

# Unternehmen

Produkte · Märkte · Marketing

## Der freie Markt der Telephonie

Die USA läuft allen davon, die EU läuft hinterdrein. Und wo steht Österreich?

1997 wurden erstmals mehr Computer produziert als Automobile. Eine knappe Aussage, die deutlich unterstreicht, daß die Informationswirtschaft zu den Hoffnungsträgern der weltweiten Wirtschaftsentwicklung gehört. Schon jetzt beträgt ihr Umsatz im europäischen Raum 750 Milliarden Ecu. Zweistellige Zuwachsraten werden prognostiziert. Auch der Beschäftigungseffekt ist beachtlich.

Die vollkommene Liberalisierung der Telekommunikation in Europa (ab 2003) vorausgesetzt, wird in den nächsten 5-6 Jahren mit einem Plus von 900.000 Arbeitsplätzen gerechnet. Allein der Electronic commerce wird im selben Zeitraum einen Zuwachs von einer halben Million Beschäftigten verzeichnen können. Mit diesen starken Argumenten meldete sich Jörg Wenzel, Leiter des Aktionszentrums Informationsgesellschaft der Europäischen Kommission, im Rahmen des von der Donau-Universität Krems veranstalteten Seminars zum Thema „Liberalisierung der Telekommunikation in Europa“ zu Wort. Während allerdings in den USA die Entwicklung

den USA bereits 25 Prozent der Bürger privat einen Internet-Anschluß haben, sind es in der EU nur

stieren gegenwärtig 214 Millionen Telefonleitungen. 179 Mio. sind konventionelle Leitungen, 31,5 Mio. sind mobile, und nur rund 3,3 Mio. sind ISDN-Leitungen. Statistisch gesehen ist die EU auch hinsichtlich Telekommunikation von einem Nord-Süd-Gefälle geprägt.

Schweden, Finnland und Dänemark stellen die am frühesten liberalisierten TK-Märkte dar, Griechenland, Spanien und Portugal bilden das Schlußlicht. Noch eine bemerkenswerte Ziffer in diesem Zusammenhang: Schweden verfügt im Augenblick über mehr als 100 Operateure, Deutschland über 20. In Österreich sind laut Telekom Control GmbH 17 Konzessionsinhaber für Festnetztelefonie registriert. Dazu kommen zwei Mobilfunk-Betreiber. Die Vergabe einer dritten Lizenz steht bevor. Deutliche Kritik wird in diesem Zusammenhang an der österreichischen TK-Politik geübt. „Nachvollziehendes Reagieren statt gestalterischer Dynamik“ bemängelt etwa Dr. Lothar Roitner, GF des Verbandes alternativer Netzbetreiber und stv. GF des Fachverbandes der Elektro- und Elektronikindustrie. Das

Österreichische Telekom-Politik ist charakterisiert durch Invest-Auflagen für die GSM-Betreiber. Die Länder betonen die wirtschaftliche Bedeutung. Und die Gemeinden verhindern.

Das Österr. P. 2000. 1997 wurden erstmals mehr Computer produziert als Automobile. Eine knappe Aussage, die deutlich unterstreicht, daß die Informationswirtschaft zu den Hoffnungsträgern der weltweiten Wirtschaftsentwicklung gehört. Schon jetzt beträgt ihr Umsatz im europäischen Raum 750 Milliarden Ecu. Zweistellige Zuwachsraten werden prognostiziert. Auch der Beschäftigungseffekt ist beachtlich.



**Jörg Wenzel:** „Schon jetzt stehen Konvergenzbedingungen für die neue UMTS-Technologie an.“



**Dr. Johann Günther:** „In wenigen Jahren erwarten wir bereits einen Einheitstarif für Europa.“  
Fotos: Donau-Uni Krems



**Dr. Lothar Roitner:** „Die österreichische Telekom-Politik ist charakterisiert durch Invest-Auflagen für die GSM-Betreiber. Die Länder betonen die wirtschaftliche Bedeutung. Und die Gemeinden verhindern.“

### TK-Liberalisierung im europäischen Vergleich

Vor allem im Electronic commerce entsteht allerdings auch eine Fülle von Problemen: Datenschutz, elektronische Verschlüsselung, Markenrecht und Steuerfragen sind in diesem Zusammenhang die entscheidenden Stichworte. Das Aufle-



JASCH & SCHRAMM



**Die JUNGEN WILDEN DER WIRTSCHAFT**

Das "Who is Who" der new generation!

