

Technologie

Notiz Block



Google verstärkt Software-Ambition

Die führende Internet-Suchmaschine Google ist ihren großen Rivalen stets einen Schritt voraus – und dabei äußerst profitabel. Auf der Aktionärsversammlung kündigte der Google-CEO Eric Schmidt den „nächsten Schritt in der Evolution“ des Unternehmens an: Google werde sich auf die drei großen Säulen „Internet-Suche, Anzeigen und Anwendungen“ konzentrieren. Der neue Fokus auf Anwendungen hat bei Microsoft bereits einige Unruhe ausgelöst. Der weltgrößte Software-Konzern muss nach Ansicht von Beobachtern diese Aussage als direkte Kampfansage werten. Mit einer Reihe von Anwendungen wie einem Kalender- und E-Mail-Programm sowie einem Online-Office-Paket hat Google in den vergangenen Jahren damit begonnen, sein Portfolio für Software sukzessive auszubauen. Damit trat Google erstmals in das Kerngeschäft der Firma von Bill Gates und Steve Ballmer ein. Die Chefs von Microsoft wurden immer wieder davon überrascht, wie die Google-Truppe eine Web-Anwendung nach der anderen online stellte. Im Gegenzug hatte es Microsoft trotz gewaltiger Investitionen nicht geschafft, dem Rivalen im Suchmaschinen- und Online-Werbe-markt Paroli zu bieten.

Spam-Filter für VoIP-Telefonate

Wissenschaftler des Instituts für Informatik an der Universität Potsdam arbeiten an einer Schutzlösung zur Vermeidung unerwünschter Anrufe über VoIP (Spam über IT, Spit). Derzeit werden Filterlösungen entwickelt, die einen besseren Schutz gewährleisten sollen, indem prognostiziert wird, ob ein eingehendes Telefonat ein Werbeanruf ist. Der zweite Ansatz ist, dass der Angerufene entstandene Kosten einfordern kann, wenn er einen Spam-An-

ruf erhält. Damit sollen die unerwünschten Werbeanrufe für den Spammer teuer und somit unattraktiv gemacht werden. „Der erste Schritt bei der Spam-Erkennung ist die Analyse des Telefonieverhaltens des Anrufers“, meint der Forscher Stefan Liske. Über dieses kann der VoIP-Provider nun eine Prognose erstellen, mit welcher Wahrscheinlichkeit es sich um einen Spam-Anruf handelt. Diese Informationen werden an den Angerufenen weitergegeben, der schließlich entscheidet, ob er das Gespräch mit Kosten belegen will. Allein durch die Reaktion des Anrufers auf die Kostenansage kann wiederum auf dessen Absichten rückgeschlossen. Auf diese Weise wird ein Reputationssystem aufgebaut, das Spammer zuverlässig erkennen soll. Die Software wurde auf der Grundlage bereits bekannter Abwehrmaßnahmen programmiert und lasse sich leicht auf bestehende VoIP-Architekturen übertragen.

Elektronische Post im Vormarsch

E-Mail erobert rasant die private Kommunikation der Europäer. Rund drei Viertel der Niederländer, Dänen und Schweden zwischen 16 und 74 Jahren nutzen bereits den elektronischen Postweg für private Zwecke – ebenso wie 60 Prozent der Deutschen und 52 Prozent der Österreicher. Internetfähige Handys, Mini-Computer und schnellere Online-Zugänge treiben die Entwicklung voran, heißt es in einer aktuellen Studie des deutschen Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom). Das Schlusslicht der E-Mail-Nutzer bilden die Länder im Osten und Süden Europas. So liegen etwa Griechenland und Rumänien mit 17 und 16 Prozent weit abgeschlagen auf den letzten Rängen, während die Niederlande als Spitzenreiter im E-Mail-Verkehr mit 76 Prozent gefolgt vom europäischen Norden. APA/pte

Chat soll SMS beerben

Mit Bing bringt Sms.at eine plattformunabhängige Lösung.

Klaus Lackner

Obwohl der SMS-Boom ungebrochen ist, zeichnet sich eine Sättigung des Markts ab. Grund genug für die heimische Internet-Plattform Sms.at, auf den Trend zu mobilem Internet aufzuspringen und eine neue Lösung für den Nachrichtenaustausch auf dem Handy anzubieten. „Man sieht, wer gerade online ist, die Zustellung der Nachrichten erfolgt in Echtzeit, und im Gegensatz zu den klassischen Kurznachrichten kann auch in der Gruppe gechattet werden“, erklärt Projektleiterin Sonja Langer.

