

Essen:
**Schlemmer im
Abseits**
Dossier ab Seite 25

Konservieren:
**Wer da noch Lust
auf Essen hat**
Forschung Seite 3

Hören:
**60 Jahre
rauschfreie Musik**
Technologie Seite 7

Arbeiten:
**Spaßkiller
Überstunden**
Leben Seite 29

Neue Euphorie der Mobilfunkler

Milliardenbeträge haben die Mobilfunkunternehmen in den vergangenen fünf Jahren in die neuen UMTS-Handy-Netze investiert. Multimedia auf dem Handy war bisher ein Flop. Pauschaltarife, Datenkarten und neue Handys sollen endlich die Wende bringen.

Thomas Jäkle

Über 1000 Mrd. Euro haben die Mobilfunkbetreiber weltweit in UMTS investiert. Alleine für die Lizenzen legten die Mobilfunkbetreiber Milliardenbeträge auf den Tisch. Über die Handy-Netze der sogenannten dritten Mobilfunkgeneration sollten die Bilder laufen lernen. Internet, Videos, Fernsehen, Chatten sowie Local Services sollten immer und überall möglich sein.

Unter dem Strich ist die Bilanz heute eher ernüchternd. Telefonieren und SMS sind noch immer die Hauptfunktionen, die von den Kunden genutzt werden. Multimedia auf dem Handy, bis auf Musik und Klingeltöne – ein Flop! „Die Netzbetreiber haben schlichtweg Dinge angeboten, die die Kunden aber so nicht haben wollten“, erklärt Frank Rothauge, Analyst für die Telekom- und Internet-Branche beim Bankhaus Sal. Oppenheim in Frankfurt den UMTS-Start mit angezogener Handbremse. Die Wirklichkeit hinke den einstigen Prognosen halt noch immer hinterher.

Das Jahr 2007 könnte allerdings die lang ersehnte Wende bringen. Sanierungen und Sparprogramme sind bei den meisten Netzbetreibern abgeschlossen. Nachrüsten (mit HSDPA) heißt die Devise. Die UMTS-Netze werden mit Bandbreiten von bis zu 7 Megabit pro Sekunde um bis das Sechsfache wesentlich schneller werden. Dadurch soll auch die Qualität verbessert werden.

Österreich nimmt hierbei eine Vorreiterfunktion ein, wie sowohl Rothauge als auch der neue T-Mobile-International-Chef Hamid Akhavan meinen. Der Verkauf von Datenkarten, mit denen die Nutzer vom Laptop-PC aus einen schnellen Zugang zum Internet erhalten, boomt nirgendwo so stark wie



in der Alpenrepublik. „Die Tarifstruktur stimmt noch nicht“, warnt Rothauge vor allzu früher Euphorie. Eine Flatrate von 30 bis 35 Euro pro Monat mit einer großzügigen Download-Obergrenze könnte das mobile Internet attraktiver machen. „Die Preise müssen sich auf dem Niveau von Breitbandanschlüssen einpendeln, dann wird UMTS erst richtig abheben.“

Zu hohe Tarife

Tatsächlich liegt der Haken derzeit noch bei den Kosten, wenngleich die Betreiber mit sogenannten Gratisangeboten großzügig Lockrufe verbreiten. Die Roaming-Tarife sind ebenso noch extrem hoch. Für Intensivnutzer werden die niedrigen Download-Limits zur Kostenfrage. Die Netzabdeckung hingegen wird heuer kein Hindernis mehr darstellen, außer für die Nutzer in abgeschiedenen Regionen, wo es noch einige Zeit dauern wird, bis Breitband via

Handy-Netz dort ebenfalls verfügbar sein wird.

T-Mobile-Technikvorstand Günther Ottendorfer glaubt, dass auch das Handy-Surfen heuer, spätestens im kommenden Jahr, den großen Durchbruch schaffen wird. „TV oder Videos können künftig in einer Qualität empfangen werden, wie man sich das erwünscht.“ Chip-Hersteller Texas Instruments hat diese Woche auf der 3GSM-Mobilfunkmesse in Barcelona Prozessoren präsentiert, die Multimedia auf dem Handy in bester Qualität unterstützen. „Es hat sich alles langsamer entwickelt, als sich die Branche das gedacht hatte“, räumt Ottendorfer ein. „Multimedia wird aber auch via Handy kommen.“ Erste Ansätze mit der Google-Such-Funktion auf dem Handy, Games und Musikangeboten sowie Navigationsdiensten lassen die Branche wieder hoffen.

Fortsetzung auf Seite 2

Ohne Geschmack

Es wird gefeiert. Da schaut manch einer mal großzügig darüber hinweg, ob er einen Riesling oder Grünen Veltliner trinkt. Bei Sekt mit Honigflavor, Wiener Schnitzler mit Süßaroma oder Bier mit Gummi-Bärl-Geschmack hört sich der Spaß aber auf. Da mutet der vom US-Partygirl, im Hauptberuf Hotelierin, beworbene Prosecco aus hochalpiner Tiroler Provenienz geradezu als Delikatesse an, auch wenn er in einer Blechdose haltbar verpackt wird. Dass Geschmacker verschieden sind, der Kunde mal da und dort über gewisse Dinge hinwegsieht, das weiß die Lebensmittelindustrie nur allzu gut. Aromastoffe machen Lebensmittel schmackhafter. Fritten und Schokolade bekommen da gleich ein ganz anderes Aroma. Der Konsument will das angeblich so. Der Konsument als Souverän? Es ist doch in Wirklichkeit wie beim Kleingedruckten in Handy-Verträgen. Das liest ja genauso wenig jemand wie die Liste der Aromastoffe auf den verpackten Lebensmitteln. Hauptsache, es ist günstig und schaut halbwegs ordentlich aus.



Thomas Jäkle



stark starten

Von der Geschäftsidee zum eigenen Unternehmen.

Ein Unternehmen zu gründen ist ein aufregender Schritt. In dieser Situation brauchen Sie vor allem klare Informationen, praktische Hilfe und Berater, die dranbleiben.



kostenlose Beratung: 02622 / 26 3 26 - 0

www.riz.at