

Neue Handys erobern Brasilien

GSM-Standard erhöht Erfolgsaussichten – Schwache Kaufkraft verhindert Handy-Boom

LORENZ WINTER

Die zweite Phase der Ausbreitung des Mobilfunks in Brasilien wurde noch bis zum Vorjahr durch Unsicherheit über die technisch-wirtschaftliche Nutzungsdauer der GSM-Norm, mangelnde Kaufkraft eines Großteils der Bevölkerung und eine bisweilen unrealistische Regulierungspolitik der Aufsichtsbehörde Anatel behindert.

Doch nachdem jetzt wenigstens Teilschreibungen für das 1,8-GHz-Frequenzband unter Dach und Fach sind, investieren europäische Anbieter kräftig in den Ausbau der Infrastruktur und in die Geräteproduktion. Spätestens in fünf Jahren soll sich die Marktdurchdringung des Mobilfunks drüben von 15 auf 30 Prozent verdoppeln.

Zunächst schien dieses ehrgeizige Ziel jedoch gefährdet, als Anfang vorigen Jahres ein Versteigerungsversuch für das sog. C-Band scheiterte. Sogar als die Anatel dann den Mindestgebotpreis senkte und den Geltungsbereich der Lizenz auf das gesamte Landesterritorium ausdehnte, lockte das kein Unternehmen von der Nordhalbkugel aus der Reserve. Insbesondere traten stille Wunschkandidaten der Behörde wie Vodafone, Deutsche Telekom oder die japanische NTT DoCoMo nicht zur zweiten, für August geplanten, Auktion an. Sie wurde darum auf ein noch unbekanntes Datum vertagt. In Betrieb gingen stattdessen vorerst nur zwei regionale Teilbereiche des C-Bands.

Am vorhandenen Marktpotenzial und dem geforderten Preis könne der enttäuschende Ausgang der Versteigerung aber nicht gelegen haben, meinen Branchenkenner. Denn von den Wachstumsreserven bilde das südamerikanische Land heute nach China das wirtschaftlich bedeutsamste Feld für Mobilfunkaktivitäten, versichert Karl-Heinz Lensing, Geschäftsführer der Antennenbaufirma Kathrein Mobilcom in São Paulo. Er erinnert in diesem Zusammenhang daran, dass sich nach der Privatisierung des brasilianischen Fernmeldesektors von 1998 der Gesamtmarkt (also Festnetz und Mobilfunk) praktisch verdreifacht habe (siehe Grafiken). Dazu Lensing: „Das ist ein weltweit absolut einmaliger Vorgang, der noch längst kein Ende gefunden hat.“

Dennoch gab es für die Zurückhaltung der europäischen Netzwerk-Betreiber natürlich triftige Gründe. Technisch befanden sie sich nach dem Entscheid der Anatel für die EuropaNorm GSM zwar im Vorteil. Finanziell aber waren vielen von ihnen nach dem hohen heimischen Aufwand für die Ersteigerung von UMTS-Lizenzen die Hände gebunden. Aber auch diese Tatsache könne nicht ausschlaggebend gewesen sein für ihren Verzicht auf das C-Band, vermutet zum Beispiel Pedro Ribeiro,

Telekom-Experte bei der Unternehmensberatung Ernst & Young in São Paulo.

Vielmehr seien zum Beispiel schon die Ausschreibungsbedingungen der Anatel nicht genügend durchdacht gewesen, findet der Fachmann. Der Erwerber einer Mobilfunklizenz brauche in der Startphase technischen, finanziellen oder wenigstens zeitlichen Schutz, damit sein Investment Aussicht auf Rendite biete. Dieser Schutz war seiner Ansicht nach im Falle des C-Bandes jedoch nicht gegeben. Vielmehr seien die Preise für die drei ursprünglich beabsichtigten Teilzonen des Geltungsbereichs der Lizenz ohne Rücksicht auf ihre jeweilige Rentabilität gleich hoch angesetzt worden. Ferner hätten alle Lizenzerwerber nach den Plänen der Anatel den Betrieb gleichzeitig aufnehmen sollen und alle mit der GSM-Norm arbeiten. Es gab also für potenzielle Interessenten nirgendwo einen relativen Wettbewerbsvorsprung, folglich habe keiner von ihnen ein Milliarden-Investment beim Aufbau der neuen Infrastruktur für den Mobilfunk riskieren wollen.

