

KOMMENTAR

Mobiles Wunschdenken

Wie war das noch mit dem Henne-Ei-Problem? Es gibt nicht genügend Endgeräte für das mobile Internet, weil es nicht genügend interessante Angebote gibt, und deshalb gibt es noch nicht genügend Nutzer für mobile Internetdienste – so etwa? Falsch, sagen die Berater von Accenture und ver-



Frank Kemper,
Stv. Chefredakteur

weisen in einer Studie darauf, dass in Deutschland mittlerweile stramme 26 Millionen internetfähige Mobiltelefone im Betrieb sind – jeder dritte Deutsche könnte also heute schon mobil ins Netz gehen, wenn er wollte. Will er aber nicht, so die Accenture-Studie: Nur drei Millionen aller internetfähigen Handys in Deutschland werden tatsächlich für den mobilen Internetzugriff genutzt. Neun Jahre nach der Einführung des Wireless Application Protocol wahrlich kein Ruhmesblatt, das World Wide Web konnte sich schneller etablieren. Die Gründe für den mobilen Webverzicht sind vielschichtig: Der mobile Internetzugang ist einfach viel zu teuer. Selbst beim UMTS-Discounter Simyo kosten fünf Megabyte einen Euro, das verdoppelt etwa einen in einer Musik-Downloadplattform gekauften Sommerhit gleich im Preis. Und dass die Zahl der Trendsetter, die für Apples Top-Smartphone 100 Euro im Monat ausgeben wollen, hierzulande eng begrenzt ist, hat T-Mobile mittlerweile auch feststellen können. Dazu kommen Usability-Desaster: Auf einem Handy ist es eben noch viel mehr als auf einer PC-Tastatur eine Qual, hufenweise Text eingeben zu müssen, bis man die Information bekommt, die man eigentlich sucht. Das Schlimmste ist allerdings: Es fehlen die mobilen Killerapplikationen. War es einst das Online-banking, das T-Online die Massen in die Arme trieb, gibt es heute einfach recht wenig, was ich tatsächlich unterwegs in meiner Tasche brauche – und nicht mit einem Anruf erledigen könnte.