



Finanziell wird die Fussball-WM 2006 ein Supergeschäft, denn an der CeBIT ist wohl jeder zweite Aussteller als Sponsor dieser Veranstaltung zu erkennen



Handys waren an der CeBIT nicht zu übersehen wie diese beiden Modelle am Stand von Benq Siemens sehr schön illustrieren



VoIP, das grosse CeBIT-Thema 2006. Siemens zeigte das SL75 WLAN (l.), das auch E-Mails ohne PC zulässt. Das C450 IP ist VoIP- und DECT-Telefon zugleich

Cebit, 9. bis 15. März 2006, Hannover

Spagat zwischen Consumer und Business

(Fortsetzung von Seite 47) Ein heikles Thema in der Diskussion mit Deutschen Kollegen, denn Deutschland hat ja in dieser Beziehung momentan gar nichts zu Lachen. Das Verbreiten von Zweckoptimismus gehört ja wohl zu jeder Messe, unabhängig der Branche.

Präsent oder nicht präsent: Messen haben es immer schwerer

Wie andere Leitmessen auch muss auch die Cebit mit der Abwesenheit von wichtigen Keyplayern aus der IT-Industrie wie HP, Oracle, EDS und E-Plus leben, dafür machen sich aber die neuen «IT-Firmen» wie Samsung, LG, Panasonic oder Benq mehr als Breit und sind nicht nur in einer Halle zu finden. Von solchen Budgets können andere Hersteller nur träumen. Für Marktführer wie Microsoft, SAP, Intel, Fujitsu Siemens Computers, Toshiba und IBM ist die Cebit nach wie vor ein Pflichttermin, denn die Erwartungen vieler Besucher sind hoch. Und die Konkurrenz im Messewesen schläft nicht. Spezialmessen gewinnen zunehmend an Attraktivität. Ausserdem führen andere internationale Veranstaltungen wie etwa die 3GSM in Barcelona oder die CES in Las Vegas immer mehr klassische Cebit-Gänger in Versuchung. Ein weiterer Trend: Grosse Unternehmen veranstalten ihre eigenen Messen und setzen hier Prioritäten. Die gleichen Beobachtungen sind ja auch bei uns in der Schweiz zu machen. Die X-DAYS mit Microsoft, HP und Orange oder die Cisco EXPO sind Paradebeispiele dafür und hindern diese Firmen an einer Teilnahme an unserer «IT-Leitmesse» Orbit-iEX.

Die fortschreitende Konvergenz ist ein weiteres Problem für die Veranstalter. Klassische IT-Firmen wie HP, Dell, Fujitsu Siemens Computers, Acer, Microsoft, Toshiba und Intel engagieren sich immer stärker im UE-Umfeld. Im Gegenzug machen sich die bekannten UE-Anbieter wie Samsung, LG,

Panasonic, Sony und Philips immer stärker im konvergenten IT-UE-Umfeld breit. Ein Trend der sich noch weiter verstärken wird.

Handlungsbedarf war angesagt, um auch zukünftig die neuen Zielgruppen aktivieren zu können. So fand in der Halle 27 die Sonderschau «Digital Living» statt, die sich mit Themen wie Gaming, Home Entertainment oder HDTV vor allem an Endkunden wendete. Das ist auch voll gelungen, denn am Wochenende war es schlichtweg unmöglich, sich in dieser lärm- und biltzlichterfüllten Halle vernünftig bewegen zu können. Über 150'000 Besucher zogen schlussendlich durch diesen alternativen Discotempel. Dass die Unterhaltungselektronik in die Hallen einzieht, ist sicher die Hannover-Reaktion auf die Entscheidung der Messe Berlin, welche die Internationale Funkausstellung IFA, die grösste internationale Messe für Consumer Electronics, künftig in jedem Jahr ausrichten will und schon letztes Jahr einige der wichtigsten IT-Hersteller als Aussteller begrüssen konnte.

