche Rahmenbedingungen entscheidend sind für die weitere Entwicklung des Zukunftsmarktes Telekommunikation. Dazu führt die Hessische TechnologieStiftung im Auftrag des Hessischen Wirtschaftsministeriums eine Informationsveranstaltung durch:

■ **Montag, 25. November 2002, 13.30 Uhr**

Landeshaus Wiesbaden

Kaiser-Friedrich-Ring 75, 65021 Wiesbaden

Für diese Veranstaltung konnten mit

- Robert Klotz (Administrator EU-Kommission)
- Dr. Peter Knauth (Referatsleiter im Bundeswirtschaftsministerium)
- Matthias Kurth (Präsident der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post)
- Jürgen Grützner (Geschäftsführer VATM)
- Andreas Krautscheid (Leiter politische Kommunikation der Deutschen Telekom AG)
- Klaus-Dieter Scheurle (Managing Director der Credit Suisse First Boston)

hochkarätige Referenten gewonnen werden. Weitere Informationen zu dieser Veranstaltung und anderen Projekten der Aktionslinie hessen-telekommunikation finden Sie unter

www.hessen-telekommunikation.de.

Günter Frey

Einführung der Betreiberwahl im Ortsnetz

Die Bundesregierung hat eine 1. Änderung des Telekommunikationsgesetzes (Kleine TKG-Novelle) eingebracht. Diese hatte zum Ziel:

- **Einführung der Betreiberwahl im Ortsnetz im Wege des call-by-call und der pre-selection**
Dies wurde damit begründet, dass die Beschränkung der Betreiberwahl auf Fern- und Auslandsgespräche gegen EU-rechtliche Vorgaben verstoße und die EU-Kommission bereits ein Vertragsverletzungsverfahren gegen die Bundesrepublik wegen fehlender Umsetzung der Richtlinie eingeleitet habe.
- **Einführung eines Telekommunikationsbeitrages zur Finanzierung der Kosten der Regulierungsbehörde.** Diese Neuregelung ist aufgrund der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes zur Telekommunikations-Gebührenverordnung erforderlich geworden. In den Beratungen des Bundestages wurde dieser Teil

erst einmal auf die anstehende generelle Überarbeitung des TK-Rechts (Große TKG-Novelle) verschoben.

Die Hessische Landesregierung hat schon frühzeitig signalisiert, die Einführung der Betreiberwahl im Ortsnetz und damit die Schaffung von mehr Wettbewerb auf diesem noch monopolartigen Teilmarkt zu unterstützen. Sie hat das auch im Hinblick auf die Verbraucher getan, die im Zuge dieser Maßnahme mit sinkenden Tarifen im Ortsbereich rechnen können.

Allerdings hat Hessen nachhaltig die Bedenken der Länder unterstützt, die ein in sich schlüssiges Konzept zur Umsetzung dieses Modells insbesondere im Hinblick auf die Abstimmung der unterschiedlichen Entgelte für Teilnehmeranschlüsse, Zusammenschaltung, Resale und Endkundentarife vermisst hatten. So wird auch zu klären sein, wie die Verpflichtung einer ortsnahen Zuführung von der

Regulierungsbehörde interpretiert wird, da diese Aussage nicht unwesentlich für die Erarbeitung eines Geschäftsmodells sein wird.

Widerstände von lokalen und regionalen Carriern und der Deutschen Telekom AG hatten dazu geführt, dass das Gesetzesvorhaben im Bundesrat zunächst keine Mehrheit fand. Der Vermittlungsausschuss hat sich zwischenzeitlich auf Nachbesserungen in Form von Klarstellungen verständigt, die nunmehr dem Bundestag und Bundesrat zur Zustimmung vorgelegt werden.

Hessen wird dafür eintreten, der Vorlage zuzustimmen, aber noch einmal eine Bundesratschließung mit dem Ziel einbringen, dass die Regulierungsbehörde zeitnah ein Konzept der regulatorischen Rahmenbedingungen vorlegen und mit den TK-Firmen in Form einer öffentlichen Anhörung erörtern muss, bevor die Betreiberwahl „ans Netz geht“.

