

## Mobile Business – Beschäftigungs- und Wachstumsmotor?

Dr. Andreas Würgler\*

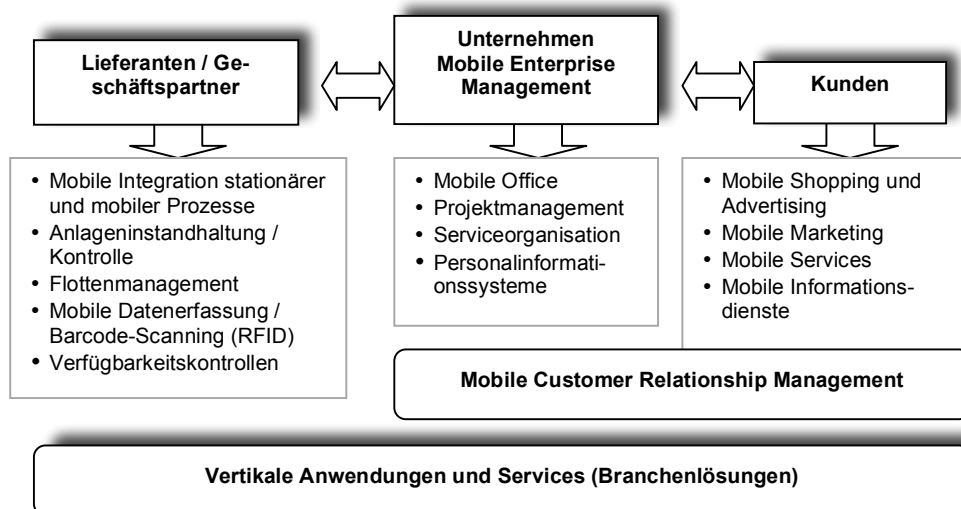
*Die mobilen Technologien und die Konvergenz der digitalen Technologien führen zu wesentlichen Veränderungen der Arbeitsmethoden, beeinflussen Prozess- und Strukturorganisation und generell die Art und Weise wie künftig Geschäfte abgewickelt werden. Für verschiedene Kategorien von Tätigkeiten erübrigt sich ein Büro.*

### Was ist Mobile Business und wie beeinflusst es das Geschäftsleben?

Unter dem Begriff Mobile Business verstehen wir die Gesamtheit der Anwendungen über sogenannte ortsflexible Informations- und Kommunikationstechnologien (z.B. Mobiletelefone, PDA's, wireless Notebooks, Tablet PC's).

Mit Mobile Business sind die Zeiten vorbei, wo das Verlassen des Arbeitsplatzes zwangsläufig mit einem Abfall an Produktivität und beschränkter Entscheidungsfähigkeit mangels Zugriff auf erforderliche Datenbestände verbunden ist. Die Prozesse können endlich dort abgewickelt werden, wo sie für eine kundenorientierte Aufgabenerfüllung schon lange hingehören. Das gilt für das Management, Verkauf und Service, Logistik und Transport. Wichtig ist, die Prozessketten auf die neuen mobilen Möglichkeiten hin auszurichten. Damit lässt sich die Produktivität anheben, der Kundenservice mit neuen Formen der Betreuung verbessern, eine neue Transparenz in den Wertschöpfungsketten schaffen, Büroraum einsparen.

#### Abbildung: Einsatzbereiche des Mobile Business im Geschäftsbereich



Quelle: A. Würgler: Mobile Business für Manager; Verlag Orell Füssli, Zürich 2004

Nach zahlreichen leeren Versprechungen durch die Anbieter mobiler Technologien, welchen es bisher mangels gegenseitiger Abstimmung über die vielen Stufen der Wertschöpfungskette nicht gelungen ist, den versprochenen Nutzen zu generieren, stehen wir heute an einem Wendepunkt. Erste Standardlösungen für geschäftliche Anwendungen funktionieren. Zudem sind klare Indizien vorhanden, dass die uns seit fast zwei Jahrzehnten versprochene digitale Konvergenz nun Realität wird. Das hat weitreichende Konsequenzen. Ein Kreislauf mit bedeutenden wirtschaftlichen Folgen wird in Gang gesetzt. So stellt sich denn die Frage, ob wir es uns leisten können, Ländern wie Süd-Korea, Japan und den USA unter Wertschöpfungs- und Beschäftigungsaspekten die Führung kampflös zu überlassen.

### Effizienzsteigerungspotentiale nutzen

Die Unternehmensprozesse können künftig ohne Effizienz- und Qualitätseinbußen von den Fesseln des stationären Arbeitsplatzes befreit werden. Wir stehen in organisatorischer und ergonomischer Hinsicht vor einer historischen Wende. Nach der Loslösung vom Fließband erfolgt

die Loslösung vom stationären Büroplatz.

Heute ist erst ein verschwindend kleiner Teil des riesigen Bedarfs für geschäftliche Anwendungen ausgeschöpft. Von einer Marktsättigung sind wir Jahrzehnte entfernt. Das Kosten-Nutzenverhältnis vorhandener Angebote eröffnet bereits für einige Anwendungen interessante finanzielle Optionen und verbreitert sich laufend. Noch gibt es anbieterseitig jedoch viel zu tun, um Endgeräte, Netzwerke, Applikationen und Content gegenseitig abzustimmen. Auch die Bedienerfreundlichkeit der Endgeräte lässt weiter zu wünschen übrig.

