

MOBILEnews KW 35

Mobilfunkkunden sind Schnäppchenjäger

Die Kundenbindung beim Mobilfunk ist schwach: 4 von 5 Deutschen planen innerhalb der nächsten 6 Monate den Netzanbieter zu wechseln. 58% der Kunden würden ihren Handyvertrag für einen günstigeren Tarif kündigen. Jeder 5. denkt an einen Wechsel, weil das Mobilfunknetz oder das Handy unzuverlässig ist. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Internet-Trendumfrage der Unternehmensgruppe Steria Mummert Consulting und des Spezialisten für Umfrage- und Beschwerdemanagementsoftware Inworks.

Fast 90% der Bevölkerung sind mittlerweile mobil erreichbar. Trotzdem haben es die UMTS-Geräte nach wie vor schwer, sich gegen die GSM-Technik durchzusetzen. Nur 6% der Umfrageteilnehmer geben an, ein UMTS-Handy zu besitzen. Fast 65% haben sich für ein GSM-Gerät entschieden. Auch die MMS-Dienste kämpfen mit Schwierigkeiten. Zwar nehmen 3 von 10 Befragten Fotos und Videos mit ihrem Handy auf, aber nur 19% versenden das aufgenommene Material. Ebenso bleiben Nachrichtendienste und der E-Mail-Empfang bislang Dienste für die Minderheit. Der Siegeszug der SMS hält dagegen weiter an: Neben dem Telefonieren nutzen 87% der Umfrageteilnehmer das Handy, um SMS zu verschicken.

Um der drohenden Abwärts-Preisspirale zu entgehen, suchen die Telco-Anbieter nach Wegen, ihre Stammkunden zu halten. Kundenbindungsprogramme und Kundenbeziehungsmanagement stehen für mehr als drei Viertel der Telekommunikationsunternehmen ganz oben auf der Agenda. 56% der Fach- und Führungskräfte der Telco-Unternehmen geben beispielsweise mehr Geld für die Entwicklung neuer Produkte aus. 59% nennen die Produktpalette und -entwicklung als wichtigste Herausforderungen der kommenden 12 Monate. Das ist das Ergebnis der Studie «TELCO Trend» von Steria Mummert Consulting und Inworks.

Türken stehen bei Handy-Downloads auf Liebesgedichte

Andere Länder, andere Sitten: Die bei Handynutzern beliebten Downloads variieren je nach Land. Diese Beobachtung macht Europas grösster Handy-Multimediaanbieter Jamba. Die Spanier laden vor allem Musik herunter, die Engländer wollen Spiele und die Türken bevorzugen Liebesgedichte, wie Jamba-Sprecher Tilo Bonow im Gespräch mit der Nachrichtenagentur APA sagt. Das grösste Wachstumspotenzial sieht Jamba bei den Video- und Antiviren-Downloads sowie bei mobilen Zahlungslösungen.

Jamba ist in 20 Ländern aktiv und zählt registrierte User in zweistelliger Millionenhöhe. Ein stark wachsender Markt ist laut Bonow Osteuropa. Dort orientieren sich die Preise für Downloads an der örtlichen Kaufkraft. So kostet ein Musikdownload 2 Euro, verglichen mit den in Westeuropa verlangten 5 Euro. Dass die Downloads von Logos und Klingeltönen die Jugendlichen in die Schuldenfalle treiben, verneint Bonow. Den Löwenanteil an der Handyrechnung machten Telefongespräche und SMS aus, Downloads folgten erst an 3. Stelle.

Australisches Militär per SMS auf Rekrutensuche

Angesichts drängender Nachwuchsprobleme greifen die australischen Streitkräfte jetzt zu einer zeitgemässen Taktik: Junge Leute erhalten vom Militär künftig Werbe-SMS, um sie für einen Job als Soldat zu begeistern. Dies berichteten australische Zeitungen am Sonntag. Bürgerrechtler kritisieren die Aktion, weil dadurch die Privatsphäre gefährdet werde. «Wir verstehen die Nöte des Militärs, halten dies aber nicht für einen angemessenen Weg zur Lösung», sagte der Sprecher der Organisation Civil Liberties Australia, Anthony Williamson, dem australischen Radiosender ABC.