Günter Frey

Missbrauch von Mehrwertdiensternummern

Der Missbrauch von Mehrwertdiensternummern hat dramatisch zugenommen. Verbraucherverbände klagen über horrenden Kosten, die über die Telefonrechnung abgerechnet werden und die für die Kunden nicht mehr nachvollziehbar sind. Dies gilt insbesondere für die sogenannten Dialerprogramme, die sich im Internet unbemerkt zu kostenpflichtigen 0190-Rufnummern aufschalten. Um dem zu entgegnen, hatte die Bundesregierung einen Vorschlag zur Änderungen der Telekommunikationskutschenschutzverordnung (TKV) eingebracht, der auf massiver Kritik der TK-Unternehmen gestoßen ist. Als Hauptkritikpunkte wurde angeführt, dass die Regelung

- rechtlich mit erheblichen Unsicherheiten belastet ist,
- zu hohen Schadensersatzanforderungen der Netzanbieter führen kann,
- das Problem nicht grundlegend und zielführend bekämpft.

Der Bundesrat hat – nach eingehenden Vorberatungen im fachlich zuständigen Länderarbeitskreis „Telekommunikation, Informationswirtschaft, Post“ – diese Bedenken aufgegriffen und Änderungen an der Verordnung gefordert, die zwischenzeitlich auch von der Bundesregierung übernommen wurden.

Daneben hat der Bundesrat – auf Vorschlag Bayerns und Hessens – wesentlich weitergehende Maßnahmen zur Bekämpfung des Problems gefordert. In Übereinstimmung mit dem Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e.V. (VATM) und der Freiwilligen Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste e.V. (FST) sollen u. a. folgende Lösungsvorschläge eingehend geprüft und zeitnah – möglichst noch vor der „Großen TKG-Novelle“ – umgesetzt werden:

- Aufbau einer Datenbank der Mehrwertdiensternummern mit Pflicht zur Eintragung des jeweiligen Diensteanbieters
- Zertifizierung und Registrierung von Dialerprogrammen
- Sperrung von Rufnummern bei Verstößen gegen diese Pflichten
- Einführung von Bußgeldern bei Verstößen

Auf Drängen der Länder hat das Bundeswirtschaftsministerium angekündigt, in Gesprächen mit der Regulierungsbehörde diese Vorschläge zu erörtern. Hessen wird über seine Mitwirkung im Beirat dieser Behörde aber auch in unmittelbaren Kontakten zum Bundeswirtschaftsministerium darauf achten, dass eine rasche und umfassende Lösung im Interesse der Verbraucher aber auch der seriösen Diensteanbieter zustande kommt.

Günter Frey

Günter Frey, Hessisches Ministerium für
Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung

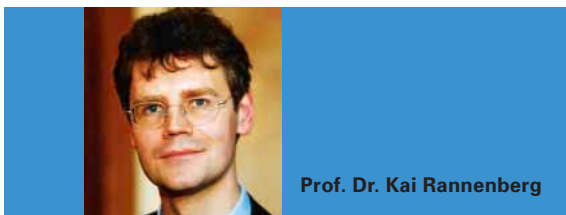
■ Telefon 06 11 / 815-2282
■ g.frey@wirtschaft.hessen.de



Neue Professur erforscht sicheren M-Commerce

Forschung und Ausbildung für zukünftige Mobilanwendungen

Im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt wurde im vergangenen Semester die T-Mobile-Stiftungsprofessur für M-Commerce besetzt. Durch eine Kooperation der Universität mit T-Mobile wurde der Aufbau eines Forschungsbereichs für Datenanwendungen in Mobilfunknetzen möglich. Angesiedelt ist der neue Lehrstuhl in den Wirtschaftswissenschaften im Schwerpunkt Wirtschaftsinformatik.



