

**Zeitschrift:** Arbido  
**Herausgeber:** Verein Schweizerischer Archivarinnen und Archivare; Bibliothek Information Schweiz  
**Band:** - (2011)  
**Heft:** 2: M-Library - zu jeder Zeit an jedem Ort = M-Library - toujours et partout = M-Library - sempre e dovunque  
  
**Artikel:** Die Zukunft hat gestern begonnen!  
**Autor:** Ursch, Antonia  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-770159>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 24.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



# Die Zukunft hat gestern begonnen!

Antonia Ursch, Redaktion *arbido*

**Das Mobiltelefon ist aus der heutigen Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Doch das Handy ist schon lange nicht mehr ein Gerät, welches ausschliesslich zum Telefonieren und SMS-Schreiben da ist. Die sogenannten Smartphones sind auf dem Vormarsch. Immer mehr Menschen nutzen das mobile Internet, um sich auf dem Laufenden zu halten und mit anderen in Kontakt zu treten. Die Möglichkeiten eines Smartphones sind vielfältig und werden rege genutzt. Auch für Bibliotheken bieten sich Möglichkeiten, mit den Benutzern via Smartphone in Kontakt zu treten und eine stärkere Kundenbindung und Nutzerführung zu ermöglichen. Doch werden diese Mittel in der Bibliothekswelt auch genutzt?**

**Wie kommunizieren Bibliotheken heute mit ihren Nutzern?**

Haben Sie sich schon einmal überlegt, wie Ihre Bibliothek mit den Nutzern in Kontakt tritt? Wie werden Nutzer über abgelaufene Leihfristen informiert? Oder wenn ein reserviertes Buch zum Abholen bereitsteht? Das bevorzugte Mittel für diese Art von Kommunikation ist wahrscheinlich der Postweg oder der Versand einer E-Mail. Wie werden die Benutzer über Neuerungen oder Veranstaltungen informiert? Dem Kunden wird nicht selten eine Hol-schuld auferlegt. Er ist selber verantwortlich dafür, sich auf der Webseite der Bibliothek zu informieren. Im besten Falle kann man sich auf der Webseite für einen Newsletter-Dienst anmelden. Oder die Bibliothek kommuniziert bereits über Facebook und Twitter. In vielen Fällen werden die Kunden gleich beim Besuch in der Bibliothek über Veranstaltungen und Änderungen informiert. Dies sind bewährte Möglichkeiten, die zum Ziel führen. Es ist selten, dass ein Brief nicht ausgetragen oder eine Mail nicht übermittelt

wird. Doch gibt es auch noch andere Möglichkeiten, welche vielleicht schneller sind und dem Kunden eine grössere Dienstleistung bieten?

Wie setzen sich ihre Nutzer mit der Bibliothek in Kontakt, wenn sie eine Frage oder ein Problem haben oder vielleicht Medien verlängern wollen? Dies geschieht wohl meistens telefonisch

**Wie setzen sich ihre Nutzer mit der Bibliothek in Kontakt, wenn sie eine Frage oder ein Problem haben oder vielleicht Medien verlängern wollen?**

oder gleich direkt bei einem Besuch in der Bibliothek. Bei nicht sehr dringenden Anliegen suchen sie vielleicht auch Kontakt via E-Mail. Briefe werden die meisten Bibliotheken wohl nur noch in seltenen Fällen von ihren Benutzern erhalten. Natürlich ist der persönliche Kundenkontakt sehr wichtig. Auf diesen wird man auch in unserer heutigen schnellen und digitalisierten Zeit nicht verzichten können und sollte es auch nicht.