Dank ergonomischer und transparenter gestalteter Arbeitsprozesse ist mit einer beachtlichen Steigerung der Produktivität zu rechnen. Die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen wird erhöht - positive Wachstumsimpulse ausgesendet. Es darf allerdings nicht übersehen werden, dass sich Lösungen im Mobile Business nicht einfach über bestehende stationäre Prozesse stützen lassen. Es bedarf eines vorhergehenden Prozess-Reengineerings, will man die vorhandenen Potentiale voll ausschöpfen.

### **Chancen für Beschäftigung und neue Start-Ups**

Zusammen mit der erwähnten Konvergenz der digitalen Technologien ergibt sich durch das Mobile Business eine Vielzahl von Möglichkeiten für innovative Geschäftsmodelle. Neue Service- und

Kundenbetreuungsmodelle, Überwachungs-, Alarm-, Kontroll-, Bestell-, Bezahls- und Auktionssysteme,

Wettbewerbe und Spiele, Informations- und Werbekonzepte seien beispielhaft genannt. Sind einmal offene Netzwerk-Plattformen in Betrieb, welche den Content- bzw. Applikationsanbietern einen grossen Teil der Einnahmen überlassen (ähnlich dem Modell i-Mode von E-Plus in Deutschland), dann ist mit einem kräftigen Innovationsschub zu rechnen. Das gilt für Anwendungsentwickler und Systemintegratoren, Contentlieferanten (Medien) und Plattformservices. Dabei sind Quereinsteiger zum Ausschöpfen sich bietender Geschäftsmöglichkeiten in vielen Fällen im Vorteil, da sie den historischen Ballast aus den angestammten Kernbereichen der Computer-, Telekomm-, Unterhaltungs- und Medienindustrie nicht mit sich herumschleppen.

### **Gefragt sind neue Partnerschaftsmodelle**

Die in den oben aufgeführten Kernindustrien bisher kultivierten Fähigkeiten stellen künftig in angestammter Form nur noch bedingt die Grundlage für erfolgreiche Geschäftsaktivitäten dar. Die Marktentwicklungen gehen derart rasant vor sich, dass diesen Unternehmen nicht mehr die Zeit bleibt, um das benötigte Know-how selbst aufzubauen. Sie führen daher zweckmässigerweise benötigte Fähigkeiten partnerschaftlich zu neuen Organisationen zusammen. Die bisherige Gepflogenheit, interessante Innovationen zu entwickeln und für diese in der Folge durch die Marketingabteilungen Märkte zu suchen, gehört endgültig der Vergangenheit an. Es geht in Zukunft darum, aus einer Kundensicht technologische Module zügig abzustimmen und zu innovativen Services zusammenzuführen. Unter Berücksichtigung der Komplexität der erforderlichen Disziplinen eine äusserst anspruchsvolle Aufgabe.

Bleibt die Frage nach den Beschäftigungseffekten des Mobile Business und der Konvergenz der digitalen Technologien. Studien in der EU kommen zu positiven Ergebnissen. Das Potential ist bei offensiven Strategien beachtlich. Die Schweiz mit ihrem Vertrauensvorsprung für (Finanz-) Dienstleistungen und Rechtssicherheit (Datenschutz) ist ein guter Standort für verschiedenste Plattformservices. Ein mit den erforderlichen Sicherheitservices versehener persönlicher „mobiler Tresor“ in der Westentasche sowie Treuhandservices verschiedenster Art seien nur beispielhaft genannt.

\* Im Fachbuch „Mobile Business für Manager“, Orell Füssli Verlag AG, Zürich, 2004, geht der Autor auf die geschilderten Themenbereiche vertieft ein. Er befasst sich seit Jahren mit den

Die Entwicklungen des Mobile Business sollen aufmerksam verfolgt, zeitgerecht mit bestehenden Anwendungen kombiniert und bei sich bietenden Möglichkeiten zum Aufbau neuer Geschäftsfelder genutzt werden. Es ist wichtig, sich mit der „mobilen“ Kultur vertraut zu machen. Neuen Dienstleistern, welche sich mit innovativen Anwendungsfeldern befassen, sind vorteilhafte Rahmenbedingungen zu bieten. Mobile Business ist geeignet, der schweizerischen Volkswirtschaft wertvolle Beschäftigungs- und Wachstumsimpulse zu vermitteln.

Entwicklungsperspektiven der Informations- und Kommunikationstechnologien. Er zeigt auf, wo Prozesse neu zu gestalten, welche Branchen besonders betroffen sind und welche neuen Geschäftsmodelle sich eröffnen.

Andreas Würzler

Dr. oec. HSG

Geschäftsführender Gesellschafter W/D/P Projektmanagement,

CH-4614 Hägendorf

Tel. 062 216 61 01

E-Mail: [wuerzler@wdpmc.ch](mailto:wuerzler@wdpmc.ch)

Internet: [wdpmc.ch](http://wdpmc.ch)