Als Professor in diesem für die Mobilfunkpraxis bedeutsamen Forschungsgebiet konnte Kai Rannenberg gewonnen werden, der vorher in der „System Security Group“ bei Microsoft Research Cambridge (UK) für den Bereich „Personal Security Devices“ verantwortlich war und in der Abteilung Telematik an der Universität Freiburg das Kolleg „Sicherheit in der Kommunikationstechnik“ koordinierte und das Projekt „Mobiles und sicheres Erreichbarkeitsmanagement“ leitete.

Ziele des Lehrstuhls

Arbeitsgebiet des Lehrstuhls ist die Erforschung von Geschäftsmodellen und Technologien für mobile Online-Anwendungen.

„**M-Commerce**“ meint dabei auf der Agenda der Forscher die Nutzung mobiler Geräte und Kommunikations- und Interaktionsmöglichkeiten für mobile Anwendungen und Geschäftsfelder.

M-Commerce ist erst dabei, sein Potential zu erschließen. Viele noch unerforschte Faktoren beeinflussen den Erfolg einer M-Commerce-Unternehmung:

- Konzeption von Infrastrukturen, Marketing- und Vertriebsstrukturen von mobilen Anwendungen wie etwa dem „mobilen Arbeiten“. Erfüllung der Sicherheitsansprüche an mobile Infrastrukturen und Dienste (Verlässlichkeit, Datensicherheit, Datenschutz, Privatsphäre);
- Mobile Plattformen wie Handy, Smartphone, PDA oder Smartcards und Kombinationen daraus;
- Anwendungen und Dienste (wie etwa mobiler Datenzugriff, mobiles Bezahlen oder Ortungsdienste). Nützlichkeit, Vertrauenswürdigkeit und Finanzierbarkeit der neuen Dienste;

Um eine M-Commerce-Anwendung erfolgreich zu entwickeln, müssen sich Konsortien aus Telekommunikationsanbietern, Anwendungsanbietern, Inhalte-Lieferanten und ggf. Banken und Trustcentern bilden, die in ihrer Gesamtheit alle für eine bestimmte Anwendung nötigen Aspekte einbringen.

Ziel des Lehrstuhls für M-Commerce ist dabei die Erforschung der Rahmenbedingungen für erfolgreiche Mobilanwendungen, insbesondere unter Berücksichtigung der mehrseitigen Sicherheitsaspekte. Mehrseitige Sicherheit berücksichtigt die Sicherheitsinteressen aller an einem kommunikationsbasierten Prozess beteiligten Parteien durch umfassende Analyse der Interessen und Prozesse von Nutzern wie Anbietern von IT-Systemen.

Interdisziplinäre Forschung

Die Forschergruppe des Instituts besteht neben dem Professor aus vier wissenschaftlichen Mitarbeitern, die ein interdisziplinäres Team bilden, in dem Wirtschaftswissenschaftler und Informatiker zusammen arbeiten und ihre Industrieerfahrung in die Forschungsarbeit mit einfließen lassen. Die Forscher und ihre Forschungsschwerpunkte sind unten beschrieben.



Seminarteilnehmer „Mobile Computer Supported Cooperative Work“ und ihre Betreuer.

Durch enge Kooperation mit Unternehmen wie beispielsweise Lufthansa, Microsoft Research, SAP und insbesondere T-Mobile erarbeitet die Forschergruppe nicht nur theoretische Grundlagen, sondern beteiligt sich auch an Praxisversuchen und fördert den Wissenstransfer aus der Forschung in die Praxis.

Praxisorientierte Lehre

Die wissenschaftliche Ausbildung von Wirtschaftsinformatikern mit solidem Wissen im Bereich der Anwendung mobiler Datennetze ist ein wichtiges Angebot des Lehrstuhls von Professor Rannenberg. Die zukünftigen Kommunikationsprodukte z. B. für UMTS-Netze müssen hohe Anforderungen am Markt erfüllen und Investitionen einspielen – dies geht nur mit dafür ausgebildeten Spezialisten für Planung und Technik von Mobilanwendungen.