Wen erreichen die Bibliotheken mit dieser Art von Kommunikation? Betrachtet man die Zielgruppen einer Bibliothek nach Alter, ergeben sich folgende Altersklassen: Kinder, Jugendliche, junge Erwachsene, Erwachsene und Senioren. Zurzeit sind wahrscheinlich in den meisten Bibliotheken die Erwachsenen und Senioren und vielleicht noch die Kinder die wichtigste Zielgruppe. Für jene stimmt die heutige Art der Kommunikation einer Bibliothek, da sie mit diesen Mitteln aufgewachsen sind und damit umgehen können. Doch Jugendliche und auch ein Teil der jungen Erwachsenen kommunizieren zu einem grossen Teil über das Mobile Web. Institutionen, welche da nicht präsent sind, werden von dieser Zielgruppe je länger je weniger

wahrgenommen. Heute wirkt sich dies auf die Kundschaft einer Bibliothek noch nicht sehr stark aus. Doch die heutigen Jugendlichen werden in einigen Jahren zu Erwachsenen und später zu Senioren, somit auch zur Hauptzielgruppe von Bibliotheken. Doch nur weil sie älter werden, entwickelt sich ihre Art zu kommunizieren nicht zurück. Sie werden auch als Erwachsene, als Elternteile und als Senioren über das Mobile Web kommunizieren, über Soziale Netze in der Art von Twitter und Facebook, vielleicht noch verstärkter als heute. Wen erreichen die Bibliotheken dann, wenn ihre heutigen Zielgruppen nicht mehr hier sind und sie nichts unternommen haben, um im Bewusstsein und im Leben der Zielgruppen von morgen präsent zu sein?

**M-Library – neue Möglichkeiten für Bibliotheken?!**

Smartphones bieten viele ungeahnte Möglichkeiten, mit dem Nutzer in Kontakt zu treten. Dieses Potenzial wird unterdessen in der Wirtschaft erkannt. Unzählige Institutionen von Versicherungen über den Supermarkt bis zur Bahn haben bereits eine sogenannte App im Angebot und sorgen damit auch für eine stärkere Kundenbindung. Allerdings fällt auf, dass erschreckend wenige Bibliotheken eine Applikation für Smartphones anbieten. Eine Vorreiterrolle im deutschsprachigen Raum nimmt hier der Bibliotheksverbund Bayern (BVB) ein, welcher einen für Smartphones optimierten OPAC anbietet. Gerade für einen Verbund ist ein Mobile-Web-tauglicher Katalog ein mächtiges Werkzeug. So könnte man beispielsweise den Standort des Buches mit Google Maps verknüpfen, um dem Benutzer den kürzesten Weg zur entsprechenden Bibliothek anzuzeigen. Vielleicht werden gleich auch noch Informationen zu den zur Verfügung ste-



henden öffentlichen Verkehrsmitteln eingeblendet. Natürlich muss man sich in einem solchen OPAC auch persönlich anmelden können, damit zum Beispiel Push-Benachrichtigungen über abgelaufene Leihfristen oder Medien, die zum Abholen bereitstehen, gesendet werden können. Der Kunde erhält so aktuelle Informationen. Natürlich können abgelaufene Bücher auch gleich via Web App verlängert, bestellt und reserviert werden. Und wenn schon der OPAC Smartphone-tauglich gemacht wird, weshalb nicht gleich die ganze Bibliothekswebseite? Denn die meisten Webseiten lassen sich mit einem mobilen Browser zwar aufrufen, sie sind jedoch nicht sehr Smartphone-freundlich in ihrer Bedienung. Nur die wirklich wichtigen Informationen sollten auf einer solchen Webseite zu finden sein.

Die Bedienung muss so aufgebaut werden, dass sie auch mit einem kleinen Bildschirm und nur mit Fingerberührung leicht und logisch zu bedienen ist. Benutzer von Apps möchten sich individualisieren können und ein Angebot so weit als möglich ihren Bedürfnissen anpassen. Sämtliche Interaktionen mit der Bibliothek müssen mobil möglich sein. Vor allem darf das Angebot nicht nur auf einen Smartphone-Typ ausgerichtet sein. Jedes Smartphone sollte mit dem Angebot umgehen können. Ein webbrowserbasierter Katalog, welcher mit der Webseite der Bibliothek so stark verzahnt ist, dass die Übergänge fließend sind, muss das Ziel eines solchen Angebots sein. Nicht ein mobiler OPAC und eine mobile Webseite, nein, eine mobile Bibliothek muss es werden. Einfach nur den OPAC zu optimieren ist nicht die Lösung, aber bereits ein sehr guter Anfang! Doch danach muss das Angebot ausgebaut werden,

**Nicht ein mobiler OPAC und eine mobile Webseite, nein, eine mobile Bibliothek muss es werden.**

es müssen mehr Funktionen hinzukommen. Die Applikation muss qualitativ hochstehend sein und den neusten technischen Möglichkeiten entsprechen, es muss eine einfache und intuiti-

ve Benutzerführung sein. Denn ist ein Angebot nicht gut, wird es nicht genutzt.

