

Zeitschrift: Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology

Herausgeber: Swisscom

Band: 79 (2001)

Heft: 9

Artikel: «Wap-now» : das Mobility-Portal von Swisscom Mobile

Autor: Sellin, Rüdiger

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-876575>

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: 13.04.2026

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

Neue Dienste und eine zunehmende Vielfalt

«wap-now» – das Mobility-Portal von Swisscom Mobile

An der internationalen Ausstellung Telecom '99 in Genf kam Swisscom Mobile als erster Schweizer Mobilfunkanbieter mit neuen WAP-Diensten auf den Markt. Dieser Vorsprung blieb bis heute durch den konsequenten Auf- und Ausbau des Mobility-Portals «wap-now» erhalten: Heute bietet «wap-now» mit rund 200 SMS-, WAP- und Internet-Diensten eine grosse Dienstvielfalt mit dem umfangreichsten Angebot auf dem Schweizer Markt. Gerade an diesem Beispiel zeigt sich, dass ein modernes Mobility-Portal sowohl für den privaten als auch für den geschäftlichen Nutzer eine Menge bietet.

Die Protokollfamilie um das Wireless Application Protocol (WAP) wurde in den letzten drei Jahren in verschiedenen, aufeinander folgenden Versionen erweitert und verbessert. Die zurzeit am Markt eingeführte Ausgabe

RÜDIGER SELLIN

ist die Version 1.2. Neben der funktionalen Erweiterung stehen stets auch Fragen beispielsweise zur Übertragungssicherheit, mobilem Multimedia und der Eignung zum mobilen Einkaufen im Mittelpunkt des öffentlichen Interesses, die bereits heute oder in den kommenden Releases abgedeckt werden (siehe Beitrag «WAP-Architektur, -Protokolle und -Inhaltsformate» in comtec 7/8.01). In der Tages- und Regenbogenpresse hat WAP nicht immer ein positives Echo erhalten – oft wohl auch bedingt durch die Unwis-

senheit, was sich hinter WAP verbirgt und was man damit alles anstellen kann. In diesem zweiten Beitrag zu den mobilen Diensten soll daher anhand eines konkreten Beispiels gezeigt werden, welche mobilen Zusatzdienste bis heute bei Swisscom Mobile realisiert wurden und welchen konkreten Nutzen der Kunde daraus ziehen kann.

Neue Kundenbedürfnisse

Viele Anbieter von mobilen Zusatzdiensten kopieren einfach ein bestehendes Internet-Portal und vergessen dabei, dass mobile Handy-Nutzer unterwegs andere Bedürfnisse haben als stationäre Internet-Nutzer daheim. Zunehmend wichtig und gefragt sind daher Dienste, die der momentanen Lebens- und Alltagssituation und dem Aufenthaltsort des Handy-Besitzers Rechnung tragen. Zudem sollte nicht vergessen werden, dass mobile Zusatzdienste nicht mit dem mobilen Inter-

net gleichzusetzen ist. Zwar können mit WAP eingehende E-Mails gelesen und neue Nachrichten verfasst und verschickt werden. Aber mobiles Surfen¹ ist mit WAP heute und auf absehbare Zeit noch nicht möglich, denn WAP ist eher für den Transport kürzerer Nachrichten ausgelegt – und diese entsprechen auch eher dem Bedürfnis der mobilen Nutzer. Diese wollen einerseits auf schnelle Kurzinformationen zugreifen (Fahrpläne, Verkehrsinfos, Wetterbericht, Börsenbericht, Online-Banking, E-Mail). Andererseits steht auch freie Zeit zur Verfügung – etwa während einer Reise im Zug oder für den Beifahrer im Auto. Hier bieten sich Spiele an – und zwar wiederum nicht nur solche, die man vom PC her kennt, sondern vor allem auch Spiele, die speziell für das Handy entwickelt wurden. Auch von dieser Seite her betrachtet macht es keinen Sinn, PC- oder Internet-Anwendungen auf ein Handy zu portieren, denn ein Handy unterliegt in dieser Beziehung starken Einschränkungen: kleines Display mit sehr beschränkten Darstellungsmöglichkeiten, in der Regel zwischen drei und fünf Zeilen mit nur rund einem Prozent der normalen Monitorfläche, kleinere Tastatur mit Mehrfachbelegung einzelner Tasten, Stromverbrauch im Akku, dadurch beschränkte Nutzungsdauer.