Daher werden Studierende an der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt in vielen Lehrangeboten mit der Technologie, den rechtlichen Rahmenbedingungen und dem Marktumfeld mobiler Anwendungen vertraut gemacht. Hierzu wird die Grundlagenvorlesung „Mobile Commerce“ angeboten. Interessierte Studierende können sich in speziellen Seminaren – auch mit Industriebeteiligung – in Themengebiete einarbeiten.

Schließlich werden am Lehrstuhl Diplomarbeiten in den Forschungsthemen selbst oder bei Kooperationspartnern in der Industrie angefertigt.

Lothar Fritsch

Weitere Informationen und den E-Mail-Newsletter zu aktuellen Veranstaltungen finden Sie auf den Webseiten des Lehrstuhls:

www.m-lehrstuhl.de



Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main
 Professur für Betriebswirtschaftslehre
 Gräferstraße 78
 D-60486 Frankfurt am Main
 Telefon +49 (0) 69/798-25301, Fax -25306
info@m-lehrstuhl.de



Jan Muntermann

(Dipl.-Kaufm. Universität Frankfurt) erforscht Mobile Finanzanwendungen wie Mobile Brokerage sowie Portfolioanalyse in sicheren, mobilen Infrastrukturen.



Heiko Rossnagel

(Dipl.-Inf. TU Darmstadt) forscht über Sicherheit in mobilen Anwendungen, z. B. beim Handy als elektronische Brieftasche sowie mobile Sicherheitsinfrastrukturen (Verschlüsselung, elektronische Signaturen, Datenschutz).



Gregor Schrott

(Dipl.-Kaufm. Universität Frankfurt) untersucht das Wissensmanagement in virtuellen, sozialen Netzwerken und mobilen Online-Communities.



Lothar Fritsch

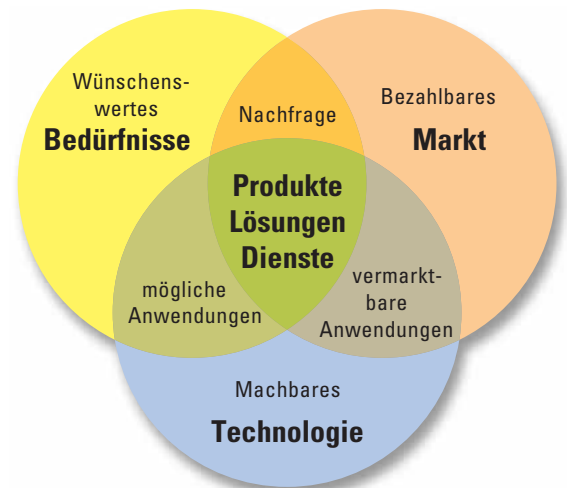
(Dipl.-Inf. Universität des Saarlandes, vorm. Produktmanager IT-Security) erforscht Sicherheit in ortsbasierten Mobilanwendungen, Management der Orts- und Identitätsinformation sowie mehrseitige Sicherheit und Datenschutz in mobilen Datennetzen.



Mobilfunk der 3ten Generation – UMTS goes Multimedia



Marketing und Entwicklung Telekommunikation und Multimedia



Die Abbildung verdeutlicht den Zusammenhang der Einflussgrößen Bedarf (Bedürfnisse), Markt, und Technologie. Wo diese drei Elemente optimal zusammenwirken, sind die Produkte, Lösungen und Dienste zu finden, die den Unternehmen, die sie vermarkten, einen Wettbewerbsvorteil verschaffen werden.

Die Leistungsmerkmale des GSM-Mobilfunks förderten ein günstiges Preis-/Leistungsverhältnis. Netzwerkausrüster und Gerätehersteller konnten schnell ausreichende Fertigungskapazitäten bereit stellen. Geringe Übertragungsraten im Bereich 10 kbit/s waren für Basisdienste wie Telefonie und SMS völlig ausreichend.

