

# Technologie

## Das Klotzen für die Geilheit

Der Mischkonzern Hutchison Whampoa aus China versucht mit „3“ den Mobilfunkmarkt aufzumischen. In Österreich sprießt die Saat zum dritten Geburtstag. Bis zur Blüte und reichen Ernte wird es noch etwas dauern.

Thomas Jäkle

Li Ka-shing hat Ausstrahlung, einen Topkonzern und Macht – sagen seine befohlenen Angestellten. Und der 78-jährige Konzernchef von Hutchison Whampoa hat Visionen. Für Technik und Synergien ist ihm nichts zu viel. Multimedia zum Handy war einer der letzten Streiche, worauf Asiens Tycoon vor sechs Jahren schon setzte. TV zum Handy, gegebenenfalls nicht über Mobilfunk, sondern über DVB-H (Digital Video Broadcast Handheld) scheint der nächste Streich zu sein.

Die Österreich-Tochter Hutchison 3G, kurz „3“ genannt, hat dieser Tage ihren dritten Geburtstag in Österreich gefeiert. Noch immer kommt man schwer vom Fleck. Gerade einmal 345.000 Kunden zählt „3“ in Österreich, was einem Marktanteil von vier Prozent entspricht. Obwohl immer wieder neue UMTS-Dienste angeboten werden. Zum Geburtstag wurde TV zum Handy präsentiert – gestochen scharf und nicht über

Mobilfunk, sondern per DVB-H-Technologie (Digital Video Broadcast Handheld), sozusagen abseits vom Handy-Funk.

„Wir machen genau das, was andere immer behauptet haben, was sie sich unter UMTS vorstellen, nämlich Multimedia, nun aber in noch besserer Qualität. Telefongespräche werden sowieso bald kaum noch Umsatz und Rendite bringen, trotz höherem Gesprächsaufkommen“, erklärt Berthold Thoma, „3“-Chef in Österreich, die Multimedia-Strategie. Etwa drei Dutzend Multimedia-Dienste, darunter Videotelefonie, Musik und Games, Nachrichten, Klingeltöne und TV-Kanäle gehören zum Sortiment.

Die Handy-Büchse als Juke-Box und TV-Ersatz? „Ersatz nicht. Die Leute werden Mobile-TV zusätzlich nutzen, weil nun auch die Qualität stimmt“, glaubt Thoma an die Multimedia-Vision. Eine Vorstellung von der Zukunft, die aber hürdenreich wird. Die „Geilheit“ schlechthin konzediert „3“-Marketing-Chefin Alexandra Reich,



„3“ will einmal 1a sein. Beim Digitalen TV zum Handy, nicht via Mobilfunk, will der Mischkonzern die Nase vorne haben. Handys (siehe Bild), die das können, gibt es schon. Foto: www.timeline.at/R.Handl

die nicht müde wird, zu betonen, dass damit endgültig der Durchbruch geschafft werden soll. Mit den neuen Handys und DVB-H will „3“ endlich reüssieren. Ab 2008 überlegt man sogar, den Handy-Funk mit Multimedia Broadcast Multicast Service (MBMS) nachzurüsten. Damit könnte auch über den Handy-Funk qualitativer TV-Content regional ausgestrahlt werden.

DVB-H wird derzeit erst im Testbetrieb angeboten. Frühestens ab 2007 soll Digital-TV per Handy auch kommerziell angeboten werden. „Das liegt noch an den Regulierungsaufgaben“, sagt Thoma. Dass man schon lange vor dem eigentlichen DVB-H-Start in Österreich bereits DVB-H-Handys auf den Markt bringt, obwohl nur ein kleiner Kreis von Testern dann in den Genuss kommt, daran stößt man sich bei „3“ nicht sonderlich. Es geht um die Technologie-Führerschaft. Und da dürfen die Befohlenen des Konzernherren nichts anbrennen lassen. „Weit über 500.000“ DVB-H-Handys, die in Österreich sofort erhältlich sein werden, wird LG Electronics liefern. So wird unter allen Umständen die Handy-Glotze schon jetzt unters Volk gebracht.

Das Li-Imperium Cheong Kong Holding lässt mit seiner geballten Finanzkraft die Europäer nicht zur Ruhe kommen. Hutchison Whampoa sowie acht weitere Konzerne, die an Hongkongs Börse notieren, gehören zu dem Konzern, dessen Börsenwert sich auf 757 Mrd.

Hongkong-Dollar (77,5 Mrd. Euro) beläuft. Darüber hinaus verfügt er in Europa und den USA über Finanzbeteiligungen, wie einst an der Deutschen Telekom sowie dem britischen Mobilfunkanbieter Orange.