Serviceangebot bei «wap-now»

Swisscom Mobile hat diese Tatsache erkannt und deshalb ein eigenes Mobility-Portal lanciert. Dabei hat sich die Grundidee hinter «wap-now» seit der kommerziellen Lancierung nicht geändert: Mobile Zusatzdienste für mobile Menschen – daher auch die Idee eines echten «Mobility-Portals». Es wird daher weder ein bestehendes Internetangebot kopiert noch ein bestehendes Portal erweitert.

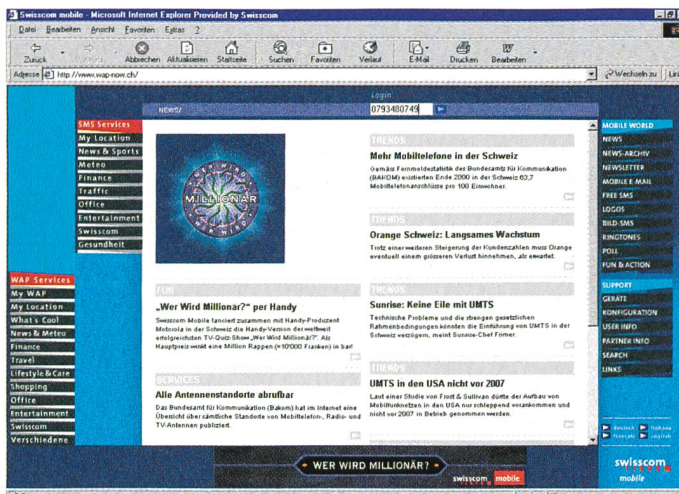


Bild 1. Einstiegsseite.

¹ Zu diesem Zweck benötigt man einen portablen PC plus Spezialeinschub mit HSCSD-Interface (High Speed Circuit Switched Data), beispielsweise das Nokia Card Phone 2.0, das zusammen mit dem HSCSD-Dienst bei Swisscom bestellt oder in den Swisscom-Shops gekauft werden kann.

& Production, Content Partner Management und Product Management für die ständige Pflege und die Erweiterung des gesamten Serviceangebots. Heute stehen bereits mehr als 200 Links zur Verfügung, neue kommen laufend hinzu. Sehr beliebt (ausgewählte Details siehe unten) sind unter anderem Mobile E-Mail, Community Services wie friendZone und wap-chat; Banking Services, Fun- & Entertainment Services wie Logos & Ringtöne, Moorhuhnspiel, Millionärsspiel und Location Based Services (LBS). Im Lauf der letzten zwanzig Monate sind eine beachtliche Menge neuer Features mit nützlichen Funktionen entstanden, die dem Benutzer von «wap-now» das mobile Leben unterwegs erleichtern und bereichern. Bereits seit dem ersten Release ist die Möglichkeit zur Personalisierung der Links unter myWap gegeben (Bild 5). Selbstverständlich kann man die Links auf www.wap-now.ch jederzeit auch wieder ändern, ergänzen oder löschen. Zudem begann Swisscom Mobile als erster Anbieter in der Schweiz mit «My Location» für den Benutzer LBS anzubieten, also Dienste, die ganz spezifisch und individuell auf den Standort zugeschnitten sind, an dem er sich gerade befindet. Welcher Film läuft heute im Kino um die Ecke? Welches kühle Gartenrestaurant oder – je nach Wetter – welche warme Raclettestube lädt danach am Ort ein? Und welches lokale Event lockt zum Verweilen? Die ortsabhängigen Pilot-Dienste von Swisscom Mobile liefern dazu gezielte Informationen: Meteo SF DRS die örtlichen Prognosen, Cineman die lokalen Kinoprogramme, CultureGate die Veranstaltungen in der jeweiligen Region.