Vor diesem Hintergrund ist der Übergang in die neue Mobilfunk-Ära der 3ten Generation zu sehen.

Er wurde vor zwei Jahren eingeleitet mit der Versteigerung der UMTS-Lizenzen, bei der immerhin fast ein Jahresumsatz der gesamten nationalen Telekommunikationsdienste-Branche als Eintrittsgebühr in die viel versprechende Welt der breitbandigen mobilen Telekommunikation abgeschöpft wurde. Seitdem arbeiten die sechs Lizenzinhaber – neben den oben bereits genannten GSM-Netzbetreibern noch MobilCom sowie das Telefonica/Sonera-Konsortium – am Aufbau der Netze und der Entwicklung geeigneter Dienste.

Der Markt für mobile Telefonie in Deutschland ist weitgehend gesättigt. Mit inzwischen fast 70 Handys je 100 Einwohner – in absoluten Zahlen 56 Mio. Nutzer Ende des Jahres 2001 – ist ein Verbreitungsgrad erreicht, der weitere signifikante Zuwächse in der Anzahl der Benutzer kaum erwarten lässt. Die Marktanteile verteilen sich im wesentlichen auf vier Anbieter: T-Mobile D1 und Vodafone D2 nahezu gleichauf als klare Marktführer (je mehr als 40 % gemessen an der Anzahl der Teilnehmer), E-plus und O₂ (vormals E2) mit Anteilen von jeweils unter 10%. Neue Anbieter haben es in dieser Situation naturgemäß schwer, im Markt Fuß zu fassen, wie das Beispiel Quam (Telefonica und Sonera) zeigt.

Die vergleichsweise rasche Marktdurchdringung, bei im Vergleich zu Festnetzтарifen durchaus ansehnlichen Verbindungspreisen, gelang durch massive Subventionierung der Endgerätepreise seitens der Diensteanbieter. Mobilfunk der 2ten Generation nach GSM-Standard ist damit zu einem Massenprodukt mit Konsumgutcharakter geworden. Die Nutzung konzentriert sich hauptsächlich auf Sprachübermittlung (Telefonie) und den Versand kurzer Textnachrichten (SMS-Dienste).

Versuche, Anwendungen zur Datenübertragung im Markt zu etablieren, waren bislang von wenig Erfolg gekrönt. WAP-Dienste, der Zugang zu Internetangeboten über mobile Telefone also, konnten sich nicht durchsetzen. Die Übertragung des i-mode Erfolgs in Japan nach Deutschland ist nur in geringem Umfang gelungen. Die Einführung von Angeboten mit kostenpflichtigen Inhalten steckt noch in den Kinderschuhen.

Technisch gesehen war die Einführung des Mobilfunks der 2ten Generation eine einzige Erfolgsgeschichte. Mit GSM wurde ein für die gesamte Branche vorteilhafter einheitlicher Standard geschaffen, der sowohl im Bereich der Netzinfrastruktur als auch bei den Endgeräten von Anfang an für Kompatibilität sorgte und damit das schnelle Erreichen einer kritischen Masse auf beiden Gebieten begünstigte.



Die anfängliche Euphorie ist inzwischen allerdings eher vorsichtigen Einschätzungen gewichen. Wiederholte Verschiebungen der Starttermine für die UMTS-Einführung, wie jüngst durch T-Mobile D1 und Vodafone D2, die nunmehr das Frühjahr 2003 nennen, der angekündigte Teilrückzug des Quam-Konsortiums aus dem deutschen Markt, ein unklares Bild der Investitionsabsichten der anderen Lizenzinhaber in die erforderliche Netzinfrastruktur – dies alles lässt erkennen, dass die Geschäftsmodelle einer kritischen Überprüfung unterzogen werden. Ist UMTS für den Mobilfunk der 3ten Generation ein Muster ohne (kommerziellen) Wert?