Der mobile Instant Messenger „Bing“ funktioniere weltweit unabhängig vom Netzbetreiber und ermögliche den Anwendern die Kommunikation mit dem Freundeskreis zu einem Bruchteil der herkömmlichen SMS-Kosten. Durch die starke Komprimierung könnten um den Preis einer SMS (20 Cent) bis zu 800 Nachrichten verschickt werden, so Langer. Voraussetzung sei ein mobiler Internet-Zugang (Datendienst) und ein javafähiges Handy.

Bing sei im Gegensatz zu den Kurznachrichten nicht auf eine bestimmte Zeichenanzahl limitiert und darüber hinaus kompatibel mit klassischen Internet-Messaging-Diensten wie MSN, ICQ oder AOL. Die Software selbst ist kostenlos, verrechnet würden lediglich die üblichen



Vor allem Jugendliche beherrschen eine Handy-„Klaviatur“ wie im Schlaf. Deshalb soll auch Chatten kein Problem sein. Foto: Sms.at

Kosten für den Datentransfer durch die Mobilfunkbetreiber. Eine hausgemachte Konkurrenz für die eigenen SMS-Dienste sieht Geschäftsführer Jürgen Pansy in dem neuen Angebot nicht. „SMS wird selbstverständlich weiter genutzt werden, immer dann, wenn ich eine Nachricht senden möchte, ohne eine unmittelbare Antwort zu erwarten“, ist der Geschäftsführer überzeugt.

Multimedia-Inhalte folgen

Finanziert werden soll der neue Dienst über Werbung, auch wenn dabei Vorsicht geboten sei. „Wir müssen zuerst eine kritische Masse erreichen, darum nähern wir uns dem Thema sehr zaghaft“, erklärt Pansy. Der internationale Roll-out werde in ausgewählten Märkten gestartet, geplant sei mittelfristig

auch die Erweiterung der Kommunikationsmöglichkeiten um Fotos und andere multimediale Inhalte. Heuer stehen laut den Angaben rund 500.000 Euro für die Entwicklung zur Verfügung, darüber hinaus gebe es auch Zusagen für Förderungen.

Zielgruppe sind die 14- bis 19-Jährigen, bei denen mit dem Internet-Portal Sms.at eine Reichweite von 45 Prozent erzielt wird, beruft sich das Unternehmen auf Zahlen der Österreichischen Webanalyse (ÖWA). Bis Jahresende erwarte man bis zu 100.000 aktive Nutzer.

Sms.at gehört heute zum britischen Konzern I-Touch, der wiederum vor Kurzem vom japanischen For-side.com-Fund übernommen wurde, und gehört nach ÖWA mit 800.000 Nutzern zu den zehn größten heimischen Internet-Plattformen.

Wie funktioniert ...

... ein Glucose-Messgerät



Ein Glucose-Messgerät ist etwa so groß wie ein Textmarker und kostet zirka 100 Euro. Steckt man einen Messstreifen mit Bluts tropfen hinein, ermittelt es die Glucose-Konzentration im Blut und verschickt den Wert via Bluetooth an ein handelsübliches Mobiltelefon. Dieses darf einige Meter entfernt sein. Auf dem Handy läuft eine Software, die den Messwert an einen Server weiterleitet. Schwachen Patienten wird der Wert mittels Sprachausgabe vorgelesen. Zudem können mit dem Programm weitere Daten erfasst

werden. Insbesondere Angaben über Nahrungsaufnahme, Medikamentendosierung und sportliche Betätigung können gesammelt werden. Alternativ kann die Eingabe auch via Computer erfolgen. An einem Server werden die erhobenen Infos gesammelt und daraus ein Diabetikertagebuch erstellt. Der Patient verwaltet alle Passwörter selbst und kann etwa seinem Arzt oder Angehörigen Zugang gewähren. Bei auffälligen Messwerten werden Patient, Arzt und/oder Angehörige per SMS und E-Mail alarmiert. Daniel AJ Sokolov