

Technologie

Die Glotze in der Tasche

Seit 1987 trifft sich die Telekom-Branche einmal im Jahr auf dem 3GSM World Congress. Über Handy-Designs, Zukunftstechnik und Trends diskutierten die Experten heuer erstmals nicht in Cannes, sondern in Barcelona.

Klaus Lorbeer

Der Umzug hat dem 3GSM World Congress nicht geschadet. Nach 18 Jahren in Cannes wurde der Telekommunikationstreff diesmal in Barcelona abgehalten. Die Veranstalter verzeichneten mit 962 Ausstellern und 34.900 Besuchern am ersten Messetag (im Vergleich zu 24.300 im Vorjahr) einen Zuwachs von 40 Prozent. Insgesamt besuchten über 50.000 Besucher den 3GSM-Kongress.

UMTS-Turbo

Auf der Messe und in der Telekom-Branche stehen alle Zeichen auf Wachstum: Nokia-Chef Jorma Ollila erwartet ein weltweites Wachstum des Handy-Marktes von rund 25 Prozent. Thomas Ganswindt, Vorstand des Bereiches Siemens Communications, schätzt, dass

es im Jahr 2008 doppelt so viele Mobilfunknutzer wie Festnetzkunden geben werde.

Egal ob Geschäfts- oder Privatanwender: Neue Technologien lassen sich am besten mit durchdachten und funktionell wie visuell ansprechenden Endgeräten demonstrieren. Hier überraschte Benq Mobile auf dem 3GSM Congress mit der Ankündigung des ersten HSPA (High Speed Packet Access)-Handys. Das EF91 ist eines von drei neuen Endgeräten, die unter der Marke Benq-Siemens vertrieben werden. Es soll im Juni erhältlich sein.

Bei HSDPA (High Speed Downlink Packet Access) handelt es sich um einen UMTS-Turbo, der beim Download eine Datenrate von maximal 3,6 Megabit pro Sekunde (derzeit 1,8 Megabit) und beim Upload 384 Kilobit pro Sekunde ermög-



Multimedia auf dem GSM-Kongress: Benq Mobile setzt mit dem EF51 (links) auf Musikgenuss. Grundig Mobile stellte ein Sechsmegapixel-Fotohandy für den Videofan vor. Foto: Benq, Grundig

licht. Damit kann jetzt auch unterwegs vom tragbaren Endgerät aus bequem im Internet gesurft werden.

Die Technik ist das eine, Design das andere. Dass die Technik das Design der Handys bestimmt, glaubt Ignacio Germa, Design-Chef bei Motorola, nicht: „Technik kann uns helfen, etwas Neues zu verwirklichen.“ In der Vergangenheit habe die verfügbare Technik allerdings meist behindernd gewirkt, gibt der Designer zu. Heute jedoch sehe er eine ausbalancierte Situation zwischen Technik und Möglichkeiten und spricht von „Design-driven Technology“, wo das Design bestimmend sei.

Gegenwärtig arbeitet Germa an neuen Formfaktoren abseits der üblichen Formen Candy-Bar („Schokoriegel“), Clamshell (Klapp-Handy) und Slider (Schiebe-Handy). Wie diese aussehen werden, war ihm allerdings nicht zu entlocken. Allerdings werde der Formfaktor auch durch die Funktionalität bestimmt, und hier gehe der Trend ebenfalls in Richtung Datenkommunikation. Germa: „Das Produkt ist wichtig, aber auch die Services und der Inhalt. Man braucht neue Enabler wie Wi-Fi oder HSDPA.“

Apropos Design: Die Entwicklung eines Ultra-Low-Cost-Handset (Ulch) war ebenfalls ein Thema in Barcelona. Was genau unter einem Ulch zu verstehen ist, variiert von Hersteller zu Hersteller. Für die einen ist es ein Weg, möglichst schnell die Zwei-Milliarden-Grenze bei GSM-Nutzern zu überschreiten. Die anderen sehen darin Wegwerf-Handys für gesättigte Märkte, und die dritten mei-

nen Handys ohne technischen Schnickschnack, die Entwicklungsländern helfen sollen, den Anschluss in Sachen Telekommunikation zu finden.