Ein Blick auf die gegenwärtig sichtbaren Aktivitäten der Diensteanbieter im Mobilfunk ist lohnend. Hier gibt es zum einen das Bestreben, die Subventionierung der Endgeräte allmählich zu reduzieren. Zum anderen werden zunehmend kostenpflichtige Inhalte (Nachrichten, Infodienste, Unterhaltung) in das Leistungsangebot integriert. Schließlich wird mit der Einführung multimedialer Elemente wie Grafik, Video und Audio die Migration in Richtung Multimedia Messaging Services (MMS) schon unter GSM-Technologie betrieben. Dies alles richtet sich zunächst und vor allem auf die Vermarktung von Basisdiensten.

Daneben ist die Strategie zu erkennen, mobile Telekommunikation zunehmend in bedarfsgerechte Anwendungen einzubetten. Ein Beispiel hierfür ist das beabsichtigte Maut-System für den Transportverkehr auf Deutschlands Straßen. Unterstützt werden solche Bestrebungen durch Initiativen des Bundes und der Länder, wie etwa den kürzlichen Ideenwettbewerb „MobilMedia – innovative mobile Multimediadienste“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie.

Da das Hoffen und Warten auf die sogenannte „Killer“-Applikation sich schon früher im Festnetzsektor als trügerische Option erwiesen hat, bietet sich der aufwändigere, aber mittelfristig Erfolg versprechende Weg der Entwicklung und Vermarktung bedarfsgerechter, zielgruppenorientierter Lösungen und Produkte als Alternative an. Dabei geht es darum, Bedarf, Markt und Technik als bestimmende Faktoren gleichermaßen zu berücksichtigen, um so bestmögliche Hinweise auf attraktive, marktfähige Produkte zu erhalten.



Nicht übersehen werden sollte, dass mobile Multi-Mediakommunikation, wie schon Mobilfunk der 2ten Generation und das Internet, sowohl dem professionellen Sektor als auch dem eher unterhaltungs- und „fun“-orientierten Freizeitbereich ein attraktives Angebot an Anwendungen bereit stellen muss.

Hier sind, neben technischer Expertise, Kreativität und Innovationsfreude gefragt. Wie in anderen Bereichen unserer Wirtschaft auch können kleine und mittlere Unternehmen dabei die wichtige Funktion des Katalysators übernehmen und mit dazu beitragen, dass „UMTS goes Multimedia“ dereinst für den Markterfolg des Mobilfunks der 3ten Generation hierzulande stehen wird.



MET

Norbert Jastroch
norbert.jastroch@metconsult.com



Der Verfasser ist Geschäftsführer der MET Communications GmbH, Bad Homburg v.d.H., einem Beratungsunternehmen, das sich auf die Entwicklung neuer Produkte und Geschäftsfelder im Bereich Multimediakommunikation konzentriert. MET ist daneben auf den Gebieten Wissensmanagement und eBusiness aktiv.



Know-how und Kontakte für junge Unternehmer

Das Forum Kiedrich unterstützt seit fünf Jahren Gründer mit wachstumsorientierten Konzepten

Für Christoph Pfeiffer hat sich die Teilnahme am neunten Gründermarkt gelohnt. Auf der Veranstaltung, die zweimal im Jahr in Kiedrich im Rheingau stattfindet, traf der Jungunternehmer den Juristen Dr. Werner Tetiwa. Der Wirtschaftsanwalt half bei der Vertragsgestaltung, las Business-Pläne quer und unterstützte die Errichtung einer Tochtergesellschaft – heute gehört er dem Beirat des aufsteigenden Unternehmens selbst an. Pfeiffer ist einer von weit über 300 Start-up-Unternehmern, die sich in den vergangenen fünf Jahren beim Forum Kiedrich vorgestellt haben, einer bundesweit einzigartigen Gründerinitiative.