Handy-Boom: Die großen Hürden

Neben den Ausschreibungsbedingungen hoben Sprecher der Fernmeldeindustrie aber noch andere Handikaps des brasilianischen Mobilfunkgeschäfts hervor: das ständige Wechselkursrisiko, Unsicherheit über die technisch-wirtschaftliche Nutzungsdauer der GSM-Norm, mangelnde Kaufkraft der brasilianischen Bevölkerung und eine oft realitätsfremde Regulierungspolitik der Anatel. Investitionen in Brasilien müssen in US-Dollar finanziert werden, die Erträge aus dem Mobilfunkgeschäft fließen dagegen in der Landeswährung Real. Diese büßte nach der massiven Abwertung von Anfang 1999 im Vorjahr fast 20 Prozent im Verhältnis zur US-Devisen ein. Solche Aspekte dämpfen die Begeisterung für den dortigen Mobilfunkmarkt natürlich.

Ein kurzer Rückblick auf die Entwicklung dieses Markts zeigt jedoch, welche Dynamik prinzipiell in ihm steckt. Die Entwicklung vollzog sich in drei Etappen. Ab 1992 wurde zunächst das sog. A-Band in Analogtechnik (AMPS) auf der Handyfrequenz von 800 Mhz geschaffen. 1996 folgte im Vorgriff auf die Privatisierung des Fernmeldesektors und im Zuge damit eine Abspaltung der Mobilfunkgesellschaften von den Festnetzbetreibern der Aufbau des sog. B-Bandes – ebenfalls auf der Frequenz 800 Mhz, nun aber bereits völlig digital (TDMA). Innerhalb eines einzigen Jahres stellten daraufhin auch die Betreiber im A-Band das alte Netz zu zwei Dritteln auf Digitaltechnik (CDMA) um, während analoge Geräte seither fast ganz vom Markt verschwanden.



Dem in der dritten Phase folgenden C-Band und speziell seinen regionalen Teilbereichen D und E (1,8 Ghz/GSM) geben Experten wie Aluizio Byrro, Leiter der Telekom-Sparte bei der brasilianischen Tochtergesellschaft von Siemens, immerhin eine technisch-wirtschaftliche Nutzungsdauer von drei bis fünf Jahren. Sie reiche für die Anbieter, um in dieser Technik getätigte Investitionen zu amortisieren, und genüge für die Nutzer, um sich mit den Vorteilen paralleler Übertragung von Stimme, Bild und Daten vertraut zu machen.

Das Kaufkraftproblem im Mobilfunkgeschäft wird erkennbar an den Verhältnissen im Bundesstaat Rio – neben São Paulo und Belo Horizonte einer der drei am dichtesten besiedelten Ballungsräume Brasiliens. Dort besaßen Mitte vorigen Jahres etwa 26 Prozent aller Haushalte mindestens ein Handy – deutlich mehr als im landesweiten Durchschnitt von 15 Prozent. Doch unter den Anschlussinhabern schwankte dieser Wert je nach Kaufkraftgruppe beträchtlich: 93 Prozent der (wenigen) einkommensstarken Haushalte verfügten über mindestens ein Handy, jedoch nur 32 Prozent der (vielen) einkommensschwachen. Freilich: Der Zuwachs betrug unter den besonders kaufkräftigen Haushalten in den 12 Vormonaten absolut nur noch drei Prozentpunkte, bei den anderen waren es 14 Punkte. Relativ hatten dort also fast 80 Prozent der Haushalte im Vorjahr mindestens ein weiteres Handy erworben, nur ist dieses Marktsegment für die Betreiber wirtschaftlich am wenigsten interessant, weil sie kaum die besonders rentablen Mehrwertdienste nachfragen.

In den unteren Kaufkraftgruppen Brasiliens sind nämlich vielfach noch jene einfachen Geräte verbreitet, die Anrufe zwar empfangen, nicht aber selber tätigen können. Als typische Wegwerf-Produkte bergen sie für die Mobilfunkbetreiber zudem stets das Risiko, mit einem schadhaften Gerät zugleich auch den betreffenden Anschlussinhaber zu verlieren. Die Strategie der Firmen zielt momentan darum eher darauf ab, vorhandene Kunden langfristig an das Unternehmen zu binden, als möglichst viele neue zu gewinnen.

Manche Marktkenner schätzen den heutigen Anteil der Einweg-Handys immer noch auf rund 40 Prozent des Gesamtbestandes. Diese Quote verwundert angesichts der enormen Kaufkraftunterschiede zwischen Brasilien und Europa kaum: Das Volkseinkommen pro Kopf liegt drüben bei etwa 4.000 Dollar jährlich, hierzulande ist es fünf- bis sechsmal höher. Solange sich aber an den Kaufkraftverhältnissen nichts entscheidend ändert, stellt das Engagement eines Mobilfunkbetreibers in Brasilien auch unter diesem Gesichtspunkt ein erheb-

liches Risiko dar. Denn kurzfristig wird er einen Lizenzerwerb von beispielsweise einer Milliarde Dollar plus etwa gleich hohem Infrastrukturaufwand kaum amortisieren können.