Notebook Mobil™ - mobiles Computing an Schulen

Schulen und andere Bildungsinstitutionen stehen heute vor der Herausforderung moderne Informations- und Kommunikationstechnologie als selbstverständliches Werkzeug im Unterricht und im Schulalltag zu integrieren. Um diesem Anspruch an Mobilität und Flexibilität gerecht zu werden, setzt man immer mehr Notebooks ein. Die IT-Technologie soll jeweils dort genützt werden, wo sie gebraucht wird. Mit dem Notebook Mobil™ wird dies möglich, ob im Schulzimmer, im Pausenraum oder in der Bibliothek.

Die Lösung für den Transport, den Unterhalt und die Aufbewahrung von Notebooks im schulischen Umfeld wurde in Zusammenarbeit mit Lehrkräften verschiedener Schulstufen entwickelt.

Bis zu 20 Notebooks können in einem gut manövrierbaren Wagen aufbewahrt, transportiert und an den jeweiligen Arbeitsplätzen verteilt werden. In verschiedenen Stauräumen und Schubladen hat es Platz für Peripheriegeräte wie Drucker, Projektoren und Scanner. Die Notebooks werden über ein zentrales Industrienetzteil schnell und sicher geladen. Drahtlose und drahtgebundene Netzwerke werden je nach Anforderung an Bandbreite und Funktion (z.B. Wake-on-LAN) eingesetzt. Softwaretechnische Wartungsarbeiten und Updates können so jederzeit durchgeführt werden.

Das Notebook Mobil™ ermöglicht den flexiblen Einsatz von Notebooks, senkt die Kosten für Umbau, Verkabelung, Installationszeit und Raumaufwand. Der Zugriff auf die moderne Kommunikationstechnologie

bleibt somit nicht länger auf einen einzelnen Schulungsraum beschränkt.

Auch für Fachhochschulen, Messezentren, Hotels und andere Institutionen, die eine Neuausrichtung im Einsatz von IT-Infrastruktur erleben, ist das Notebook Mobil™ die ideale Lösung.

Notebook Mobil™ ist ein innovatives Produkt der Job Factory Basel AG, einem Unternehmen das mit der Umsetzung von neuen Ideen Arbeitsplätze für Jugendliche schafft. Das Resultat sind kunden- und marktorientierte Produkte und Dienstleistungen. Lassen Sie sich überzeugen.

Deutschland: kaum Interesse an Billig-Handys - Nur zwei Prozent wollen sich Diskont-Vertrag anschaffen

Für 61 Prozent der Deutschen kommt ein Billig-Handy nicht in Frage. Zu diesem Ergebnis ist eine Studie des deutschen Marktforschungsinstituts TNS Infratest <http://www.tns-infratest.com/> im Auftrag des Diskont-Mobilfunkbetreibers Talkline <http://www.talkline.de/> gekommen. 22 Prozent der Befragten können sich vorstellen, auf einen Billiganbieter umzusteigen und 8,9 Prozent der Deutschen bezeichnen ihren bestehenden Vertrag als Diskont-Tarif. Vor allem User über 30 Jahren lehnen die Billig-Telefonie oder Handys aus dem Supermarkt ab. Sie glauben, dass Diskont-Verträge nicht weniger kosten, wollen von ihrem gewohnten Modell nicht wechseln oder werden vom mangelnden Service abgeschreckt.

"Die Studie spiegelt ein heterogenes Bild der Handynutzer wieder", so Talkline-CEO Christian Winther. Talkline versuche, sich in allen Kundensegmenten zu positionieren und sei überall bestens aufgestellt, sagt Winther. Mit einem Tarif um 9,9 Cent will Talkline auch den Kunden, die der Diskont-Telefonie skeptisch gegenüberstehen ein attraktives Angebot machen. Konkret planen fast zwei Prozent der Befragten, einen Billigvertrag zu unterschreiben. Besonders beliebt sind diese Handys bei 14- bis 29jährigen. Fast jeder Dritte zieht die Möglichkeit eines Diskont-Anbieters in Betracht. Bisher bezeichnen knapp neun Prozent aller der Befragten ihr Vertragsmodell als Billig-Tarif.