Die M-Library muss dem Lifestyle der Jugendlichen und jungen Erwachsenen entsprechen: Alles muss zu jeder Zeit an jedem Ort verfügbar und mit möglichst wenig Aufwand zu erledigen sein! Selbstverständlich ist eine solche Applikation nicht eben mal so umzusetzen, es benötigt Zeit und Geld. Aber der M-Library-Zug fährt gerade aus dem Bahnhof, und für Bibliotheken ist es an der Zeit, auf den fahrenden Zug aufzuspringen. Und mit aufspringen ist hier nicht gemeint, ein Angebot bereitzustellen und abzuwarten, was geschieht. Die Bibliothek muss sich be-

merkbar machen, sie muss ins Bewusstsein der entsprechenden Zielgruppen treten. Der mobile Katalog muss aktiv beworben werden, einerseits in der Bibliothek und auf der Webseite, um die bereits bestehende Kundschaft abzuholen. Doch was ist mit jenen, welche die Bibliothek im besten Fall von aussen kennen? Wie werden neue Kunden in dieser Altersklasse gewonnen? Ganz bestimmt nicht mit einem Aushang vor der Bibliothek und auch nicht mit einem kurzen Artikel in der lokalen Zeitung. Nein, es müssen jene Kanäle angegangen werden, welche von den Jugendlichen tagtäglich zur Informationsbeschaffung genutzt werden. Twitter, Facebook und die App-

#### Der QR-Code

Ein QR-Code ist ein zweidimensionaler Strichcode, welcher ursprünglich für die Autoindustrie entwickelt wurde. Die Vorteile des QR-Codes im Vergleich zum normalen Strichcode sind vielfältig. In einem QR-Code kann viel mehr Information in Form von Text und Zahlen abgespeichert werden, und auch wenn Teile des Codes unlesbar sind, ist der Code als Ganzes meist trotzdem noch lesbar. Um die im Code enthaltenen Informationen zu decodieren, muss man ihn zuerst ablichten und dann mit einem entsprechenden Programm entschlüsseln. Dies klingt umständlicher, als es in Wirklichkeit ist. In der Zwischenzeit lassen sich auf Smartphones Programme installieren, mit welchen man den QR-Code erfassen kann. Ist der Code erst einmal durch die Software erkannt, wird er sofort entschlüsselt. Die codierte Information wird danach auf dem Bildschirm ausgegeben. Handelt es sich bei der Information um eine URL, wird man auf die entsprechende Webseite weitergeleitet.

Nicht nur Smartphones, auch viele andere Handymodelle besitzen eine Software zum Entschlüsseln der Codes. Am besten versucht man es einfach einmal und nimmt einen Code auf, um zu sehen, was damit geschieht. Bedingung: Das Handy muss in jedem Fall über eine Kamera verfügen.

In Japan sind diese QR-Codes der Autoindustrie schon lange entwachsen. Sie werden von vielen Institutionen zur Werbung auf Plakaten und Zeitschriften eingesetzt.

