

Mobilkommunikation – eine neue Technologie und die Wirtschaft

Lernziele:

1. Die Schüler kennen die Bedeutung der Mobilkommunikation in unserer Volkswirtschaft.
2. Die Schüler lernen den Aufbau eines Konzerns kennen. Sie kennen die Funktion des Verwaltungsrates und der Gruppen-/Geschäftsleitung.
3. Die Schüler suchen nach der Positionierung von Swisscom IT Services im Markt, vergleichen sie mit Positionierungen / Strategien weiterer Unternehmen und stellen Parallelen zu anderen Marken her.

Aufgabe 1

Heutzutage gehört das Handy fast zum täglichen Gebrauchsgegenstand von Herrn und Frau Schweizer. Der Jugendliche tauscht mit seinen Kollegen die letzten News via SMS aus. Die Grossmutter telefoniert mit ihren Enkeln und Geschäftsleute vereinbaren noch kurz einen Termin für eine Besprechung. Das war nicht immer so! Zu Beginn, als Handys in der Schweiz aufkamen, war das Mobiltelefon in erster Linie ein Statussymbol. Wer eins hatte, zeigte es gerne und konnte sich der Bewunderung der anderen fast sicher sein. Denn: Wer ein Handy hatte, galt als wichtige Person im Geschäftsleben.

Überlegt euch, warum das Handy als Statussymbol galt? Wer hatte damals ein Handy und weshalb?
(3 Zeilen)

Gilt das Handy auch heute noch als Statussymbol? Warum?

(3 Zeilen)

Mit der Mobilkommunikation hat sich auch die Arbeitswelt verändert. Überlegt euch, was heute dank dem Handy und der Mobilkommunikation im allgemeinen möglich ist und was vor wenigen Jahren noch undenkbar gewesen wäre. (2-3 Beispiele)

(6 Zeilen)

Vergleicht eure Aussagen mit dem Text im Thema „Mobilkommunikation in Wirtschaft und Gesellschaft der Elektronischen Broschüre „Mobilkommunikation – eine Erfolgsgeschichte“.

Aufgabe 2

Die Swisscom AG ist ein grosser Konzern. Man kann am Beispiel von Swisscom AG erkennen, was eine Tochterfirma ist oder welche Arbeiten einem CEO (Geschäftsführer) obliegen.

Wenn ihr das Kapitel „Das Unternehmen Swisscom IT Services“ in der elektronischen Broschüre „**Mobilkommunikation – eine Erfolgsgeschichte**“ lest, erfahrt ihr auch, dass Swisscom nicht einfach gleich Swisscom ist. Obwohl die meisten Leute dies nicht so wahrnehmen, gibt es verschiedene Teilunternehmen, die zum Konzern Swisscom AG gehören. Swisscom IT Services z.B. ist eine Tochterfirma von Swisscom AG.

