

Netz-Splitter

Neuigkeiten aus der Internet-Wirtschaft

Digital-TV im Trend

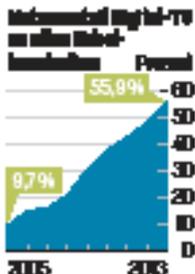
Bereits **56 Prozent** aller Kabelhaushalte nutzen ihr TV-Gerät digital. Das sind beinahe doppelt so viele wie noch 2009, so der Kabelnetzbetreiber-Verband Anga. Häufigste Anwendung ist das hochauflösende Fernsehen HD-TV, gefolgt von Video-Angeboten aus dem Netz.

Gleichzeitig steigt die Nachfrage nach digitalen Videoaufzeichnungen, die zeitversetztes Fernsehen ermöglichen.

Fast **18 Millionen Kabelkunden** haben auch die technische Möglichkeit, schnell im Internet zu surfen.

Dieses Angebot nutzen allerdings erst fünf Millionen Kunden. Der Markenname Kabel

Deutschland soll durch die Übernahme durch den Mobilfunkhersteller Vodafone bald ganz verschwinden.



Quelle: Anga

Überflieger

Emil Michael, 41, begann seine Karriere 1998 bei der Investmentbank Goldman Sachs und arbeitete lange für Tellme, ein Telefondienst-Start-up in Kalifornien, ehe er im September 2013 zu Uber wechselte. Uber, 2009 gegründet, wird aktuell mit bis zu vier Milliarden Dollar bewertet. 2013 beteiligte sich Internet-Gigant Google mit 250 Millionen Dollar



„Wir schaffen Jobs“

Wie Emil Michael, Vertriebschef des milliardenschweren US-Limousinen-Service Uber, auch in Deutschland den Taximarkt revolutionieren will

Mr Michael, wie entwickelt sich Uber aktuell?

Inzwischen sind wir in 40 Ländern und 110 Städten aktiv, vor einem Jahr waren es fünf Länder und 25 Städte. Wir wachsen extrem schnell, mit 300 bis 400 Prozent pro Jahr.

Wie stark ist Uber in Deutschland?

Es ist unser größter noch unerschlossener Markt in Europa. Bislang sind wir nur in Berlin und München vertreten.

Wie rasch werden Sie expandieren?

Wir wollen unsere Dienste noch dieses Jahr auf sechs oder sieben weitere Städte ausweiten.

Was müssen Sie tun, um die nächsten Städte zu erschließen?

Am wichtigsten ist es, genügend Fahrer zu rekrutieren, damit Kunden weniger als fünf Minuten warten müssen, bis ein Wagen bei ihnen ist. Derzeit haben wir in Deutschland ein paar hundert Fahrer, binnen zwölf oder 18 Monaten sollten es Tausende sein.

Für Uber arbeiten sehr unterschiedliche Fahrer.

Ja, wir haben Fahrer, die diesem Beruf schon zuvor nachgingen, und wir haben andere, die ihre Fahrer-Karriere mit Uber beginnen. Jeder kann sein Auto in unser System einbringen.

Jeder?

Jedenfalls bei Uber Pop, unserem Mitfahrdienst in Euro-

pa. Aber natürlich schauen wir uns alles an. Wir prüfen, ob die Autos zugelassen sind und Führerscheine sowie Versicherungspolice vorliegen. Es kommt auf die Regelungen in der jeweiligen Stadt an, ob nicht professionelle Fahrer erlaubt sind.

Es gibt einige rechtliche Hürden, die Uber überwinden muss – wie wollen Sie das schaffen?

Wir arbeiten mit Anwälten und Lobbyisten, die mit den örtlichen Regulierern sprechen. Wichtiger ist, dass wir die Unterstützung unserer Kunden und unserer Fahrer haben. Und wenn sie ihre Stimme erheben, hören politische Entscheider meist auch

Start Up!

FOCUS-Redakteurin
Britta Weddeling über
das Innenleben
der digitalen Welt

**Können Maschinen ethisch sein?**

Die Macht der Computer in unserem Leben scheint unbegrenzt. Wir tragen Smartphones immer mit uns. Sie sind mit Fotos, Kontakten, E-Mails unser digitales Gedächtnis. Konzerne, Geheimdienste und die Polizei zapfen diese Erinnerungen gern an. Oft wollen sie aus den Informationshalde unser Verhalten destillieren und die Zukunft vorhersagen. Die weiteren Motive dieser Datensammler unterscheiden sich stark. Manche möchten durch die Analyse von Millionen Patientendaten ärztliche Prognosen verbessern. Andere wiederum hoffen, die Strafverfolgung effizienter zu gestalten. So wie in den USA. Die Polizei überwacht Straßen und Personen in bestimmten Bezirken extrem gründlich. Ein Computerprogramm hatte dies empfohlen, weil es eine besonders hohe Wahrscheinlichkeit für Straftaten in diesen Gegenden errechnet hatte. Ich halte das für gefährlich. Über Recht und Moral sollten immer noch Menschen entscheiden, nicht Maschinen. Sarah Spiekermann, Professorin an der Wirtschaftsuniversität Wien, sieht sogar die Zeit für eine neue Generation von Computern gekommen: die „ethische Maschine“. In diesen Systemen wären Vorstellungen von Privatsphäre, Recht und Moral vorinstalliert, so die renommierte Beraterin (EU-Kommission, Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung). Das wichtigste Ziel: „Die Nutzer erhalten die Kontrolle über ihre Daten zurück.“ Eine Art Stoppknopf für Datensammler inklusive. Manche finden das naiv – angesichts der Datenmacht von Google & Co. Doch das ist es nicht: Die digitale Revolution hat schon manchen Goliath gestürzt. Nutzer werden bald erkennen, dass die Zukunft in ihren Händen liegt.