Langsam haben es die schwarz-weißen Codes auch nach Europa geschafft, und man sieht sie auch in unseren Breitengraden immer öfter. Gerade auch in Wanderführern wird gerne auf den QR-Code zurückgegriffen, um zusätzliche Informationen kompakt weiterzugeben oder damit sich der Kunde Kartenmaterial auf sein Smartphone herunterladen kann. Unterdessen wird auch in der Bibliothekswelt über den Einsatz von QR-Codes diskutiert, beispielsweise im April 2011 in der Inetbib-Liste (<http://www.ub.unidortmund.de/listen/inetbib/msg44703.html> Abgefr.: 20.05.11). Es wäre zum Beispiel denkbar, den Kunden, welche im Regal suchen, über solche QR-Codes Informationen zu E-Books weiterzugeben, die sich selbstverständlich nicht im Buchregal befinden. Oder um Öffnungszeiten zu verschlüsseln, sodass der Kunde die Informationen gleich auf seinem Mobiltelefon hat und diese abspeichern kann. Es gibt viele Möglichkeiten für Bibliotheken, diese Codes einzusetzen. Gleichzeitig ist es eine kostengünstige und schnell umzusetzende Technologie, mit welcher sie ihre «Digital Natives» bedienen können. Allerdings bergen die QR-Codes auch Nachteile, so muss zum Beispiel eine Verbindung zum Internet zur Verfügung stehen, um den Code entschlüsseln zu können. Dies kann je nach Handyvertrag ziemlich teuer werden. Allerdings haben viele Smartphone-Nutzer eine Flatrate. Dennoch kann es nicht schaden, die Kunden darauf hinzuweisen. Ein weiterer Nachteil ist, dass Kunden, welche über kein entsprechendes Gerät verfügen, von diesem Angebot ausgeschlossen sind. Nichtsdestotrotz sollte der Einsatz von QR-Codes in Bibliotheken in Erwägung gezogen werden.

Antonia Ursch



Stores, dort muss das Angebot beworben werden. Denn was nützt es, wenn man eine super Party gibt und niemand weiss davon? Und nicht zuletzt ist nichts so interessant wie Exklusivität. Das Angebot muss einzigartig und exklusiv sein! Ohne Bibliothekskarte gibt es keinen Zugriff, danach ist die M-Library gratis nutzbar. Die Bibliothekskarte ist der Türöffner.

### Augmented Reality – erweiterte Realität

Unter Augmented Reality versteht man die Erweiterung der Realitätswahrnehmung der näheren Umgebung mithilfe der Technik. Erweiterte Realität kann sich auf viele Sinnesorgane auswirken. Am häufigsten aber wird unser Seh-sinn angesprochen, denn tatsächlich wird heute die erweiterte Realität bereits angewendet. Als Beispiel; Sie verfolgen ein Spiel von Roger Federer am Fernsehen. Ab und zu sehen Sie die Fluglinie des Balls eingeblendet. Dies ist ein Beispiel für erweiterte Realität, es hilft Ihnen, etwas zu sehen oder auch zu hören, zu fühlen etc., was der Mensch mit seinen Sinnesorganen sonst so nicht wahrnehmen kann. Doch wo liegt genau der Vorteil für Bibliotheken? Oft sind Bibliotheken mit Informationen überladen, wo man hinblickt, wird man informiert, ob man das nun wünscht oder nicht. Wie wäre es nun, wenn der Kunde selbst entscheiden kann, welche Information er benötigt und daher sehen möchte und welche nicht? Veranstaltungshinweise, Schliessungszeiten, Informationen über Fachgebiete, alle diese Informationen sind zwischen den Regalen, im Eingangsbereich der Bibliothek zu finden sowie auf dem Handydisplay abrufbar. Aber eben nur zum benötigten Zeitpunkt am richtigen Ort. Natürlich ist dies Zukunftsmusik, aber bereits heute gibt es für iPhone, Android und Co. entsprechende Applikationen, sogenannte Augmented Reality Browser. Man nimmt mit der Handykamera ein Gebäude, eine Strasse, den Bahnhof usw. ins Visier, und der Browser liefert einem zusätzliche Informationen dazu. Dies wäre auch in einer Bibliothek möglich. Natürlich funktionieren diese Browser noch nicht fehlerfrei, doch auch Bibliotheken sollten sich mit dieser neuen Technik auseinandersetzen, bevor sie die breite Masse erreicht.