Die 61 Prozent der Deutschen, die Billigtarife ablehnen, haben als häufigsten Grund angegeben, dass sie nicht glauben, dass ihre Handykosten mit Billigtarifen sinken würden. 17,9 Prozent lehnen Diskonthandys ab, weil sie glauben, mit ihrem Prepaid-Handy besser beraten zu sein und 12 Prozent der Befragten wollen keinen Diskont-Vertrag, weil es in den meisten Fällen kein subventioniertes Mobiltelefon dazu gibt. Zehn Prozent der Befragten werden von den geringeren Serviceleistungen der Diskont-Anbieter abgeschreckt. Talkline, eine hundertprozentige Tochter der dänischen TDC Mobile International, hatte Anfang 2005 rund 2,5 Mio. Mobilfunk-Kunden. Sie bietet ihren Kunden einen Tarif an, mit dem man um 9,9 Cent in allen Netze telefonieren kann. Kunden, die der Diskont-Telefonie skeptisch gegenüber stehen, will Talkline locken, in dem sie Prepaid-Handys anbieten, bei denen man zwischen dem Netz von T-Mobile, Vodafone und E-Plus wählen kann.

Handy-TV soll in Deutschland für die WM-2006 bereit sein

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat sich am Montag auf die Durchführung und Koordinierung länderübergreifender Erprobungsprojekte für mobile Rundfunkdienste (z.B. Handy-TV) im DMB- und DVB-H-Standard verständigt. Die Landesmedienanstalten wollen unverzüglich die erforderlichen Verfahren - u.a. bei der Bundesnetzagentur - einleiten, damit notwendige Übertragungskapazitäten für eine Frequenzvergabe möglichst zur Fussballweltmeisterschaft 2006 zur Verfügung stehen. Dies teilte die CLM am Montag mit.

Die DLM empfiehlt den Landesmedienanstalten, die erforderlichen Schritte zur Durchführung der Erprobungsprojekte in den einzelnen Ländern umgehend einzuleiten. Die Landesmedienanstalten wollen mit den Erprobungsprojekten Erkenntnisse über die technische sowie die wirtschaftliche Realisierbarkeit digitaler terrestrischer Rundfunkprojekte erlangen. Hierzu gehören auch die Nutzerakzeptanz bezogen auf die einzelnen Inhalte und damit verbunden die Chancen eines bundesweiten Regelbetriebes. Mit ihren Beratungen hat die DLM den Grundstein gelegt für die länderübergreifende Einführung neuer terrestrischer Übertragungssysteme. Dabei ist es den Landesmedienanstalten wichtig, Technologieneutralität und diskriminierungsfreien Zugang zu gewährleisten. «Der Wettbewerb der Systeme und der Anbieter ist den Landesmedienanstalten ein wichtiges Anliegen. Die einseitige Unterstützung eines Systems oder aber eines Anbieters wäre kontraproduktiv und würde den Digitalisierungsprozess hemmen!», sagte der DLM-Vorsitzende Wolfgang Thaenert.

TeliaSonera kauft drittgrössten Mobilfunkhersteller Norwegens

Der schwedisch-finnische Telefonkonzern TeliaSonera hat die norwegische Vollvik Gruppen und damit den drittgrössten norwegischen Mobilfunkanbieter Chess/Sense übernommen. Wie das Unternehmen am Montag in Stockholm mitteilte, beträgt der Kaufpreis für 91,2% der Anteile 1,62 Mrd. norwegische Kronen (310 Mio. Franken). Je Vollvik-Aktie seien 11,03 Kronen in bar gezahlt worden. TeliaSonera geht davon aus, dass das Betriebsergebnis (EBITDA) durch die Übernahme ab Mitte nächsten Jahres um umgerechnet 135 Mio. Franken höher ausfallen wird. Synergieeffekte würden zum grossen Teil dadurch erreicht, dass die Netze zusammengeschaltet würden und dann besser ausgelastet seien. Der Mobilfunkhersteller Chess/Sense zählte im Juni knapp über 400 000 Kundinnen und Kunden.

