

Zurück in die Zukunft

Die c't wagte 2001 einen Ausblick auf das Internet der kommenden Jahre



Manche IT-Analysten bewerten Techniktrends weit in die Zukunft und üblicherweise einträglich. Die c't prognostiziert in der Regel vorsichtiger und schaut eher auf die nächsten Monate. In der c't 6/2001 verlockten CeBIT und ein Überall-Internet, doch mal tiefer in die Kristallkugel zu schauen.

Von Rudolf Opitz

Anfang des Jahrtausends war der Kampf um die fettesten Goldminen im Internet in vollem Gange: Funktechniken wie UMTS, WLAN und Bluetooth standen in den Startlöchern, Mobiltelefone wurden smarter und im Silicon Valley bastelte man am überall und immer verfügbaren „Evernet“. Doch welche Geräte sollten sich – natürlich per Funk – mit dem weltweiten Datennetz verbinden? Welche Dienste sollten als „Killer-Applikationen“ auf ihnen laufen und viel Geld in die Kassen der Provider spülen?

Jürgen Kuri, Peter Siering und Jürgen Rink schauten in ihrem Ausblick „Kletterhilfen“ auch kritisch auf kommende „Hightech-Toys“ für den „Mount Evernet“. Als Beispiel für einen boomenden Datendienst brachten sie einen, der heute wohl unter diesem Kürzel nur noch Mobilveteranen bekannt ist:

„12 bis 14 Milliarden SMS-Nachrichten wurden 2000 in Deutschland verschickt. Die kurzen Textbotschaften sehen viele inzwischen als wichtigste Nutzungsmöglichkeit ihres Handys an. [...] Der SMS-Boom lässt die Augen der Anbieter glänzen – und nun hoffen sie auf das nächste große Ding.“

Damals kosteten die maximal 160 Zeichen langen Kurznachrichten oft mehr als ein kurzes Handytelefonat und waren

für die Netzbetreiber eine riesige Goldgrube. Mit den ersten Handys mit angesteckter und später eingebauter Kamera wurde aus dem Short Message Service später der Multimedia Message Service, der aber den SMS-Erfolg nicht wiederholen konnte. Auch die für die Winzdisplays der damaligen Handys angepasste WWW-Variante WAP zündete nicht. Hier zeigt sich, dass auch c't-Prognosen mal daneben liegen können:

„Spätestens wenn der japanische Telecom-Riese NTT DoCoMo im Verein mit der E-Plus-Muttergesellschaft KPN das Handy-Internet i-mode nach Europa bringt, werden die Anwender beispielsweise die schlechten Erfahrungen mit WAP schnell vergessen.“

Erinnern Sie sich noch an i-mode? Nein? Macht nichts, Sie haben nichts verpasst. Immerhin beförderten die neuen



Das in den 2000er-Jahren sehr populäre Handy-Internet „i-mode“ stammt vom japanischen Mobilfunkanbieter NTT DoCoMo. E-Plus bot Dienst und passende Handys zwischen 2002 und 2008 in Deutschland an; der Erfolg war mäßig.

Dienste die Entwicklung kleiner, aber leistungsfähiger Mobilgeräte wie den ersten Smartphones, den PDAs und einem Spezialisten, der es zunächst nicht leicht hatte: **„Anbieter wie Gerätehersteller sind gewarnt. Denn wie schnell die Blühträume über die fantastischen neuen Möglichkeiten der immer schnelleren, immer kleineren Rechner mit immer besserem Internet-Zugang platzen können, zeigen die E-Books.“**

E-Book-Reader scheiterten damals an den hohen Gerätepreisen, der geringen Auswahl und dem rigiden Digital Rights Management. E-Books waren kodiert und ließen sich aus Kopierschutzgründen nur auf dem Reader lesen, für den sie gekauft wurden. Taschenbücher konnte man verleihen, E-Books nicht.