Man stelle sich nur einmal vor, ein möglicher Kunde mit einem Smartphone geht an der Bibliothek vorbei und erhält automatisch auf sein Smartphone eine Meldung zu einer Veranstaltung oder einem aktuellen Angebot der Bibliothek. Dieses, nennen wir das Kind beim Namen, Spam macht den Kunden auf die Bibliothek aufmerksam. Im besten Fall interessiert ihn das

Man stelle sich nur einmal vor, ein möglicher Kunde mit einem Smartphone geht an der Bibliothek vorbei und erhält automatisch auf sein Smartphone eine Meldung zu einer Veranstaltung oder einem aktuellen Angebot der Bibliothek.

beworbene Angebot, und er betritt die Bibliothek. Im zweitbesten Fall interessiert ihn das Angebot nicht, aber er ist neugierig geworden, und er betritt die Bibliothek. Im schlechtesten Fall interessiert den Kunden das Angebot nicht und er ist auch nicht neugierig geworden, daher geht er weiter, aber er weiss jetzt, wo sich die Bibliothek befindet. Wahrscheinlich ist dies jetzt für einige eine schreckliche Vorstellung, auf diese Art mit Werbung zugeballert zu wer-

den. Dennoch könnte diese Art von Augmented Reality durchaus Realität werden. Es wäre gut, diese Technik genau im Auge zu behalten. Denn sie ist vielfältig einsetzbar. Spinnen wir den Faden ein wenig weiter: Ein neuer Einwohner macht sich ausgerüstet mit seinem Smartphone auf den Weg, seine Stadt zu erkunden. Auf dem Smartphone ist ein Augmented Reality Browser installiert. Das Gebäude der Bibliothek gefällt ihm, ohne dass er weiss, was sich darin befindet. Daher nimmt er es mit der Handykamera ins Visier und erhält Informationen zur Bibliothek, zum Angebot, den Öffnungszeiten und einen Link zur M-Library der Bibliothek. Im besten Fall haben wir einen Kunden dazugewonnen.

Im schlechtesten Fall weiss der neue Einwohner, dass sich die Bibliothek in einem schönen Gebäude befindet.

### Fazit

Das Fazit ist kurz und einfach: Wenn man die Jugend als zukünftige Nutzer gewinnen will, so müssen die Bibliotheken auf deren veränderte Nutzerbedürfnisse eingehen. Denn was nicht auf einem Smartphone-Display Platz findet, wird von den heutigen Jugend-

## ABSTRACT

*Le futur a commencé hier!*

Le téléphone portable est omniprésent dans notre société. Cela étant, les fonctionnalités de ces appareils ne se limitent plus, et de loin, aux seules conversations à distance ou à l'envoi de SMS. Les smartphones ou téléphones intelligents ont le vent en poupe. De plus en plus de personnes utilisent l'Internet mobile pour se tenir au courant de ce qui se passe et entrer en contact avec leurs congénères. Mais ils offrent également aux bibliothèques des possibilités pour contacter leurs usagers et renforcer la relation avec ces derniers. La question qui se pose est toutefois la suivante: le monde des bibliothèques utilise-t-il vraiment ce moyen?

Comment, aujourd'hui, les bibliothèques communiquent-elles avec les usagers? Comment ces derniers entrent-ils en contact avec leur bibliothèque lorsqu'ils ont une question ou un problème, s'ils souhaitent par exemple prolonger un prêt? Cela se fait encore le plus souvent par téléphone, voire directement en se rendant sur place.

L'auteur estime que si les bibliothèques veulent pouvoir compter les jeunes générations parmi leur clientèle, elles doivent tenir compte de leurs nouveaux besoins et y répondre. Car ce qui ne peut être affiché sur l'écran d'un smartphone n'est plus ou presque plus pris en considération par les adolescents et les jeunes adultes. Si cela n'est peut-être pas vital pour une bibliothèque cantonale, ça l'est un peu plus pour les bibliothèques publiques en général!

(sg)



lichen und jungen Erwachsenen nicht mehr oder nur noch am Rande wahrgenommen. Vielleicht ist das für Kantonsbibliotheken nicht überlebenswichtig, für allgemeine öffentliche Bibliotheken aber mindestens unabdingbar!