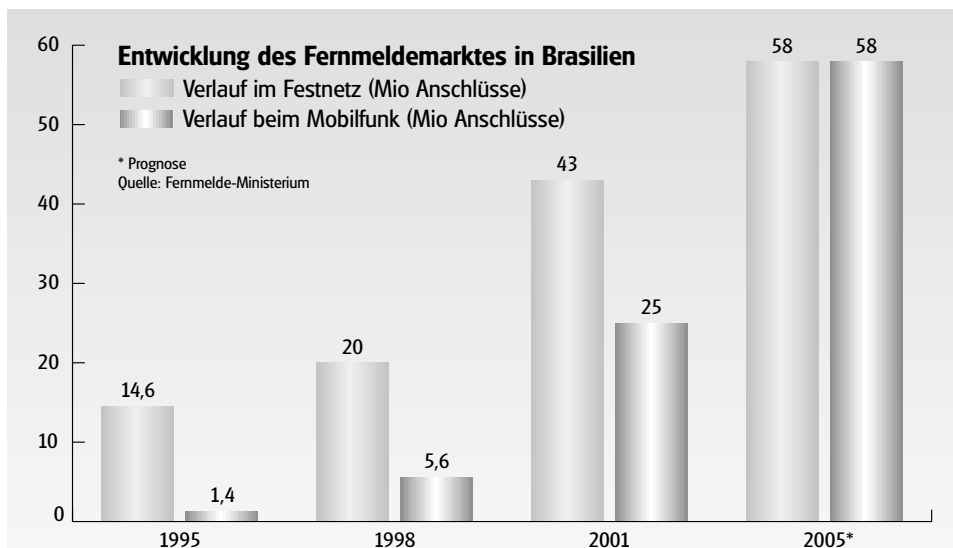
Schließlich verfolgte auch die bisherige Regulierungspolitik Brasiliens im Mobilfunkbereich häufig Ziele, die einer stärkeren Beteiligung ausländischer Betreiber an dieser Branche abträglich waren. Nachdem der Fernmelde-sektor des südamerikanischen Landes jahrzehntelang von öffentlichen Monopolen beherrscht wurde und seine Versorgung mit Telefonanschlüssen im internationalen Vergleich zu den kümmerlichsten gehörte, verfiel die Anatel nach der Privatisierung der Branche und dem Aufkommen der Mobilfunktechnik ins andere Extrem: Die Lizenzvergabe an private Betreiber wurde geografisch und frequenzmäßig so stark aufgesplittert und die Kapitalverflechtung der Betreibergesellschaften so strengen Auflagen unterworfen, dass nur in wenigen Fällen wirtschaftlich lebensfähige Gebilde entstanden.

Brasilien ist zwar etwa 24mal so groß wie Deutschland, zählt aber nur etwa doppelt so viele Einwohner. In diesem Einzugsgebiet tummelten sich Anfang vorigen Jahres allein beim Mobilfunk an die 40 lokale und regionale Betreiber. Technisch betrachtet und aus der Sicht der Handy-Benutzer bildet dieser Zustand als solcher kein Problem. Denn auf dem Papier ist Brasilien, so Lensing von Kathrein Mobilcom, „nahezu vollständig durch Roaming-Vorschriften abgedeckt. Für Handy-Telefonate, auch über Tausende von Kilometern hinweg, existieren an sich also weitaus günstigere Voraussetzungen als etwa in den USA.“ Nur haben eben die meisten Betreiberfirmen unter solchen Umständen kaum Aussicht auf wirtschaftliches Überleben.

Unter diesen Firmen stehen die Zeichen darum künftig eher auf Konsolidierung, glauben die meisten Fachleute der Branche. Nach ihren Schätzungen werden von den derzeit knapp 40 Firmen in fünf Jahren höchstens noch zehn übrig bleiben, wahrscheinlich sogar nur vier bis sechs. Der Versuch der Anatel vom August vorigen Jahres, das C-Band landesweit auszuschreiben, deutet ebenfalls darauf hin, dass sogar die Regulierungsbehörde diese Tatsache inzwischen stillschweigend anerkannt hat und Konzentrationsvorgänge darum künftig flexibler beurteilen und handhaben wird.