Wöchentlich kürt die Wirtschafts-Redaktion der Krone aus dem riesigen Potential der new generation die Frau oder den Mann der Woche - und stellt Werdegang, Visionen und Zukunftspläne vor. Diese Aktion soll als Brückenschlag zwischen Wirtschaft und Werbung dienen - denn: nur wenn man einander besser kennt, kommt man einander näher!

die EU gemächlicher auf den Weg in das Kommunikationszeitalter. Laut Wenzel wird die Entwicklung vor allem durch zu teure Tarife, durch administrative und politische Barrieren für Technologieinvestitionen, durch die Uneinheitlichkeit des Marktes (Sprachvielfalt) und durch ungenügend vorhandenes Risikokapital gebremst. Die Konsequenzen sind deutlich. So ist die Dichte bei Faxgeräten und Mobiltelefonen in Europa nur halb so groß wie in den USA. Während in

den elektronischen Handel wird angekündigt. Mehr als ein Appell an das Wohlerhalten von Handel und Industrie ist das allerdings nicht und dementsprechend wenig effizient. Für die Kommunikationsbranche interessant ist, daß im EU-Aktionsplan aus dem Jahre 1996 Bemühungen enthalten sind, die unterschiedlichen nationalen Bestimmungen abzubauen, die grenzüberschreitende Online-Werbung behindern könnten. In der EU, so Dr. Johann Günther von der Donau-Universität Krems, exi-

für die Unternehmen.

Und während beim großen Nachbarn die Fernsprecharife in 78 Ländern reduziert wurden, Telefonate über 10 Minuten billiger sind, am Wochenende keine Fernzonen existieren und die Verbindung vom Fest- ins Mobilnetz billiger wurde, ist der Einheitstarif in Österreich längst überfällig.

Prof. Oskar Grünwald von der Telekom Control Kommission erwartet, daß sich der europäische Telekom-Markt oligopolistisch entwickeln wird. Internationale Untersuchungen unterstreichen dies. Noch mehr: Die ehemaligen Monopolisten sind in den meisten Ländern nach wie vor mehr oder weniger deutliche Marktführer. (spr)



**Ing. Günter Gradwohl**  
Nach Abschluß der HTL (Allg. Maschinenbau) in Wr. Neustadt beginnt seine steile Karriere bei einer großen Heizkesselfirma. In Rekordzeit wird er zu einem der gefragtesten Spezialisten für Aufbau und Vernetzung von Informationssystemen im Verlags- und Druckwesen. Nach 5 erfolgreichen Jahren als Abteilungsleiter für EDV & Technik bei News und TV-Media übernimmt er die Planung und Installation eines neuen Privatradio-senders. Seit Anfang dieses Jahres ist er als Account Manager für die globale Sprach- und Datenverbindungen der Swisscom verantwortlich. An der Krone Zeitung liebt er die klare Struktur und das handliche Format.



## Das Wasser ist ein Hit

Markusquelle bringt „Ö3 Hitwasser“ auf den Markt

Unter dem Namen des ORF-Popsenders Ö3 hat die Römerquelle-Tochterfirma Markusquelle ein „hitverdächtiges“ neues Tafelwasser auf den Markt gebracht, das „Ö3 Hitwasser“, „Österreichs Wirtschaft ist um eine intelligente Kooperation reicher“, ist Markusquelle-Geschäftsführer Mag. Willy Lehmann vom Erfolg des Konzepts überzeugt. Bis zum Jahresende erhofft sich Lehmann einen 4- bis 5-prozentigen nationalen Marktanteil. Zu Optimismus veranlaßt Lehmann vor allem die Kombination der Reichweite von Ö3 mit dem Logistik- und Vermarktungs-Know-how der Markus- und Römerquelle. Auch zwischen den Kernzielgruppen von Kunststoffflaschen-Verwendern und von Ö3 entdeckte Lehmann Parallelen:



Markusquelle-GF Willy Lehmann, Ö3-Chef Bogdan Roscic, Ö3-Marketingchefin Sissy Mayrhofer und ORF-Enterprise-GF Hans Baurenfeind testen das Hitwasser.  
Foto: Markus-Quelle

„Sie sind jung, dynamisch und modern, offen für neue Ideen und schätzen Convenience.“ Angeboten wird das trendige Wasser in eleganten tiefblauen Kunststoffflaschen (1,5 und 0,5 Liter) mit dem markanten, blau-roten Ö3-Logo. Das gewählte Segment gilt als Wachstumsegment. Der Anteil der Kunststoff-Flaschen am gesamten Wassermarkt liegt bereits bei etwa 25 Prozent. Positioniert wird das Ö3 Hitwasser als Premiummarke. Die empfohlenen Verkaufspreise liegen bei 8,90 öS für die 1,5- und 6,90 öS für die 0,5-Liter-Flasche. Die Markteinführung wird mit einer Palette von Maßnahmen unterstützt, von einer Rundfunk- und TV-Promotion über Plakate, Printanzeigen bis hin zu Großveranstaltungen. (ju)

## Publizisten feiern Schluß

Für die Teilnehmer des X. Jahrganges des Universitätslehrganges für Öffentlichkeitsarbeit am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien geht die Ausbildung zu Ende, die Ferien rufen, und das Gelehrte harret auf Umsetzung. Vorher jedoch - am Freitag, den 3. Juli 1998 im dieater Künstlerhaus - werden die angehenden akademischen PR-Berater gemeinsam mit ihren Lehrbeauftragten, ein repräsentativer Querschnitt der heimischen Top-Kommunikatoren, die vier vergangenen Lehrgangsemester Revue passieren lassen. Etwas orts- und zeitbezogene Rückfragen sind möglich bei Elke Weilhaber unter 01/587 87 74-16 oder bei Markus Redl unter 0664/432 66 40. (wz)