Nokia eröffnet sechstes Forschungszentrum in China

Der finnische Handy-Hersteller Nokia hat ein sechstes Forschungszentrum in China gegründet. Das Zentrum in Chengdu in der Provinz Sichuan konzentriert sich auf die Entwicklung von Infrastruktur-Technologien für Handys, wie Nokia am Montag mitteilte. Zu den Kosten wurden keine Angaben gemacht.

Handy-TV: User sind bereit zu zahlen - Passende Inhalte und einfache Preisgestaltung sollen Nachfrage anregen

Fernsehen via Handy erfreut sich entgegen anders lautender Umfragen von Marktforschern offenbar doch großer Beliebtheit. Das geht zumindest aus Ergebnissen eines Handy-TV-Probelaufs des finnischen Handyriesen Nokia <http://www.nokia.com> in Zusammenarbeit mit Digita, Elisa, MTV, Nelonen, Sonera und YLE hervor, die heute, Dienstag, veröffentlicht wurden. Am Test, der zwischen 8. März und 20. Juni 2005 lief, beteiligten sich 500 User im Großraum Helsinki. Demnach sind 41 Prozent der beteiligten Testpersonen bereit, für TV-Sendungen auf dem Handy zu zahlen. Die Hälfte von ihnen hält einen Monatspreis von bis zu zehn Euro für angemessen.

58 Prozent der Testteilnehmer glauben darüber hinaus, dass entsprechende Services zunehmend beliebter werden. Laut Erhebungen von US-Marktforschungsunternehmen lässt das Fernsehen via Handy die User aber eher kalt (pte berichtete: <http://www.ptc.at/pte.mc?pte=050413023>). Die deutsche TV- und Internetwirtschaft setzt dagegen auf die Zukunft des Handy-TV (pte berichtete:

<http://www.presetext.at/pte.mc?pte=050407034>). "Wir gehen davon aus, dass im kommenden Jahr in Europa die technischen, regulatorischen und kommerziellen Voraussetzungen und Rahmenbedingungen geschaffen sind, damit ein Markt für kommerzielle Mobile TV-Dienste entstehen kann. Das erste integrierte Mobile TV-Endgerät von Nokia wird 2006 kommerziell verfügbar sein", so Kai Froese, Manager Mobile TV im Unternehmensbereich Multimedia bei Nokia auf Anfrage von presetext.

In Österreich ist das Mitte Juni 2005 gestartete UrbanTV des UMTS-Anbieters 3 nach Konzernangaben bereits sehr gut angelaufen. Die so genannte Take-Up-Rate sei erheblich über den Erwartungen, hieß es bei 3 gegenüber presetext. Zu den Kundenzahlen wollte 3 aber noch keine Angaben machen. Auch auf dem österreichischen Markt ist also durchaus Interesse für Fernsehen via Handy vorhanden. Das Interesse wird laut 3 mit zunehmender Penetration und größerem Senderangebot noch steigen.

Auf der Beliebtheitskala stehen laut den Testergebnissen neben Familienprogrammen vor allem Inhalte für den kurzfristigen und gelegentlichen Konsum wie Nachrichten und Sportübertragungen ganz oben. So rangieren bei den meist gesehenen Sendungen dem Testlauf zufolge etwa Spiele der Eishockey-WM, Formel 1-Rennen und Champions-League-Übertragungen auf den vorderen Plätzen. Durchschnittlich verbrachten die Testpersonen täglich rund 20 Minuten vor dem Handy-TV. Bevorzugt werden fixe Preismodelle. Interessiert zeigten sich die Teilnehmer aber auch an einem Pay-per-View-Modell.