Warum hat Swisscom AG eine Tochterfirma namens Swisscom IT Services gegründet

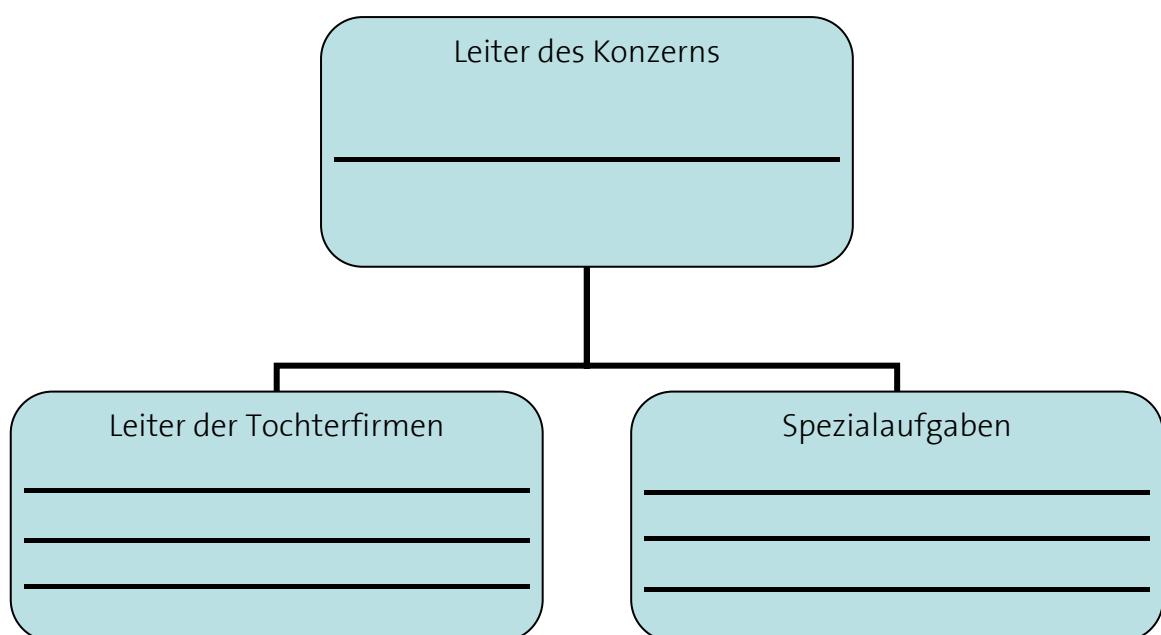
Solche Strukturen, das heisst ein Konzern mit vielen Tochterfirmen, die zum Teil nicht vollständig dem Konzern gehören, sind in unserer globalisierten Welt sehr verbreitet. So ist beispielsweise Nestlé ein weiteres Beispiel eines grossen Konzerns, der aus einem Schweizer Unternehmen hervorgegangen ist. Oft hört man in den Nachrichten von CEO's und Verwaltungsräten. Wer ist damit gemeint? Was ist der Unterschied? Eine gute Erklärung dazu findet ihr unter [> Über uns](http://www.swisscom.com)). Versucht, mit diesen Informationen folgende Angaben zu lösen:

Die _____ ist für das eigentliche Tagesgeschäft verantwortlich. Hier werden die Entscheide gefällt. Ihre Mitglieder sind eigentlich die höchsten Angestellten im Konzern.

Der _____ hat eine Aufsichtsfunktion und kann intervenieren, wenn er mit der Geschäftsführung nicht zufrieden ist. Die Mitglieder haben oft ganz viele andere Mandate und sind daher nur teilweise im Konzern tätig.

In der Geschäftsleitung, bei Swisscom Gruppenleitung genannt, sitzen verschiedene Leute mit unterschiedlichen Aufgaben. Da ist zum einen der Chef des Konzerns – der CEO (Chief Executive Officer) der Swisscom AG. Des Weiteren finden wir die Leiter der verschiedenen Gruppengesellschaften (CEO von Swisscom IT Services, CEO von Swisscom Schweiz usw.). Schliesslich gibt es sowohl auf Konzernebene als auch bei den einzelnen Gruppengesellschaften Leute mit ganz speziellen Aufgaben: CFO (Chief Financial Officer - zuständig für die Finanzen), CSO (Chief Strategy Officer - Strategie-Verantwortlicher) und Leiter Group Communications (zuständig für die Kommunikation auf Konzernebene) usw.

Versucht, die Mitglieder der Gruppenleitung von Swisscom AG in die Aufstellung einzufügen.



Aufgabe 3

Um auf dem hart umkämpften Markt der Mobilfunkanbieter zu überleben, braucht jede Firma ein Leitbild und eine Vision. Findet auf www.swisscom.com das Leitbild von Swisscom und fasst es in einem Satz zusammen:

Aus dem Leitbild von Swisscom wird auch die Positionierung im Markt (Marktstrategie) des Unternehmens ersichtlich. Was soll der Kunde über Swisscom denken? Worauf soll er sich als Kunde von Swisscom verlassen können?

Überlegt euch in der Klasse, welche anderen Arten von Marktstrategien es gibt.

In einer Gruppenarbeit wird jeder Gruppe die Positionierung eines bestimmten Unternehmens zugeteilt. Am Ende soll jede Gruppe eine kurze Präsentation zu dessen Strategie halten, in der folgende Fragen beantwortet werden müssen:

- Welche Firmen kennen wir, die eine solche Strategie verfolgen?
- Um diese Position zu erreichen, muss eine Firma mit einer solchen Strategie vor allem darauf achten, dass ...
- Welche Gruppe von Leuten lassen sich durch eine solche Strategie als Kunden für die Firma gewinnen?
- Gehören wir selbst zu einer dieser Kundengruppen? In welchem Bereich zum Beispiel?