Kontakt: antonia.ursch@gmail.com

## UB Gent Mobile

Paul Bastijns,  
E-resources Librarian at UGent

**Mobile phones will overtake PCs as the most common Web access devices worldwide by 2013, according to a 2010 forecast by research firm Gartner.<sup>1</sup> Gartner estimates that the combined installed base of smartphones and browser-equipped enhanced phones will surpass 1.82 billion units by 2013, eclipsing the total of 1.78 billion PCs by then. In some parts of the world, this is already a fact, as Google CEO Eric Schmidt mentioned on the Mobile World Congress. In developing countries such as India, Google searches are more likely to be made from a mobile phone than from a desktop computer.**

Furthermore, the mobile market is more than just phones. Beyond smartphones there is a plethora of mobile devices nowadays; e-readers like Amazon's Kindle, tablets like the iPad, MP3 players, gaming devices, etc. Students in higher education nowadays often own more than one of these mobile devices. When looking at the evolution of mobiles in the last decade, you can't ignore that they are becoming increas-

### Quellen und weiterführende Literatur:

- Pfeiffenberger, Regina: Pocket Library Bibliothekarische Dienstleistungen für Smartphones/B.I.T. Online Innovativ
- Deutsche Telekom AG: Mobile Surfer. Smartphones auf der Erfolgswelle/Life Report, <http://www.studie-life.de/dtag/cms/contentblob/LIFE/de/1275852/blobBinary/1010-Mobile-Surfer.pdf> (letztes Abfragedatum: 24.04.2011)
- Hamann, Mathias: Mein Handy zeigt etwas, was du nicht siehst/Spiegel Online <http://www.spiegel.de/netzwelt/gadgets/0,1518,639661,00.html> (letztes Abfragedatum: 24.04.2011)
- Erweiterte Realität/Wikipedia [http://de.wikipedia.org/wiki/Erweiterte\\_Realität](http://de.wikipedia.org/wiki/Erweiterte_Realität) (letztes Abfragedatum: 24.04.2011)

ingly capable. The rapid pace of innovation in this area continues to increase the potential of these little devices, and they challenge our ideas of how these features should be used.

In 2009 the library decided that it was time to start mobilizing some of its services. First experiments were concentrated on the library catalogue. Based on familiar technologies like HTML and CSS, programmers in the library developed a dumbed-down mobile version of the catalogue.<sup>2</sup> Development of this web app took less than two days. While being a simple web app using pure HTML, it seemed very difficult to create a good user experience for all mobile platforms, mainly because of the variety of screen sizes and the wide range of browsers on mobile devices.

The library soon learnt that designing for mobile devices is more than redesigning regular websites so that they can fit on smaller screens. Instead, when designing mobile apps, specific characteristics of mobile devices and the context in which they are used have to be considered. Not only the form factors differ but user interaction is also different with touch screens and motion detection. Clicking hyperlinks and entering text is often cumbersome. Mobile interfaces tend to use menu systems and ease typing by executing real time searches. Mobile users might have other information needs than desktop users. Typically they are on the go and they often need contextualized real time

information like phone numbers or directions. Considering this, a mobile catalogue search might not be the first goal of a mobile user. Informational services, like looking up addresses, maps or phone numbers, etc., might be

**Informational services, like looking up addresses, maps or phone numbers, etc., might be better suited to be mobilized first.**

better suited to be mobilized first.

The main advantage of this first application was that the university library had a mobile presence and had thus bought some time to study the issue more closely, and think about which services mobile users expect in addition to a catalogue search and what opportunities mobile platforms offered for new library services.

To get an idea about UGent student and researcher's behavior, and to know their preferences and activities in regard to mobile devices, the library conducted a survey in 2010. 75% of the respondents (N = 120) owned a Nokia or Samsung and only 6% owned an iPhone or an Android-based phone. Only 13% of the respondents reported regularly using a mobile phone to go on the Web.

Based on these figures it was decided to develop a new service that would benefit a majority of our users.

1 <http://internet2go.net/news/data-and-forecasts/gartner-predicts-mobile-web-beats-pc-2013>

2 <http://search.ugent.be/meercat/x/mobile>