Content (Inhalt) – bezahlen wofür? Zwei Beispiele aus Amerika und Deutschland

- 19% der amerikanischen Webuser haben bereits mindestens einmal für Inhalte im Internet bezahlt. Das ergab eine Studie der Content Intelligence Group, einer Tochter des Forschungsinstituts Lyra Research. 45% jener, die bisher schon Geld für Content ausgaben, haben «adult-related material» – also erotische Inhalte – gekauft. Ebenfalls stark nachgefragt waren branchenspezifische Businessangebote (27%) und Online-Datenbanken (18%). Bei Musik und Videoseiten sowie bei exklusiven Newsanbietern haben je 10% bezahlt (Mehrfachnennungen möglich). 90% der Bezahlenden haben Inhalte aus persönlichem Interesse oder zur Unterhaltung erworben. Dagegen gaben nur 23% an, Inhalte im Zusammenhang mit ihrer Arbeit gekauft zu haben.
- Auf der Suche nach Einnahmequellen zerbrechen sich viele Anbieter im Netz zurzeit die Köpfe, wie sie dem Surfer die Gratsimentalität abgewöhnen können. Die deutsche Markt- und Trendforschungsfirma Earsandeyes hat 1004 Webnutzer über ihre Einstellungen zu kostenpflichtigem Content befragt. Dabei stellte sich unter anderem heraus, dass in deutschen Haushalten meist ein fester Budgetposten fürs Internet reserviert wird. Sollten die reinen Zugangskosten sinken, würde so Geld für Inhalte frei. Rund die Hälfte der Befragten würde dabei nicht mehr als 25 Mark pro Monat für Content ausgeben wollen; immerhin 16% nannten eine Preisspanne von 50 bis 100 Mark.

Wer Lust auf mobiles Shopping hat oder Infos für das Einkaufen unterwegs benötigt, so stehen eine Reihe attraktiver Anwendungen bereit, zum Beispiel Blumen (Fleurop, Blumen Maarsen), mobile Occasionsbewertung (Eurotax), Ticket Corner, Secondhand-Bräutmode, Auktionen (Ricardo), Kaffeebestellungen (Chicco d'Oro) sowie Infos von Migros, Interdiscount und Konsumenteninfo.ch. Praktisch für den WAP-Neuling ist die Möglichkeit, einzelne WAP-Seiten via WAP-Emulator bereits mit dem Internet-Browser betrachten zu können. Aber nicht nur für Privatleute ist «wap-now»

attraktiv, auch Geschäftsreisende kommen auf ihre Kosten. Neben dem Senden und Empfangen von E-Mails, dem Lesen von Fahrplänen (z. B. SBB, VZZ, BLS-Autoverlad, Routenplaner) und Verkehrs-/Stauinfos stehen Finanzinfos aller führenden Bankinstitute (inklusive WAP-Zugriff auf eigene Portfolio- oder Kontodaten) zur Verfügung. Aber auch für die Unterhaltung ist gesorgt: Spiele wie Moorhuhn Run (Bild 6), friendZone (Bild 7) oder das Millionärsspiel (Bild 8) lassen keine Langeweile aufkommen. Mit Moorhuhn Run kann man Moorhühner nun auch mobil via WAP jagen und er-

Bild 6. Entertainment (WAP) – Moorhuhn Run.



Bild 7. Entertainment (WAP) – friendZone (Location Based Services).