Die Situation ist klar: Die Hersteller von Flach-Fernsehern, Digitalkameras oder MP3 Player setzen in Europa 100 Milliarden Euro um, zweistellige Wachstumsraten inklusive. Es lockt ein sehr attraktiver Markt. Zum Vergleich: Der Markt für Informationstechnik und Telekommunikation – hier wirtschaftet die klassische Cebit-Klientel – wird im laufenden Jahr voraussichtlich um 2,4 Prozent wachsen und auf einen Umsatz von 137,4 Milliarden Euro klettern. Telekommunikation, Informationstechnologie, Heim-, Mobil- und Bürotechnik sowie digitaler Life Style wachsen immer stärker zusammen, womit man die Bereiche künftig nur noch schwer unterscheiden kann.

Die Cebit muss sich in Zukunft wohl eine Frage stellen lassen: Wird sie nur noch zur Spielwiese für Endkunden? Diese Frage ist mehr als berechtigt, denn eine Online-Umfrage des IT-Magazins Computerwoche

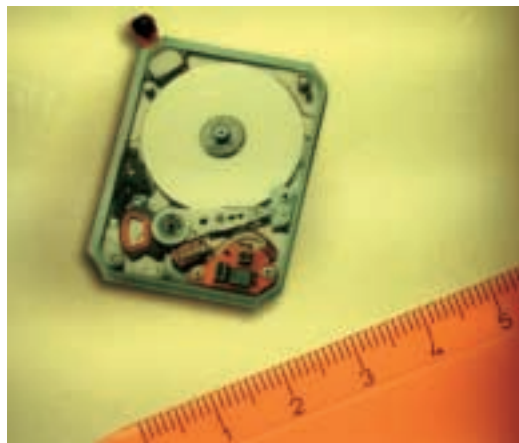
ergab, dass 60 Prozent der Aussteller der Meinung sind, dass Unterhaltungselektronik auf der Cebit nichts zu suchen hat.

Wer kann sich noch daran erinnern, dass Sony vor Jahren sogar seine Spielkonsole Playstation von der Cebit entfernen musste? Denn diese war damals zu nah an der Unterhaltungselektronik, zu profan für die Cebit lauteten die Argumente. Diese Restriktionen sind Geschichte: Das «Centrum für Büro- und Informationstechnik», heute kurz Cebit genannt, wandelt sich immer mehr zu einer Show für die Unterhaltungselektronik.

Die Messeveranstalter müssen in Zukunft zeigen, ob sie den Spagat zwischen internationaler Fachmesse für Profis und Spielwiese für Endkunden tatsächlich schaffen und nicht noch mehr der wichtigen IT-Anbieter – vor allem aus dem Software- und Dienstleistungsumfeld – verlieren. Probleme, die wir ja auch aus unserem Messeumfeld bestens kennen.

Welches waren die wichtigsten Trends

Schwerpunkte der diesjährigen Cebit waren etwa die neue Funktechnik RFID (in einer sehr sehenswerte Sonderschau wurde diese Technologie, welche nicht nur Logistik sondern auch unser tägliches Leben revolutionieren wird, auf sehr anschauliche Weise dargestellt), digitale Unterhaltung (von den neusten Flachbildschirmen über diamantbesetzte MP3-Player bis zu den lautlosen Media Center und den TV-Handys), schnelles Breitband-Internet (wobei hier die mobilen Technologien bereits die Festnetzübertragungsraten übertreffen), Telefonieren übers Internet (VoIP war wohl der Haupttrend vor allem mit mobilen Geräten, welche ohne den PC auskommen) sowie die Verkehrstelematik (GPS war nun wohl an jedem Stand, explizit bei den unzähligen asiatischen Herstellern, zu bewundern). Aber auch Handys und Digitalkameras kamen nicht zu kurz, wie die



Minidisk von Toshiba: mit 5 x 3,2 x 2,4 cm die kleinste Festplatte der Welt mit Kapazitäten von 2 bis 4 GB, schlag- und stossicher und unter 10 Gramm leicht



Tiefer können die PC-Preise nicht mehr fallen. Weit gefehlt, wenn man sich etwas umschauf, so findet man die unmöglichsten Angebote



Am Vortag, Easy to Use: Weshalb braucht man zur Installation eines digitalen Home-Entertainment-Vergnügens eine ganze Crew von Spezialisten?

nachfolgenden Ausführungen noch zeigen werden.