"Die Nachricht an die Industrie ist klar: Um mit mobilem TV Erfolg zu haben, brauchen wir wichtige und zwingende Inhalte, leicht benutzbare Technologien und einfache Preisstrukturen", sagte Nokia-Manager Richard Sharp. "Wenn diese Elemente gewährleistet sind, wird die Nachfrage der Kunden folgen", so Sharp.

Gerüchteküche um Apple wieder am kochen - Neue iPods und iTunes-Handy von Motorola vor Präsentation

Apple ist für seine perfekt inszenierten Medienauftritte und Produktpräsentationen bekannt. Neu Produktentwicklungen werden wie Staatsgeheimnisse - notfalls auch mit Klagen - geschützt und gegenüber der Fachpresse sind versiegelte Lippen angesagt. Am 7. September hat Apple US-Journalisten zu einem Event nach San Francisco eingeladen. Wie die New York Times (NYT) unter Berufung auf Unternehmenskreise berichtet, könnte dort das lange ersehnte iTunes-Handy von Motorola sowie neue iPod minis präsentiert werden.

"Zu zukünftigen und möglichen zukünftigen Produkten gibt Apple keine Stellungnahme ab", so Gabriela Schneider, Pressesprecherin von Apple Österreich <http://www.apple.at>, in bester Apple-Tradition auf die Anfrage von presetext. Auf das angekündigte Event in San Francisco und die Berichte in US-Medien angesprochen, meint Schneider nur: "Auch Gerüchte kommentieren wir nicht". Das erzeugt Spannung, andere Unternehmen können von solch inszenierten Produktpräsentation nur träumen.

Die Spekulationen reichen vom iTunes-Handy über neue iPod minis bis zu einem Video-iPod. Definitiv hat die kommende Präsentation mit Musik zu tun, so das IT-Portal Cnet. Die wahrscheinlichsten Kandidaten seien das iTunes Handy und ein iPod mini auf Basis von Flash-Speichern. Kürzlich wurde bekannt, dass Samsung Electronics bis zu 40 Prozent seiner Flash-Speicherproduktion für Apple reserviert hat. Das könnte auf einen wesentlich dünneren iPod mini hindeuten. Bisher sind nur im iPod Shuffle Flash-Speicher enthalten.

Ein heißer Kandidat ist auch das iTunes-Handy von Motorola <http://www.motorola.com> , das schon im Rahmen der diesjährigen CeBIT im März das Licht der Telekomwelt erblicken sollte. Die Präsentation wurde aber kurzfristig abgesagt, angeblich durch die Intervention von Apple. Der Computer- und Softwarehersteller

mit Fable für knallige Medienevents fühlte sich offenbar nicht genügend in die Präsentation einbezogen (vgl. pte <http://www.ptc.at/pte.mc?pte=050311014>).

Gemeinden dürfen keine Handy-Antennen verbieten

Die Zürcher Gemeinde Stäfa muss ein Gesuch der Swisscom Mobile für eine Mobilfunk-Antenne behandeln. Der Regierungsrat hat den Rekurs der Swisscom gutgeheissen und das im Mai 2005 verhängte Moratorium der Zürichsee-Gemeinde aufgehoben. In der Begründung weist der Regierungsrat darauf hin, dass aufgrund der Rechtslage und der Bundesgerichts-Rechtssprechung ausschliesslich der Bundesrat für dieses Thema zuständig sei - und zwar im Rahmen der Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung (NISV). Weder der Kanton noch eine Gemeinde dürfen geltendes Bundesrecht ausser Kraft setzen, heisst es weiter.