1997 hatte Klaus C. Plönzke, der damalige Vorstandsvorsitzende von CSC Ploenzke, Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik aufgerufen, Jungunternehmer zu fördern – weniger mit Finanzmitteln als vielmehr mit Know-how und Kontakten. Seinem Ruf folgten bisher 140 Experten. „Wir helfen den Gründern, Entscheidungen abzusichern, betriebswirtschaftliche Kompetenzen zu untermauern, Vertriebswege zu eröffnen oder Wege der Finanzierung zu finden“, beschreibt Klaus C. Plönzke die Aufgabe der Initiative und ihrer ehrenamtlichen Mentoren. Das Konzept von Klaus C. Plönzke ist aufgegangen, nach fünf Jahren Arbeit zieht er Bilanz: „Das Forum Kiedrich ist ein Teil der deutschen Gründerbewegung, von der in den letzten Jahren bei allem Auf und Ab wertvolle Impulse ausgegangen sind.“

Rund 90 Prozent der Unternehmen, deren Gründung die Initiative begleitet hat, existieren heute noch. Dabei sind mehr als 2000 neue Arbeitsplätze geschaffen worden. Dem Netzwerk haben sich in den letzten fünf Jahren 290 Neugründer und 140 Mentoren dauerhaft angeschlossen. Erfolgreich war die Initiative ebenfalls bei der eigenen Firmengründung zu Beginn dieses Jahres: Mit einer neuen Rechtsform wurde die Begegnungs-Plattform auf ein eigenes unternehmerisches Fundament gestellt, die eigentliche Idee des Netzwerkes auf das Forum Kiedrich selbst übertragen.



Gesponsert wird der Gründer-Treff nun von der CSC Ploenzke AG, der Plönzke Holding AG, der Frankfurter Messe GmbH, der Nassauischen Sparkasse und dem Land Hessen über die TechnologieStiftung Hessen. Gesellschafter sind Initiator Klaus C. Plönzke und Jürgen Fuchs, Generalbevollmächtigter von CSC Ploenzke. Die Schirmherrschaft hat der hessische Wirtschaftsminister Dieter Posch übernommen. „Das breitere Fundament sichert dem Forum eine längerfristige Existenz und Unabhängigkeit, die zudem mehr Freiräume für neue Konzepte und Netzwerkerweiterungen schafft“, beurteilt Geschäftsführerin Claudia Erben die GmbH-Gründung.

Dreißig Teilnehmer werden zu jedem Gründermarkt eingeladen. Doch nicht jeder Bewerber erhält einen Platz. Zunächst prüft ein Gremium von Mentoren die Bewerbungsunterlagen. Wer drei von vier Voraussetzungen erfüllt, hat gute Chancen, dabei zu sein. Zu den Bedingungen gehören unter anderem



ausreichend fachliche Erfahrungen, ein solides, wachstumsorientiertes Konzept im Bereich innovativer Technologien und die Bewerber müssen mit ihrem Unternehmen mindestens drei Arbeitsplätze schaffen. Start-ups, die in kurzer Zeit das große Geld erträumen, haben weniger Chancen. Aber Jungunternehmer sind ohnehin realistischer geworden, so Plönzke. „Die Geschäftsideen der Jungunternehmer sind durchweg weiter gediehen, bevor sie sich an uns wenden“, beobachtet der heute als Business Angel tätige Unternehmer.

Die eingeladenen Neugründer präsentieren ihre Firma vor dem Gremium der Experten, können Ratschläge einholen und ihren punktuellen Informationsbedarf stillen. Es sind aber auch die Aussichten auf langfristige Kontakte, die junge Unternehmer motiviert, bei der Initiative mitzuwirken. Für Jens Möller, einer der Gründer der Unternehmensberatung c-business GmbH, war dies einer der Gründe, Anfang 1999 an einem der Märkte teilzunehmen. „Es ging mir darum, Anknüpfungspunkte für unser Netzwerk zu finden. Außerdem wollte ich sehen, wie andere Unternehmer an Probleme herangehen. Auch wenn die Geschäftsmodelle verschieden sind, gibt es immer gewisse Lerneffekte“, erklärt der Geschäftsführer, dessen Firma mittlerweile zehn Mitarbeiter beschäftigt.