Mobiles TV

Das digitale Fernsehen von den grossen Flachbildschirmen zu Hause über die Verbreitungstechnologien bis zu handlichen mobilen Empfängern, war eines der ganz grossen Themen auf der Messe der Bits und Bytes. Wie man es als Handy-TV ins Hosentaschenformat bekommt, demonstrierten Hersteller wie Nokia, Samsung, LG oder Benq-Siemens mit einer ganzen Reihe seriennaher Kombinationen aus Fernsehempfängern und Mobiltelefonen. Dass der Weg von der Empfängertechnik bis hin zu realen, attraktiven Programmangeboten noch lang und steinig werden kann, steht auf einem anderen Blatt.

Das Download-Angebot über das UMTS-Netz von unterschiedlichen Anbietern war bis jetzt die einzige Methode, um die mobilen Bewegtbilder auf sein Handy zu bekommen. Dass daraus ein begehrter kommerzieller Service wird, muss aber angezweifelt werden, denn die Kosten für das kleine Vergnügen zwischendurch sind einfach zu hoch. Und ob das Betrachten des WM-Spiels Schweiz gegen Togo den wirtschaftlichen Durchbruch bringen wird, steht in den Sternen. Vor allem dann, wenn man sich im Klaren ist, dass der Ball bei einer Totaleinstellung gerade mal ein halbes Pixel gross ist und somit dargestellt wird oder eben nicht.

Weit besser stehen die Chancen für das echte Mobilfernsehen, welches über die digitalen Rundfunk-Infrastrukturen nach den Standards DVB-T (Digital Video Broadcasting – Terrestrial) oder DMB (Digital Multimedia Broadcast) ausgestrahlt werden.

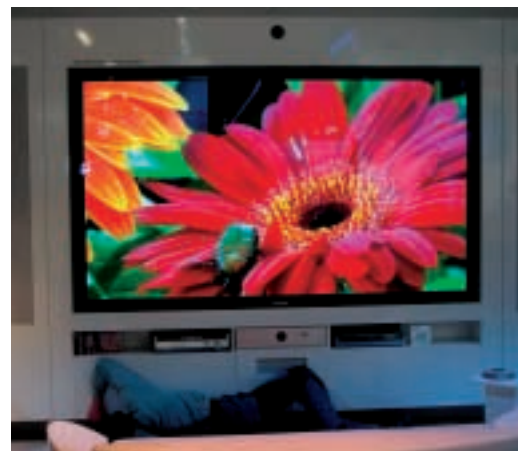
In den Regionen Oberengadin, Tessin und Westschweiz ist die zukunftsorientierte Technologie DVB-T bei uns bereits eingeführt und kann über die normalen Zimmer- und Hausantennen empfangen werden. Bis 2009,

so der Fahrplan von Swisscom Broadcast, soll digitales Fernsehen rundum auf Sendung sein. Für DVB-T braucht es zu Hause keine neuen Fernsehapparate, sondern einzig eine Set-Top-Box, um die digitalen Signale in analoge umzuwandeln (bessere Empfangsqualität). Deutschland ist da etwas schlechter dran, denn ausser in Berlin (hier wird DVB-T bereits voll ausgestrahlt) sind nur regionale Versuchsprogramme vor allem rund um die Fussball-Weltmeisterschaft geplant. Für den Einsatz von DVB-T auf mobile Geräte und der daraus resultierenden Lancierung eines rentablen Geschäftsmodelles bedarf es zunächst der Klärung einer Fülle von Fragen: Wer bekommt nach welchen Kriterien Sende-lizenzen? Wer liefert die Inhalte? Wer ist Vertragspartner der mobilen TV-Nutzer? Die Netzbetreiber? Die Medienhäuser? Wer bezahlt an wen und wofür? Und last, but not least: Welche Übertragungstechnik kommt am Ende zum Zug? Momentan spricht vieles für DVB-H und viel weniger für DMB. DVB-H (Digital Video Broadcast for Handhelds) nutzt ein Frequenzspektrum, das auch den Empfang in geschlossenen Räumen erlaubt und lässt sich nahtlos in bestehende Infrastrukturen für das digitale Antennenfernsehen DVB-T integrieren. Es genügt bereits eine Software-Umstellung im Sender und schon wird aus einem DVB-T-Kanal ein Übertragungsweg für rund 20 DVB-H-Programme. Samsung und LG Electronics ist egal, welche Technik sich im mobilen Bereich schlussendlich durchsetzen wird, denn sie liefern die Empfänger für das in ihrer Heimat Korea bereits etablierte System DMB in grossen Stückzahlen, haben aber Prototypen für den DVB-H-Empfang, wie auf der Cebit verkündet, schon fix und fertig in der Schublade. Auch Siemens ist in der Lage diese Infrastrukturen anzubieten.