Die Idee für ein anderes, heute sehr erfolgreiches Mobilgerät kursierte ebenfalls schon:

„Ein Hersteller nach dem anderen kündigt Webpads an, damit auch ‚PC-scheue‘ Menschen in den Genuss des Internet kommen. Aber bislang stoßen sie zumindest in Europa auf keine allzu große Begeisterung: zu teuer, zu umständlich in der Verbindung zum Internet.“

Aus den Organismen gingen die ersten PDAs mit Browser, E-Mail, WLAN oder sogar Mobilfunk, zum Teil über Ansteckmodule hervor. Beliebt, aber teuer waren die Pocket-PCs mit Windows-Mobile-Betriebssystem. Noch näher an ein WebPad kam Nokia mit dem 2005 vorgestellten 770 mit WLAN, GPS, modernem Webbrowser und Linux-System. Den Durchbruch schaffte aber erst Apple mit dem iPad: Internet für Leute die den PC scheuen. Den Artikel aus 2001 zu kommenden Internetgeräten jenseits des PCs finden Sie wie immer zum Herunterladen [ct.de/y129]. (rop@ct.de) **ct**

„Kletterhilfen“, c't 6/2001, S. 170, als PDF zum Nachlesen : ct.de/y129



Jürgen Kuri, Peter Siering, Jürgen Rink

Kletterhilfen

Hightech-Toys und Trampelpfade

Vom allgegenwärtigen Internet träumen Telecom-Carrier und Gerätehersteller: Sie wollen Geld damit verdienen – und basteln eifrig an neuen Rechnern und Zugangsmöglichkeiten. Die einen preisen PCs als die Ultima Ratio des digitalen Universums, die anderen offerieren ihre neuen Netze gleich mit Geräten jenseits des PC. Der Kletterhilfen für den Mount Everest sind viele, allein, wer soll sie kaufen – und warum?

Allgegenwärtig, überall, immer verfügbar: Das Evernet hört sich für viele PC-Nutzer und Surfer hierzulande noch wie eine ferne Vision an, so sie überhaupt glauben, dieses ubiquitäre Netz sei erstrebenswert. Was sich den Vorstellungen noch entziehen mag, wird aber bald unseren Alltag verändern – möglicherweise, ohne dass wir es anfangs bemerken.

Wie so etwas geschehen kann, wie sehr eine Technik, verbunden mit einem interessanten Angebot, den Alltag durchdringt, hat SMS vorgemacht. Die Kurzbotschaften sind nicht nur Kult, sondern Hilfsmittel

und Alltagswerkzeug. Was als Dienstleistung der Mobilfunkanbieter entstand und anfangs sogar kostenlos war, entwickelte sich zum Milliardengeschäft. Nebenbei produzierte die SMS einen Kult ums Handy – Logos, Klingeltöne und Handy-Modelle sind Ausweise für In-Groups unter den Kids.

Kewl ...

12 bis 14 Milliarden SMS-Nachrichten wurden 2000 in Deutschland verschickt. Die kurzen Textbotschaften sehen viele inzwischen als wichtigste Nutzungsmöglichkeit ihres Handys an. Rund 70 Prozent der Befragten bezeichneten in einer Untersuchung SMS als liebste Beschäftigung. Wo vor einiger Zeit Handy-Besitzer vor allem durch lautes Brüllen ins Mobiltelefon auffielen, findet man heute verklärt auf das Winz-Display starrende Mitbürger, die ihre Finger über die Mini-Tastatur huschen lassen. Der SMS-Boom lässt die Augen der Anbieter glänzen – und nun hoffen sie auf das nächste große Ding. Die Konzerne suchen verzweifelt eine ähnliche 'Killeranwendung' für die neuen Mobilfunknetze und das kommerzielle, allgegenwärtige Internet. Die ist aber bislang nicht in Sicht – und SMS ist auch in anderer Hinsicht wiederum ein schlechtes Beispiel für eine Anwendung im Internet.

Keine garantierten Laufzeiten, ja nicht einmal garantierte Ankunft der Kurzbotschaft beim Empfänger machen SMS nicht gerade zur geeigneten Methode, das Internet auf dem Mini-Terminal zu nutzen. Vorstellungen, per Handy-SMS am Cola-Automaten eine Dose zu ziehen, scheitern an der Ungeduld der Nutzer: Bis die SMS beim Dosen-Diener angekommen ist, hat der Durstige aus Frust schon die nächsten drei bestellt – oder sich ganz abgewendet. Die Dosen fallen ins Leere, und der Kunde soll trotzdem zahlen? Da wird er sich aber freuen.

Andere Techniken müssen her – viele Anbieter hoffen auf den endlich bevorstehenden Bluetooth-Boom. Kombinierte Mobiltelefone mit GSM- oder UMTS- und zusätzlicher Bluetooth-Schnittstelle machen die Kultgeräte zur universellen Marketing- und Verkaufsmaschine unter den Kids. Wer heute nicht