Das Bundesgericht habe wiederholt die Rechtmässigkeit der NISV und der darin enthaltenen Grenzwerte bestätigt. Das Gericht habe auch festgehalten, dass dem Bundesrat in diesem Zusammenhang weder eine pflichtwidrige Untätigkeit noch ein Missbrauch seines Beurteilungsspielraums vorgeworfen werden kann. Der Gemeinderat von Stäfa hatte im Mai 2005 für die Behandlung und Bewilligung von Antennenanlagen mit nichtionisierender Strahlung ein bis Ende Mai 2006 befristetes Moratorium erlassen und dies mit Bedenken über die möglichen gesundheitlichen Auswirkungen der Strahlung von Antennenanlagen begründet. Stäfa will den Entscheid der Regierung jetzt aber akzeptieren, sagte der stellvertretende Gemeindegemeinschafter Dieter Suter.

Malaysia: Kampf gegen Handy-Pornos - Zensur und Strafen für nicht-konforme Inhalte

Die malaysische Regierung hat die Polizei angewiesen, Mobiltelefone stichprobenartig auf pornographische Bilder zu überprüfen, berichtet die BBC. Die malaysische Zeitung Harian Metro http://www.emedia.com.my/Current_News/HM/hmrevamp hatte berichtet, dass Jugendliche Orgien feiern, sich dabei fotografieren und filmen und diese Bilder dann per Handy austauschen. Der Innenminister Malaysias, Noh Omar, ist besorgt, dass sich diese Praxis ausbreitet, und hat die Polizei zur strengen Kontrolle angewiesen. Wenn sie ein Bild oder eine Filmsequenz findet, muss diese sofort gelöscht werden. Pornographie ist in Malaysia illegal, selbst Kusszenen werden im Fernsehen zensiert. Die Regierung des mehrheitlich muslimischen Landes bestraft den Besitz von pornographischem Material mit 50.000 Ringgit (etwa 10.800 Euro) und maximal fünf Jahren Gefängnis. Auch Internet-Cafes werden kontrolliert und bestraft, wenn ihre Kunden Pornos herunterladen. Wer ein Cybercafe in Malaysia eröffnen will, muss erst eine Kautions von rund 4.000 Euro hinterlegen, wird ein Gast beim Besuch von pornographischen oder nicht-regierungskonformen Seiten erwischt, verliert der Besitzer seine Kautions.

Von der Opposition in Malaysia wurden die neuen Medien als einziges Medium zur Massenkommunikation genutzt, da die konventionellen Medien strenger Zensur unterliegen. Nachdem Malaysia aber strikt gegen nicht-konforme Inhalte vorgeht, befinden sich viele oppositionelle Inhalte auf Servern außerhalb des Landes. Die Regierung Malaysias arbeitet im Gegensatz dazu massiv an der Verbreitung des Internets. Bis 2020 will Malaysia die "Vision 2020 Mahathiers" erreichen. Bei diesem Programm, das Malaysia zu einer der führenden Industrienationen machen soll, spielt der Informationstechnologie-Sektor eine zentrale Rolle.

Handykameras unterstützen Digitalkameraverkäufe - Studie belegt Gateway-Funktion der Kameratelefone

Eine von IDC <http://www.idc.com> durchgeführte Studie zeigt, dass die Nutzung von Handykameras den Verkauf von Digitalkameras fördert. Über 30 Prozent der Besitzer von Kameratelefonen in den USA planen den Kauf einer Digicam, weil sie durch die Kamerafunktion ihres Handys auf den Geschmack der Digitalfotografie gekommen sind. Mobiltelefone fungieren demnach als Einstiegsprodukt und fördern - entgegen dem bisherigen Mythos ihn zu zerstören - den Verkauf von digitalen Kameras. In Westeuropa wurden im vergangenen Jahr rund 25 Mio. Lieferungen von Digitalkameras verzeichnet. Dies entspricht einem konstanten, jedoch bereits abgeflauten Wachstum von 57,6 Prozent. Im Jahr 2003 lag der Zuwachs an Verkäufen bei 96 Prozent.