TV auf dem Handy

Das Herunterladen von Musik war letztes Jahr Thema, diesen Februar wurde in Barcelona Fernsehen auf dem Handy heiß diskutiert. Klar, wenn mit HSDPA ordentliche Downloadgeschwindigkeiten geboten werden, müssen diese auch mit Services gefüllt werden. Datenkommunikation soll künftig den Großteil des Mobilfunk-Umsatzes ausmachen. Mit Videostreaming gerät man allerdings bald an die Grenzen des Machbaren. Selbst mit neuen Techniken wie MBMS (Multimedia Broadcast Multicast Service), wo ein Videostream ressourcensparend an viele Anwender gesendet wird, ist bei regem Zuspruch bald das Ende der Fahnenstange erreicht. Die Alternative: digitaler Antennenfunk, mit dem die Netze der Mobilfunkanbieter nicht belastet werden.

In Europa stehen zwei Technologien zur Auswahl: T-DMB (Terrestrial-Digital Multimedia Broadcast), das auf den längst beschlossenen Frequenzen des digitalen UKW-Radio-Nachfolgers DAB (Digital Audio Broadcast) fußt, und DVB-H (Digital Video Broadcast-Handheld), das die Handy-Version des digitalen terrestrischen Fernsehens DVB-T ist, das in Österreich ab 2010 das analoge Fernsehen ablösen soll. Während DMB bereits in Korea im Einsatz ist und von den koreanischen Firmen Samsung und LG vehement be-

worben wird, sieht sich DVB-H in manchen Ländern Europas mit nicht genügend verfügbaren Frequenzen konfrontiert. Hierzu müssten zuerst die analogen TV-Sender abgeschaltet werden, was aber noch einige Jahre dauern wird. Deswegen experimentieren viele Länder wie Deutschland, Großbritannien oder Frankreich mit beiden Technologien. Österreich, die Schweiz, Tschechien, Schweden und Finnland haben sich für DVB-H entschieden. Immerhin wird diese Technik von Branchengrößen wie Nokia, Intel oder Texas Instruments unterstützt. Allerdings gab es in Barcelona auch kritische Stimmen zu Handy-TV. So sagte René Obermann, CEO von T-Mobile, dass mobiles TV für bestimmte Marktsegmente sinnvoll sein kann, doch solle man es nicht überschätzen. Auch Gerhard Perschy, Co-Geschäftsführer von Benq Mobile Zentral- und Osteuropa, meldete Zweifel an.

Doch nicht nur die konkurrierenden Standards machen den Telekom-Anbietern das Leben schwer: Microsoft-Chef Steve Ballmer will auf den TK-Markt und stellte in Barcelona seine Konzepte für automatisch auf das Handy weitergeleitete E-Mails (Push-E-Mails), Instant Messaging und Location Based Services (LBS) vor. Darüber hinaus hat Ballmer in einem Interview mit dem US-Nachrichtensender CNN eine Kooperation mit British Telecom und Virgin angekündigt. Ab Sommer wollen die drei Konzerne Live-TV auf dem Handy anbieten.

Tool der Woche

„Family Whiteboard“ nennt die Deutsche Telekom ein digitales Tableau, das sie im Herbst 2006 auf den Markt bringen will. Dieser tragbare Computer soll einerseits die Pinnwand ersetzen: Notizen wie Einkaufszettel, Kochrezepte oder



Mitteilungen können als Text oder Sprachnachricht an Familienmitglieder gepostet werden. Andererseits ist das Gerät ein vollwertiger Computer, der neben Kalender und Adressverzeichnis auch zum Internetsurfen und E-Mails verwendet werden kann. Per WLAN-Funk kann der Nutzer auch über die Basisstation bis zu einer Entfernung von 30 Metern im Internet surfen, E-Mails empfangen oder auch SMS, Bilder (MMS) und Videos verschicken. Voraussetzung ist ein Breitband-Internet-Zugang. Das Tableau kann ebenso verwendet werden, wenn gleichzeitig eine zweite oder dritte Person über den PC den Internet-Zugang nutzt. Statt einer Tastatur verfügt der etwa DIN-A5-große Rechner über ein Acht-Zoll-Display. Über das Display werden mit einem Stift die Programme angewählt und die Texte verfasst. Derzeit wird das Gerät von etwa 200 Familien in Deutschland auf Praxistauglichkeit getestet. Vom Funktionsumfang her ist das Whiteboard ähnlich dem Nokia-Tableau (770), das kürzlich auf den Markt gebracht wurde. Das weit weniger als ein Kilo schwere Tableau, das unter der Haube eine Festplatte mit 20 Gigabyte hat, soll unter 500 Euro in den Handel kommen. *jake* Foto: Deutsche Telekom