Schreiben Sie mir unter
b.weddelling@focus-magazin.de

**Uber**

Die Firma aus San Francisco schreibt sich wie „Über“ ohne Pünktchen

Das US-Start-up macht Taxis Konkurrenz, indem es per App einen Limousinen-Dienst anbietet, der so funktioniert: Eine Karte zeigt freie Autos (mit Modell, Kennzeichen), die maximal fünf Minuten entfernt sind. Nutzer wählen einen Wagen und verfolgen auf dem Smartphone, wie er näherkommt.

Den Fahrpreis berechnet die App vorab. Meist liegt er knapp über dem Taxitarif, kann aber in Stoßzeiten auch höher sein. Gäste können den Fahrer auf einer Skala von 1 bis 5 bewerten.

Uber Pop heißt die neueste Idee: Privatleute transportieren mit ihren Autos Fahrgäste. Offen ist, ob das Modell gegen deutsches Recht verstößt.

Auf welches politische Klima treffen Sie in Deutschland im Vergleich zu den USA?

In Europa müssen wir sehr viel stärker auf die Behörden zugehen, weil Uber und das, was wir tun, weniger bekannt ist und auch weniger gut verstanden wird als in den USA. Wir versuchen, jene Politiker zu finden, die anerkennen, dass wir der örtlichen Wirtschaft nützen und die auch einen Wettbewerbsmarkt wollen, in dem das beste Angebotsmodell gewinnt.

Ihr Modell ist nicht so kompliziert, dass es nicht nachzuahmen wäre – erwarten Sie viele neue Wettbewerber?

Sie sollten nicht unterschätzen, wie aufwendig unser Geschäft ist. Wir müssen es in jeder Stadt vor Ort vorantreiben und die meisten Internet-Unternehmen scheuen das. Wir rekrutieren Fahrer, wir bilden sie aus, und wir helfen ihnen, ihre Kosten zu senken, indem wir mit Auto- und Tankstellenfirmen günstigere Preise vereinbaren. **Spiele in Ihrem Markt Netzwerkeffekte eine Rolle, die den dominierenden Anbieter im Lauf der Zeit immer noch stärker machen?**

Absolut. Je mehr Autos ich im Einsatz habe, desto kürzer sind die Wartezeiten und desto attraktiver wird der Dienst für Kunden. Je mehr Kunden mitmachen, desto attraktiver wird das System wiederum für Fahrer. Es entsteht eine Eigendynamik. **Lassen Sie pro Stadt jeweils nur eine maximale Zahl an Fahrern zu?**

Nein. Wir wollen immer die Nachfrage befriedigen – und diese Nachfrage wächst ständig. **Und je schlechter der öffentliche Nahverkehr ist, desto besser laufen Ihre Geschäfte?**

Nein, da gibt es keinen Zusammenhang. Unser größter Markt ist New York, obwohl es das beste U-Bahn-Netz der USA besitzt. **Wer nutzt Uber heute?**

Unsere typischen Kunden sind Ende 20 bis Ende 40 und organisieren ihr Leben mit Apps. ■

INTERVIEW: U. DÖNCH / J. HIRZEL

zu. Sie sind unsere mit Abstand wichtigsten Fürsprecher.

Wie viele Juristen und Lobbyisten brauchen Sie?

Einen oder zwei pro Stadt. Bei 110 Städten ergibt das eine hohe Zahl.

Für wen schaffen Sie mehr Jobs – für Anwälte oder für Fahrer?

Auf jeden Fall für Fahrer. In San Francisco gab es 1500 Taxis, ehe wir dort unseren Dienst starteten und Tausende Uber-Fahrer auf die Straßen brachten.

Heute gibt es dort weniger Taxis?

Nein. Uber befriedigt eine Nachfrage, für die es zuvor einfach gar kein Angebot gab. Uns unterscheidet von vielen anderen Internet-Firmen, dass wir in jedem Land, in das wir gehen, Arbeitsplätze schaffen. Jobs für Fahrer und innerhalb unserer Firma. In Deutschland haben wir heute ein Dutzend Beschäftigte – und bald werden es 50 sein.