

## **UMTS-Fachkongress am 8. März in Berlin**

**Gerhard Schmid, MobilCom AG:**

### **Vision UMTS**

Als die ersten Autos auf Deutschlands Straßen fuhren, war man einhelliger Meinung, dass diese lauten und stinkenden Dinger völlig überflüssig sind. Ebenso erging es der Schreibmaschine, dem Walkman, der CD, dem Fax, dem Internet und sogar dem Handy – allenfalls vielreisenden Geschäftsleuten wurde ein Handy zugestanden. Den Unkenrufen zum Trotz haben sie Millionenmärkte erobert.

Noch ein Beispiel: Mit 1,8 Milliarden SMS-Nachrichten nahm die deutsche Mobilfunkbranche allein im Dezember 2000 weit über 450 Millionen Mark ein! Wer hätte vor wenigen Jahren gedacht, dass dieser Dienst wirklich mehr bringt als wunde Fingerkuppen. SMS war das erste Angebot in Richtung mobile Multimedia: Die Erfolgsfaktoren sind klar: SMS machen Spaß und sind überall nutzbar.

Noch einen Schritt weiter sind die Japaner: 15 Millionen Nutzer von I-Mode dokumentieren die Faszination, die Mobile Multimedia auf breite Massen ausübt. Eine ähnliche Entwicklung werden wir in Europa erleben: Binnen kürzester Zeit werden Texte mit nur 130 Zeichen ebenso passé sein wie Mobilfunknetze, die so ausgelastet sind, dass in Ballungszentren manchmal die Erreichbarkeit eingeschränkt ist. Wer in solchen Fällen dringend telefonieren will, zweifelt nicht daran: Eine neue Technik braucht das Land.

UMTS ist eine Notwendigkeit, weil diese Technik eine konsequente Fortsetzung der bisherigen Entwicklungen am Telekommunikationsmarkt ermöglicht. Die Einführung von HSCSD und GPRS zeigen schon jetzt, dass die Ära der mobilen Datenübertragung begonnen hat. Doch diese Techniken reizen schon jetzt die Möglichkeiten der GSM-Netze aus. UMTS bietet hingegen Ausbaupotenzial für viele Jahre. Wenn - voraussichtlich im Jahr 2008 - das D-Netz endgültig abgeschaltet wird, ist UMTS endgültig das Maß aller Dinge.

Mit unseren UMTS-Handys liefern wir den Kunden Geräte, die sie einschalten und sofort ins Internet kommen. Und neben dem Internet bieten sie eine Fülle weiterer Funktionen und Dienste, die wir speziell auf den Bedarf unserer Kunden abstimmen. Ein Beispiel dafür sind die sogenannten Location based Services, die den Aufenthaltsort des Nutzers berücksichtigen. Damit wird langes Suchen nach lokal verfügbaren Angeboten – vom Apotheker bis zum Restaurant – überflüssig. Das Endgerät lässt sich sogar zum "Navigieren" durch fremde Städte einsetzen.

Ein weiterer Vorteil unserer Content-Strategie ist die besonders einfache Bedienung: Alle von uns angebotenen Dienste werden mit einer einheitlichen Benutzeroberfläche erscheinen. Während bei den heutigen Diensten im Internet jeder seine eigene Struktur schafft, folgt bei uns die Menüführung stets einem Muster. Damit können problemlos auch die Leute umgehen, die noch nie an einem Computer gearbeitet haben.

Das UMTS-Gerät wird zum unentbehrlichen Begleiter für alle. Es ist Telefon, Telefonbuch, Gelbe Seiten, Terminkalender, Postkasten, Navigationssystem, Auskunft, Bahn-Fahrplan, Kamera, Fotoalbum, Chat-Terminal, Einkaufszettel, mobile Bank, Kinovorschau, Zeitung, Online-Shop, Terminal zum Buchen von Flügen, Konzertkarten und Hotelzimmern und noch einiges mehr, von dem jetzt noch nichts ahnen.

Häufig unterschätzt werden die so genannten "Non Human Devices" im UMTS-Markt: Wenn man heute betrachtet, welche Entwicklungen zum Beispiel bei den Autoherstellern schon seit Jahren laufen, dann ist eines ganz klar: Für die drahtlose Datenautobahn gibt es hier einen riesigen Markt. Via UMTS wird künftig eine kontinuierliche Motordiagnose möglich sein. Dadurch werden Autofahrer zur nächsten Vertragswerkstatt gelenkt, bevor größere Schäden am Fahrzeug auftreten oder gar eine Panne die Fahrt unterbricht. LKW-Fuhrparks werden via UMTS optimal vernetzt sein, um Logistikstrukturen zu verbessern. Hier werden UMTS-Endgeräte gebraucht, die als Teil der Machine-to-Machine-Kommunikation fest in Fahrzeugen und Anlagen installiert sind – ein riesiger Markt, den viele UMTS-Pessimisten völlig übersehen.

Mit einer Investition von 1,6 Mrd. Euro in die Netzinfrastruktur wird MobilCom bis Ende 2003 eine Bevölkerungsabdeckung von 40-50 Prozent erreichen. Fast jeder zweite Deutsche wird also bereits in zweieinhalb Jahren unsere Multimedia-Angebote nutzen können. Und via GPRS-Roaming kann sogar jeder auf unsere Angebote zugreifen. Trotz der hohen Kosten wird UMTS in absehbarer Zeit eine äußerst profitable Investition.

Und wenn Sie mich fragen, was 2015 sein wird, kann ich Ihnen eins versprechen: So wie heute Auto oder Fernsehen zum täglichen Leben gehört, wird mobile Multimedia aus dem täglichen Leben nicht mehr wegzudenken sein. Und bei einer anderen Sache bin ich mir genauso sicher: Es wird sehr, sehr viele Leute geben, die sich schwarz ärgern, weil sie 2001 nicht in die damals noch günstigen Telekommunikationsaktien – insbesondere natürlich MobilCom – investiert haben.