



Smartphonennutzerin in Kalkutta: „Kluft zwischen Arm und Reich überbrücken“

# Der Handy-Bluff

**Globalisierung** Indien entwickelt sich zur Weltfabrik für Billig-Smartphones. Ein Hersteller kündigte gar an, ein Gerät für drei Euro zu verkaufen. Dann tauchte er monatelang ab.

Die Zahl klingt so unglaublich, dass sie weltweit für Schlagzeilen sorgte. Gerade einmal 251 Rupien, verspricht ein indischer Unternehmer, werde sein neues Smartphone kosten — umgerechnet 3,35 Euro. Es werde das billigste High-techhandy der Welt sein, ähnlich aussehen wie ein iPhone und mit einem Datenspeicher von acht Gigabyte auch fast so viel leisten.

Mohit Goel heißt der Mann, ein studierter Ingenieur und Schauspielschüler, von dem auch in Indien bis dahin kaum ein Mensch Notiz genommen hatte. Der 29-jährige Jungunternehmer gab seinem Produkt einen revolutionären Namen, „Freedom 251“ — „Freiheit 251“, und verpasste ihm eine passende Botschaft: Mit dem Gerät könne Indien die digitale Kluft zwischen Arm und Reich überbrücken.

Das schien auch ökonomisch eine spannende Geschichte zu sein. Indien ist der letzte große Wachstumsmarkt für Smartphones. Überall im Land werden Fabriken gebaut, auch von chinesischen Konzernen. Die 1,3-Milliarden-Menschen-Nation Indien dürfte dieses Jahr die USA als zweitgrößten Smartphone-Markt der Welt ablösen. Im Jahr 2015 wurden 103 Millionen dieser Geräte verkauft, fast 30 Prozent

mehr als im Vorjahr. Es lockt ein gewaltiges Potenzial: Erst 17 Prozent aller erwachsenen Inder nutzen Smartphones — in China beträgt dieser Anteil 58 Prozent.

Das Angebot von Goel und seiner Firma Ringing Bells passte perfekt in diese Situation; die Kunden reagierten euphorisch. Der Server von Ringing Bells brach unter der Last der Vorbestellungen zeitweise zusammen: Rund 78 Millionen Kaufwillige sollen sich registriert haben. Das war im Februar. Dann passierte — nichts.

Der Gründer tauchte monatelang ab. Lieferungen, die für den Juni versprochen

waren, blieben aus. Eine Verabredung mit dem SPIEGEL ließ er platzen.

Dann kamen Zweifel auf: Die Polizei prüfte Vorwürfe, dass es sich um Betrug handele. Der Prototyp, mit dem Goel geworben hatte, entpuppte sich als chinesischer Import, den ein heimischer Wettbewerber namens Adcom unter der Bezeichnung „Ikon 4“ vertreibt — für 4000 Rupien (etwa 54 Euro). Das Logo hatten Goels Leute überdeckt.

War das alles bloß ein Marketing-Gag, mit der die junge Firma letztlich auf ihre anderen — teureren — Produkte aufmerksam machen wollte?

Von Tag zu Tag schrumpfte die Weltsensation. Bis vergangenen Mittwoch Goel auf Anfrage per E-Mail mitteilen ließ, man habe „begonnen“, die ersten 70 000 der Billig-handys in zwei Tranchen zu verschicken — getreu dem „Bemühen“, letztlich alle 200 000 Geräte wie versprochen auszuliefern — „frühestmöglich“.

Das klang auffallend kleinlaut für den Boss, der so bombastische Erwartungen geweckt hatte. Nun räumt die Firma ein: Mit den Geräten, die sie mit Zubehör „von verschiedenen Anbietern“ im nordindischen Haridwar fertigen lasse, habe sie anfangs pro Gerät 950 Rupien (über zwölf Euro) Verlust gemacht. Aber im Zuge „der neu-



„Freedom 251“-Präsentation

Von Tag zu Tag schrumpfte die Weltsensation

en Geschäftspläne stellen wir sicher, dass wir mit den Handys kein Geld verlieren".

Doch wie diese Pläne genau funktionieren sollen, erklärt Goel immer noch nicht. Vielleicht deshalb, weil es keine Erklärung gibt. Für drei Euro lässt sich selbst im Billiglohndland Indien kein Handy kostendeckend herstellen.

Doch der Hype um das 251-Rupien-Phone ist mehr als eine Geschichte um Größenwahn und Scharlatanerie. Denn Indien ist auch ohne das supergünstige Gerät dabei, zur neuen Weltbilligfabrik für Handys aufzusteigen. Und die heimische Branche, die sich über den Marketingbluff des Jungunternehmers zuerst geärgert hat, sieht die Geschichte mittlerweile ziemlich positiv. Immerhin erzählt sie ja auch davon, dass sich Indien unabhängig machen kann von den großen Produzenten in China.