Für den Empfang zu Hause existiert ja neben



Vorbereitung auf die Demonstration des Begriffes Easy to Use: Alle Informationen, überall zu jeder Zeit



...und schliesslich: das Bild stimmt, wo aber bleibt nur der Ton? Bei der Cebit-Türöffnung hat es dann geklappt

(Fortsetzung auf Seite 50)



Media Center PCs wurden zu Dutzenden präsentiert. Fujitsu Siemens zeigte das Activity Media Center – es ist für den Benutzer eine leicht bedienbare UE-Komponente und arbeitet mit Windows Embedded, ist sofort betriebsbereit und braucht im Standby-Mode ein Zehntel der Energie eines normalen Media Centers



Messen sind auch da, um neue Begriffe zu etablieren. Ich habe meinen neuen Begriff gefunden: Infotelligence. Google hat dazu noch keine 500 Einträge. Damit soll der Wert von Informationen beschreiben werden, was an einer Sonderschau gezeigt wurde



Die Deutsche Telecom zeigte im Innovationsteil das Konzept des Family Whiteboard. Ein Gerät, welches sehr einfach zu bedienen ist aber mit allen Medien, die vielfältigste Kommunikation inbegriffen, umgehen kann. Bei attraktiven Preisen und Dienstleistungsangeboten ist der Erfolg dieses Gerätes praktisch garantiert...

Spagat zwischen Consumer und Business

(Fortsetzung von Seite 49)

DVB-T auch noch DVB-S (Satellitenempfang) und DVB-C (Kabelempfang). Nicht so ganz glücklich über diese Empfängervielfalt sind die Hersteller von Flachfernsehgeräten, denn sie müssen sich für einen Tuner entscheiden oder aber das Gerät kann modular mit unterschiedlichen Tunern bestückt werden. Es ist nur zu hoffen, dass auch der Konsument beim Kauf eines Neugerätes weiss, welche Empfangstechnologie bei ihm zu Hause bereit steht.

Das Fernsehen unterwandert die Computerschau auch unter dem Deckmantel des Triple-Play, des Kommunikations-, Medien- und Internet-Angebots über eine einzige Infrastruktur. Unterschiedliche Aussteller zeigten hier Lösungen wie Kabel-Settop-Boxen, welche von HDTV über Sprachkommunikation bis hin zum World Wide Web alles einfangen, was die Netzbetreiber so anbieten. Angebote für das Internet-Fernsehen waren vielerorts zu bewundern, allerdings ist es schwierig, die tatsächliche Qualität an einer Messe überprüfen zu wollen, denn was hinter dem Messestand abläuft ist ja nicht ersichtlich.

Wie die elektronischen Medien auf die Notebooks mobiler Arbeitstiere kommen, zeigten auch viele Hersteller (beispielsweise Pinnacle, Terratec und Hauppauge) mit einer breiten Palette neuer Adapter-Varianten im USB-Stick-Format, die sowohl analoge als auch digitale Fernsehprogramme empfangen können und bis zu zwei separate Tuner enthalten.