Während Handykameras eher für schnelle Schnappschüsse verwendet werden, behält die Digitalkamera ihren Status in Bezug auf geplante und qualitativ hochwertige Fotografie. IDC sieht für die Zukunft eine Co-Existenz der beiden Medien und erwartet den Höhepunkt der Digitalkameraverkäufe in Westeuropa mit rund 29 Mio. Lieferungen für das kommende Jahr 2006. Im vergangenen Jahr ist die Zahl der Handys, die eine Fotofunktion beinhalten, auf 69 Prozent angestiegen. Der Reiz an Mobiltelefonen gehe aber weiterhin vielmehr von anderen Zusatzfunktionen wie Videostreams, Radio und Spielen aus. Auch künftig werden die Handykameras nicht imstande sein, mit den Möglichkeiten, der Qualität und der Benutzerfreundlichkeit von Digitalkameras mithalten zu können.

Die größte Zielgruppe für Handykameras sind Konsumenten zwischen 25 und 44 Jahren, wie aus der Studie hervorgeht. Der Hauptgebrauch liegt vor allem in der längerfristigen Archivierung und dem Versenden von Fotos per E-Mail. Das Ausdrucken von Bildern, die auf dem Handy gespeichert sind, hat von verganginem Jahr auf das heurige deutlich abgenommen. Während in 2004 durchschnittlich ein Foto pro Monat von den

Konsumenten gedruckt wurde, ist es in diesem Jahr nur noch eines alle drei Monate. Nach Informationen von Rainer Kaltenbrunner, Research Analyst bei IDC Austria, denken knapp 30 Prozent der europäischen Kunden absolut nicht, dass kamerafähige Handys die Digitalkameras verdrängen werden. - In Deutschland sind sogar über 50 Prozent der Befragten dieser Ansicht, wie Untersuchungen von IDC belegen. Die meisten Digitalkameras in Westeuropa verkauft die Firma Canon <http://www.canon.com> mit einem Marktanteil von 16,8 Prozent, gefolgt von Sony mit 14 Prozent und Olympus mit 12,5 Prozent. Die Hauptmärkte in Europa bilden die Länder Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Spanien und Italien.

Swisscom Mobile erhöht TV-Angebot auf 21 Kanäle

Nachdem Orange auf 1. September ihr UMTS-Angebot in Betrieb nimmt und auch 30 TV-Kanäle anbietet, zieht Swisscom Mobile nun nach. Die seit November 2004 verfügbaren Sender SF1 und SF2, SF Info, MTV, Eurosport, TSR 1 und TSR2, TF1 sowie TSI1 und TSI2 werden um RTL, Sat.1 Schweiz, Pro 7, Vox, RTL2, Viva, N-TV, ARD, ZDF, CNN und Rai Uno erweitert. Wie Swisscom am Mittwoch informierte, bleiben die Preise für das Live TV-Angebot unverändert.

Wer sich kurz fernsehen will, bezahlt für eine Stunde 1.50 Franken. Für 4 Franken kann den ganzen Tag Live-TV genutzt werden. Regelmässigen Nutzern von Live-TV empfiehlt Swisscom Mobile, sich das Monatsabo mit unbeschränktem Zugang für 16 Franken zu besorgen. Um das TV-Angebot von Swisscom Mobile zu sehen, braucht man UMTS- und/oder EDGE-kompatible Endgeräte. Wie Swisscom weiter mitteilte, nutzen etwa 20 000 Abonentinnen und Abonenten regelmässig das TV-Angebot.

Service-Rufnummer 0900 bringt neues Marktpotenzial für Mehrwertdienste - Eingeschränkte Erreichbarkeit über Mobilfunk muss beseitigt werden

Bonn (pte/02.09.2005/07:00) - Ende des Jahres werden die 0190-Service-Rufnummern in Deutschland eingestellt. An ihre Stelle treten die 0900-Gassen. Seit etwa einem Jahr können die Anbieter von Mehrwertdiensten und Netzbetreiber die Zuteilung von Nummern-Kontingenten bei der Bundesnetzagentur <http://www.bundesnetzagentur.de> beantragen. "0900 bietet eine größere Flexibilität bei der Abrechnung und ermöglicht neue Geschäftsmodelle. So sind wir beispielsweise in der Lage, die Anrufe verschiedener Teilnehmer zu derselben 0900-Nummer unterschiedlich abzurechnen, je nachdem ob es sich um einen Gold-, Silber- oder Bronzekunden aus Sicht des Dienstleisters handelt. Denkbar sind auch Anwendungen in der Touristikbranche, bei denen eine Reservierungsgebühr gleichzeitig mit dem Telefonanruf zur 0900-Nummer abgerechnet wird", erläuterte Christian Plätke vom Kölner Netzbetreiber Intellegence <http://www.intelegence.net> im Gespräch mit presstext.