Das gilt auch für die Firma Adcom, bei der Goel sich die Prototypen für sein angebliches Drei-Euro-Handy besorgt hatte. Anfangs ärgerte sich Adcom-Boss Sanjeev Bhatia, dass seine Firma in den Wirbel um das „Drei-Euro-Smartphone“ hineingezogen wurde. Doch inzwischen freut er sich über die unverhoffte Werbung für seine eigene Marke. Bhatia empfängt in seinem Büro in Kriti Nagar, einem Händlerviertel in Delhi.

„In zwei, drei Jahren werden die meisten Mobiltelefone für Indien nicht mehr in China hergestellt werden“, sagt Bhatia. Sondern eben hier in Indien. Und dann dürften die Geräte tatsächlich viel weniger kosten. „Zwar nicht drei Euro“, sagt Bhatia, zu dem Preis könne niemand ein Handy herstellen, „aber etwa ein Viertel weniger als jetzt“.

Um zu zeigen, wie rasant Indien sich zur Handyschmiede wandelt, lädt der Boss in seine kleine, aber wachsende Fabrik ein, sie liegt in einer Nebengasse. Etwa 20 junge Inder in blauem Kittel und mit blauer Kopfbedeckung hocken an einer langen Werkbank. Im faden Neonlicht fertigen sie nicht nur einfache Handys, sondern auch Smartphones wie das nun berühmt gewordene Ikon 4. Kein Arbeiter spricht ein Wort, zu hören ist nur das eintönige Brummen der Ventilatoren.

Die Arbeiter greifen sich die Teile für die Handys wie aus einem Baukasten: Kameras, Lautsprecher, Mikrofone, Bluetooth-Antennen. Das Zubehör löten sie auf winzige Platinen, die in Gehäuse gesetzt und verschraubt werden.

Auf die Kartons werden Sticker geklebt, darauf prangt ein Löwe, das Maskottchen der ehrgeizigen „Make in India“-Kampagne, mit der die indische Regierung das Land zu einem zweiten China ausbauen möchte.

Bis vor einem Jahr führte Bhatia die Billighandys noch fertig aus China ein. Durch die lokale Herstellung spare er jetzt bereits

20 Prozent Kosten, sagt er. Seine Angestellten — sie arbeiten acht Stunden an sechs Tagen — verdienen durchschnittlich je 10000 Rupien (134 Euro) im Monat. Das ist deutlich weniger als in China, der alternden Weltfabrik, wo die Löhne seit Jahren steigen.

Demnächst will Bhatia sein Personal verzehnfachen. Das dürfte ihm nicht schwerfallen: In Indien herrscht Überfluss an Niedriglöhnern. Zwei Drittel der Bevölkerung sind jünger als 35 Jahre. Jedes Jahr drängen rund zehn Millionen Menschen neu auf den Arbeitsmarkt.

Die Geschichte von den indischen Handys ist auch eine vom Wissenstransfer in der Globalisierung. Auf der Suche nach immer billigeren Arbeitskräften brachten die Japaner einst den Taiwanern bei, wie man Handys fertigt. Die Taiwaner unterwiesen die Festlandchinesen. „Und nun lernen wir Inder von den Chinesen“, sagt Bhatia.

Dass Indien zur Massenfabrik für Handys aufsteigt, deutet sich schon länger an: Foxconn, der taiwanische Zulieferer von Apple, hat angekündigt, bis 2020 in Indien ein Dutzend neuer Fabriken mit bis zu einer Million Beschäftigten bauen zu wollen.

Wer in diesen umkämpften Markt einsteigt, muss sich schon etwas Besonders einfallen lassen, um auf sich aufmerksam zu machen. Zumindest dieses Ziel hat Neugründer Goel mit der Aufregung um sein Drei-Euro-Handy erreicht.

Ringling Bells residiert in kargen Büros in einem Hochhaus bei Delhi. Am Eingang grüßt Ganesha, der Hindu-Gott mit dem Elefantenkopf; er soll helfen, Hürden zu überwinden. Ein Öllämpchen brennt davor.

Und wie geht es auf Dauer weiter mit dem Billighandy? Diese Frage versucht der Marketingchef zu beantworten. Er nennt sich Prasun und trägt ein schwarzes T-Shirt: „Alles läuft nach Plan“, beteuert er.

Doch warum präsentierte Ringling Bells anfangs einen Prototyp, bei dem es sich um ein Konkurrenzprodukt gehandelt hat? Prasun: „Wir wollten den Leuten eine Idee vermitteln, was für ein Smartphone sie etwa erwartet.“ Und wie will die Firma auf Dauer Geld verdienen?

Prasun verweist vage auf „innovative Finanzierungsmodelle“. Offenbar hofft die Firma, Kunden für andere, teurere Handys zu gewinnen, die sie ebenfalls im Angebot hat. Prasun breitet Hochglanzbroschüren aus, zu sehen ist eine Palette marktüblicher Smartphones. Sie kosten ein Vielfaches von „Freiheit 251“.

Zum Abschied verspricht er: „Wir wollen allen Indern helfen, in die digitale Welt einzutreten.“ Nur die Preise, die die meisten für ihre Smartphones bezahlen müssen, dürften am Ende weit höher liegen als drei Euro.

Wieland Wagner