Cheong Kong ist geradezu ein unternehmerisches Gesamtkunstwerk. Eine Mischung aus Unternehmen der Old and New Economy, despektierlich gesagt: ein Kolonialwarenladen.

### Globales Monopoly

42 Hafen-Terminals, Stromversorger, Drogerie-, Parfümerie- und Lebensmittelketten, Hotels und Immobilienunternehmen (Büros, Apartments und luxuriöse Wohnungen), Duty Free-Shops, Internet Provider, Verlage sowie Telekom- und Mobilfunkanbieter in verschiedenen Ländern lassen Milliarden in die Kassen sprudeln. Etwa 220.000 Befohlene arbeiten für die Gruppe, die im Vorjahr in 52 Ländern einen Umsatz von 25,8 Mrd. Euro erzielte. 2,4 Mrd. Euro kommen aus dem Telekom-Sektor, der neben der Multimedia-Sparte auch die Umsätze verschiedener Festnetzanbieter enthält.

Dass zwischendurch noch Parfümerieketten in Europa hinzugekauft wurden, Hafen-Terminals abgestoßen und gekauft werden wie Semmeln, Umschichtungen im Finanzportfolio durchgeführt werden, komplettiert das Bild des Globalkonzerns. Der Tycoon selbst kam als kleiner Junge aus „Mainland China“ nach Hong-

kong und hat seine ersten Dollar mit dem Verkauf von Plastikrosen verdient. Heute geht es längst um Milliarden: Das investierte Geld muss wieder auf irgendeine Art und Weise zurückfließen. Und zwar dorthin, wo der öffentlichkeitsscheue Tycoon gehörige Summen schon angehäuft hat. Sein geschätztes Vermögen dürfte kaum weniger wert sein als die 60 Mrd. US-Dollar (47 Mrd. Euro) von Microsoft-Gründer Bill Gates, schätzt man in Asien. Ein Kapital, das die Wettbewerber seiner Companys ins Schwitzen bringt. Nicht wenige wünschten in Österreich, dass den „Chinesen“ die Lust vergeht. Einen langen Atem, das wissen auch die Mitbewerber, allen voran Mobilkom Austria, T-Mobile Austria und One, haben die Asiaten dank ihres Finanzpolsters für „mehrere Leben“, wie die Konkurrenz respektvoll bestätigt.

Ernüchterung, kleine und auch größere Krisen, gleichzeitig aber viel Erfahrung säumten den Weg der dreijährigen Unternehmensgeschichte. Technologie-Führer zu sein, heißt für die 420 „3“-Mitarbeiter auch Arbeiten nach asiatischem Vorbild: bis in die Nacht hinein klotzen, nicht kleckern. Und falls die Rechnung nicht aufgeht, gibt es noch immer den Dreierweg: Verkaufen, Zusperrern oder mit einer anderen Tochter zusammensetzen. Letzteres stand bereits zur Diskussion. Ende 2004 wurde überlegt, einen Großteil nach Großbritannien auszulagern.

## Tool der Woche

Mittlerweile telefonieren fast alle Voice over IP-Nutzer und Handy-Fonierer mit so genannten Head Sets (Kopfhörer mit integriertem Mikrofon). Für all jene, die sich nie an so ein Ding gewöhnen können und immer noch lieber den Hörer zwischen Kopf und Schulter einklemmen, gibt es jetzt den Retrostar-Telefonhörer. Dieser wird einfach per USB-Schnittstelle an den Computer oder mittels Klinkestecker und kleinem Adapter an das Handy angeschlossen. Schon können Gespräche per Knopfdruck am Hörer entgegenommen werden. Für Anhänger der 70er-Jahre-Telefone ist die Ausführung in Schwarz gedacht. Wohin sind die Zeiten, als der Anschluss eines nicht von der Post stammenden Telefonapparates weit mehr als nur ein Kavaliersdelikt war? Und jene, die sich an die Kuba-Krise erinnern, für die ist der rote Hörer das Ding. So fühlt man sich wie einst Nikita Chruschtschow und John F. Kennedy, die Erfinder des roten Telefons. Für den fantasielosen Rest bleibt die typische 70er-Orange- oder die Weißküchen-Variante. Doch nicht nur Farbe, sondern auch Anwendervielfalt zählt. Die USB-Version für den PC bekommt man für 39,95 Euro, die für Handys um 29,95 Euro. Ein entsprechender Adapter schlägt mit 6,50 Euro zu Buche. kl Foto: Retrostar