Auch Christoph Pfeiffer hält diese Kontakte für sehr wichtig. „Vor allem für Unternehmen in der Anfangsphase ist das Netzwerk von großem Nutzen“, weiß der Vorstandsvorsitzende der Clarity AG aus eigener Erfahrung. Außerdem schätzt er, dass das Forum nicht „Cash-getrieben“ ist und die Mentoren mit unentgeltlicher Hilfestellung zur Seite stehen.

Zu den Mentoren gehören beispielsweise Thomas Köbberling, TechnologieStiftung Hessen, Prof. Dr. Heinz Riesenhuber, Mitglied des Deutschen Bundestages, Prof. Dr. Norbert Walter, Deutsche Bank AG und Dr. Reinhard Göhner, Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände. Viele Mentoren nutzen die Chance, um am Puls des Marktes zu bleiben. Dr. Werner Tetiwa interessiert vor allem, dass er unternehmerisch und damit gesellschaftlich etwas bewegen kann, indem er jungen Unternehmern mit seiner Expertise zur Seite steht. „Man muss die Sachen eben selbst in die Hand nehmen“, so seine Einstellung. Mit einigen Gründern verbindet ihn mehr als nur das pragmatische Netzwerk. Es entstehen auch Freundschaften, wenn man bei einem Essen über das Fachliche spricht und Ratschläge gibt – oder in schwierigen Situationen mentale Unterstützung leistet. Tetiwa weiß: Als Existenzgründer darf man die Flinte nicht gleich ins Korn werfen.



Forum KIEDRICH GmbH
 Claudia Erben
 Telefon +49 (0) 611 / 5058844, Fax 5058846
 info@forum-kiedrich.de
 Wilhelmstraße 14
 D-65185 Wiesbaden

Der 12. Gründermarkt des Forum Kiedrich findet am 25. Januar 2003 in Kiedrich/Rheingau statt. Teilnahmebedingungen und ein Online-Bewerbungsformular findet man unter

www.forum-kiedrich.de

Bewerbungsschluss ist der 31. Dezember 2002.



Abo-Bestellung

(kostenlos)

An:
TechnologieStiftung Hessen GmbH
Christopher Sitte
Telefax 06 11 / 774-620

Bitte schicken Sie mir die zukünftigen Ausgaben
der **hessen-telekommunikation NEWS** (kostenlos):

per Post per E-Mail (PDF-Datei)

Firma

Abteilung

Name

Position

Straße

PLZ, Ort

E-Mail

Telefon

Telefax

Datum, Unterschrift

Fax 06 11 / 774-620

TSH

TechnologieStiftung
Hessen GmbH

TechnologieStiftung Hessen GmbH
Abraham-Lincoln-Straße 38-42
D-65189 Wiesbaden
www.tsh-hessen.de

Projektleitung hessen-telekommunikation
Christopher Sitte
Telefon +49 (0) 611 / 774-612, Fax -620
sitte@tsh-hessen.de

www.hessen-telekommunikation.de

Redaktion hessen-telekommunikation NEWS
Christopher Sitte
Sven Mayer

Der Herausgeber übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit,
die Genauigkeit und die Vollständigkeit der Angaben sowie für
die Beachtung privater Rechte Dritter. Die in der Veröffentlichung
geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit der
Meinung des Herausgebers übereinstimmen.

Gestaltung: WerbeAtelier Theißen, Lohfelden
Druck: Druckerei **Hesse GmbH**, Fulda Brück

Auftraggeber der Aktionslinie
hessen-telekommunikation ist das
Hessisches Ministerium für Wirtschaft,
Verkehr und Landesentwicklung



HESSISCHES
MINISTERIUM FÜR
WIRTSCHAFT,
VERKEHR UND
LANDESENTWICKLUNG