Markt für Handybauer

Mehr Wettbewerb als bisher ist dagegen demnächst wohl angesagt im Kreise der Geräte-lieferanten. In die Versorgung des A- und B-Bandes teilten sich früher Ericsson mit rund 40 Prozent, Lucent mit 18, Nortel und NEC mit je 12 Prozent und Motorola mit sieben. Dabei war NEC, historisch gesehen, der erste Handy-Lieferant Brasiliens überhaupt, konnte seinen daraus resultierenden Wettbewerbsvorsprung aber nicht halten. Auch Nortel und Motorola verloren im Lauf der ersten Betriebsjahre Marktanteile, während Lucent



und Ericsson sich weitgehend behaupteten. Mit GSM tauchen nun die Newcomer Siemens, Alcatel und Nokia am brasilianischen Mobilfunkmarkt auf. Alle haben sie für die nächsten drei bis fünf Jahre umfangreiche Investitionen angekündigt und auch schon die ersten Lieferverträge unterschrieben. Dabei geht es zunächst um Bestellungen für die Mobilfunk-Infrastruktur, nachdem die Betreibergesellschaften Telemar und Telecom Italia Mobile (TIM) ab August bzw. November vorigen Jahres mit dem Aufbau ihrer Netze im D- und E-Band begannen. Nokia bekam dabei von Telemar den Löwenanteil der Aufträge im Wert von 680 Millionen Dollar, Siemens errang 260 Millionen und Alcatel 230 Millionen. Das mittelfristige Aufbauziel von Telemar für das D-Band in der geografischen Zone 1 lautet dabei 200 „cell sites“ pro Monat. Der Verkauf der GSM-

Handys ist nach Auskunft von Siemens im Januar 2002 angelaufen. Für die Endgeräteproduktion erweitert das Unternehmen derzeit sein bestehendes Werk in Manaus, für die Herstellung von Infrastrukturmaterial die Fabrik in Curitiba. Dabei sollen zusammen rund 1.000 neue Arbeitsplätze entstehen. Längerfristig peilt Siemens nach Angaben von Rudi Lamprecht, Leiter der ICM-Sparte des Münchener Konzerns, einen Anteil am brasilianischen Mobilfunkmarkt von 25 Prozent an.

Während also die deutschen und europäischen Telekom-Dienstleister in der Angebotspalette des brasilianischen Mobilfunkmarktes eher spärlich vertreten sind, zeigt die Fernmelde-Industrie der EU dort deutlich Flagge und glaubt, dank der GSM-Norm ihre geschäftlichen Chancen erfolgreich wahrnehmen zu können. ■

Neue Siemens-Handyfabrik in Brasilien

Der deutsche Siemens-Konzern will seine Marktposition auf dem amerikanischen Kontinent stark ausbauen. In Lateinamerika soll die Handysparte des Münchner Elektronikriesen in zwei Jahren zu den drei Top-Anbietern gehören und mindestens 25 Prozent Marktanteil erreichen.

Das kündigte Siemens-Mobilfunkvorstand Rudi Lamprecht nach Informationen der Wirtschaftswoche in Manaus/Brasilien an, wo das Unternehmen am Dienstag seine weltweit dritte Mobilfunkfabrik eröffnete. Sie soll ab sofort jährlich mehr als eine Million Mobiltelefone für Brasilien und die übrigen lateinamerikanischen Märkte produzieren. Derzeit ist Brasilien mit 24 Millionen Handynutzern neuntgrößter Mobilfunkmarkt weltweit und gilt neben China (derzeit 145 Millionen Mobiltelefonkunden) und den USA (120,1 Millionen Handynutzer) laut Marktforschungsunternehmen Gartner Dataquest als einer der zukünftig wachstumstärksten Märkte.

In den USA will Siemens seine Position, wie die Wirtschaftswoche erfuhr, ebenfalls

deutlich ausbauen. Die neue Handyfabrik in Manaus bietet sich auch als Produktionsstandort für den wachsenden US-Markt an. Noch in diesem Jahr sollen zwei neue Siemens-Mobiltelefone auf den nordamerikanischen Markt kommen, die gleichzeitig in der etablierten US-Mobilfunktechnologie TDMA und dem europäischen GSM-Standard funken.

Nachdem die Handyhersteller 2001 das schwierigste Jahr in der Branchengeschichte erlebt haben, ist Siemens für dieses Jahr optimistischer gestimmt. Rudi Lamprecht, Vorstand der Mobilfunksparte, geht davon aus, dass die Unternehmen die Zahl der verkauften Geräte 2002 um zehn bis 15 Prozent steigern können. In Brasilien ist Siemens bereits heute größter deutscher Investor für Telekommunikation und beschäftigt hier fast 9000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2000/2001 betrug der Umsatz 1,8 Milliarden Euro. Weitere Fertigungsstätten für Mobiltelefone hat Siemens in Peking/China und Kamp-Lintfort/Deutschland.

Quelle: Wirtschaftswoche