Auch nach Einschätzung des Düsseldorfer Abrechnungsspezialisten acoreus <http://www.acoreus.de> bieten die Rufnummerngassen das Potenzial für einen Milliardenmarkt, die nichts mit Erotik zu tun haben. "Eine Vielzahl von Erotikdiensten wird bislang über die 0190-Gasse angeboten und hat dafür gesorgt, dass diesen Diensten teilweise ein unseriöses Image anhängt. Mit der völligen Umstellung auf die 0900er Rufnummern kann sich das ändern, denn künftig könnten die neuen Rufnummern vorwiegend für innovative Dienste stehen, etwa für den Kauf von Theaterkarten oder für Recherchedienste im Internet, die über eine Service-Hotline in Auftrag gegeben werden", so acoreus-Vorstandschef Omar Khorshed.

Ein großer Vorteil entstehe nach Einschätzung von Branchenexperten vor allem beim Verbraucherschutz. Bei Beschwerden über die missbräuchliche Nutzung von 0190-Diensten war es durch die wenig transparente Übertragung der Nutzungsrechte für Verbraucher sehr aufwändig, einen direkten Zusammenhang zwischen Nummer und Inhaltenanbieter herzustellen. Die 0900-Datenbank wird direkt von der Bundesnetzagentur verwaltet und ist ständig auf dem aktuellsten Stand: 0900er Nummern müssen direkt vom Nutzer bei der Bundesnetzagentur beantragt werden - so ist die Datenbank der Behörde immer aktuell und kann bei Beschwerden schnell den Inhaltenanbieter nennen", so Christoph Kurpinski, Vorstandschef der Deutsche Telefon- und Marketing Services AG (dtms) <http://www.dtms.de> in Mainz.

Auch bei der Zuordnung der Dienste habe der staatliche Regulierer neue Wege beschritten: "Die fünfte Stelle der Rufnummer klassifiziert genau die Anwendung. Bei 0900-1 handelt es sich um Informationsdienste, die 0900-3 steht für Unterhaltung, 0900-5 für sonstige Dienste, wozu auch Erotikangebote zählen. Bei 0900-9 geht es um Internet-Einwahlprogramme", erläuterte Kurpinski gegenüber presstext. Die neue Service-Welt, die zu einem Aufschwung der Mehrwertdienste führe kann, habe allerdings noch einen Geburtsfehler, der nach Meinung von Kurpinski bis zum 1.1.2006 schnell beseitigt werden müsse: "Die Mobilfunknetzbetreiber sind gesetzlich verpflichtet, die Zuführung von Gesprächen aus ihren Netzen zu 0900-Rufnummern technisch zu ermöglichen. Aber bislang ist diese Verpflichtung nur ungenügend erfüllt worden. Das ist bei den Verkehrszahlen aus den Mobilfunknetzen und der wachsenden Bedeutung von Handys nicht nachzuvollziehen", kritisiert der dtms-Chef.

Auch für den Intellegence-Geschäftsführer Plätke ist die eingeschränkte Erreichbarkeit aus den Mobilfunknetzen ein Ärgernis. "Wenn sich das nicht ändert, verschenkt man ein gigantisches Marktpotenzial." Nach einem Spitzengespräch des Verbandes der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM) mit den Mobilfunkunternehmen zeichnet sich allerdings eine Lösung des Problems ab, um den Start der 0900-Dienste nicht zu gefährden.

activeMOBILE Media AG 2005 – All rights reserved