UMTS und VoIP anstelle von Festnetzanschlüssen

Bei der Telekommunikation wollen mit dem Stichwort Konvergenz alle gewinnen, denn mit UMTS haben sich die Mobilfunknetzbetreiber bisher nicht sonderlich bereichern können. Zwar profitieren mobile

Manager mit Notebook und UMTS-Karte von der schnellen Datenautobahn, aber einen Massenmarkt gibt es dafür bisher nicht. So starten in Deutschland T-Mobile, Vodafone und O2 nun den Angriff auf die Festnetzkunden und unsere Players von Swisscom bis Cablecom stehen da nicht hinten nach. Zum einen wird UMTS mit einem Software-Update der Basisstationen deutlich schneller. Mit HSDPA (High Speed Downlink Packet Access) erreicht man DSL-Tempo im Mobilfunknetz, nämlich rund 1,5 Mbps statt bislang 384 Kbps mit UMTS. Auch die Wartezeiten beim Aufbau von Internetseiten sind deutlich kürzer. Wenn sich nicht zu viele Teilnehmer in einer Funkzelle tummeln, ist HSDPA durchaus in der Lage das Festnetz-DSL zu ersetzen, obwohl ja auch hier – oder gerade deswegen – die Bandbreite zu gleichen Kosten ständig nach oben geschraubt wird.

Alle Kommunikationswege genutzt

Interessant ist zudem die Beobachtung, dass UMTS sich nicht nur auf Handys beschränkt sondern in modernen Notebooks integriert wird. So zeigte beispielsweise Fujitsu Siemens Computer drei Lifebook-Modelle, welche neben UMTS (bald auch HSDPA) auch noch WLAN und Bluetooth als Kommunikationsmöglichkeit anbieten.

Von der Seite von VoIP (Voice over IP), auch als Internettelefonie bezeichnet, folgte eine zweite viel gravierendere Attacke auf das Festnetz. Was sich im vergangenen Jahr in Hannover langsam andeutete, kommt nun so richtig in Fahrt. Siemens zeigte beispielsweise das Gigaset C450IP, ein Schnurlostelefon mit DECT und VoIP, das sich wie ein normales Telefon bedienen lässt. Und AVM stellt eine modernisierte Form der Fritz-Box vor, die WLAN, ISDN-Telefonanlage und VoIP vereint. Dazu hat man ein passendes Schnur-

lostelefon im Angebot, ebenso wie Detewe sein DECT-Telefon Beutel 672 mit VoIP und Skype kombiniert. Arcor und T-Com präsentierten Dual-Phones, die sich zu Hause oder unterwegs in ein WLAN einbuchen und besonders günstige Gespräche zu Festnetzbedingungen erlauben. Ausserhalb des WLAN verhält sich das Gerät wie ein Mobiltelefon. Auch immer mehr Handys und Taschencomputer haben ein WLAN-Modul eingebaut und erlauben damit Dauertelefonate zum Niedrigpreis. Sony Ericsson präsentiert sein Top-Modell P990i mit UMTS und WLAN, Benq-Siemens das Smartphone P51. Nokia stattet jetzt auch die kompakten Modelle der E-Reihe mit dem Funkmodul WLAN und VoIP-Software aus. Auf dem Firmengelände oder im «Hotspot» ersetzen diese Geräte ebenfalls das Festnetztelefon.

Apropos Handys. Die wichtigen Handyhersteller dringen auf immer neues Terrain vor. Der Einbau von immer mehr Speicher (bis zu 8 Gigabyte per Minifloppy) erlaubt das Abspeichern von Musikstücken und Fotos in beliebiger Menge. Ein Musik-Handy wie das W950i von Sony Ericsson bringt einen vier Gigabyte grossen Flash-Speicher mit, der Platz für mehr als 1000 Lieder bietet. Auch wurden Handys angekündigt, welche Kameras mit bis zu 10 Megapixels integrieren. Damit wird den Herstellern von Digitalkameras immer mehr das Wasser abgegraben. Dies dürfte einer der Gründe gewesen sein, dass viele Kamerahersteller der CeBIT fern geblieben sind und sich lieber auf Fotomessen wie der Photokina präsentieren. Also auch hier wird die CeBIT gezwungen, einen grossen Spagat, provoziert durch das Unwort Konvergenz, zu vollziehen. Man darf sehr gespannt sein, wie sich die nächstjährige CeBIT darstellt. Ich habe den Termin (15. Bis 21.3. 2007) auf jeden Fall schon mal gebucht.

Robert Weiss