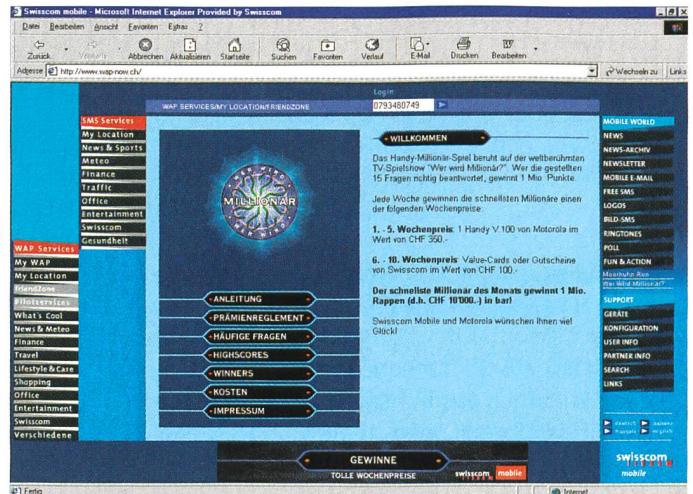


fährt auch gleich, auf welchem Rang man sich unter den Jägern befindet. FriendZone erlaubt – sofern der gesuchte Handybesitzer dies zulässt – das Auffinden und die Kontaktaufnahme von Gleichgesinnten oder gezielt unter deren Synonym gesuchten Usern in der Umgebung. Schliesslich beweist man mit dem Wissensspiel «Wer wird Millionär?» per SMS seine Kenntnisse und kann um Ehre und tolle Preise quizzeln. Und wer unterwegs trotzdem einmal kräftig lachen will, der kann sich einen WAP-Witz aus der gerade passenden Kategorie herunterladen.

Mobility-Services – die nächsten Schritte

Das Handy ist zum täglichen Begleiter geworden, sozusagen zum «Personal Life Assistant», dessen Mehrwert zunehmend wahrgenommen wird. Neben Informations- und ortsabhängigen Diensten ist auch die Kommunikation von Person zu Person nach wie vor wichtig – wenn auch ausgeklügelter als «nur» mit Sprachkommunikation. Das Dienstangebot muss dabei mit unterschiedlichen Endgeräten spontan, intuitiv, einfach und in Echtzeit nutzbar sein können. «wap-now» deckt diese Bedürfnisse ab und

Bild 8. Entertainment (SMS) – Millionärsspiel.



fügt laufend neue, attraktive Dienste hinzu. Die Usage (Nutzungsdauer) und die Benutzerzahlen sprechen eine deutli-

che Sprache und bestätigen Swisscom Mobile in der eingeschlagenen Richtung.

3

Rüdiger Sellin, Dipl.-Ing., schloss das Studium der Nachrichtentechnik 1986 ab. Er war seitdem in verschiedenen Positionen in Entwicklung, Marketing und Vertrieb tätig und ist zurzeit bei Swisscom Mobile als PR-Manager im Marketing der Abteilung Value Added & Portal Services angestellt. Daneben ist Rüdiger Sellin als Redaktor für verschiedene Zeitschriften und als Trainer für eine Reihe von Firmen aus der Telekom- und IT-Branche tätig.

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Mobiles Direktmarketing per SMS

Vodafone Passo präsentierte im April 2001 sein Infominder-Informationssystem. Dieses erlaubt vom Content-Management bis zum Database-Management den gezielten Versand von Informationen, die vom Empfänger ausdrücklich gewünscht werden. Unternehmen können ihre Inter- oder Intranet-Anwendungen mit dem Infominder-SMS-Service verknüpfen. Mit dem Infominder können Dienstleister ihre Informationen über SMS an Abonnenten senden, Handelsunternehmen ihre Kunden über Werbeaktionen informieren oder Distributoren ihre Aussendienstmitarbeiter über Neuigkeiten benachrichtigen. Der Vorteil für die Unternehmen liegt darin, dass sich SMS-Kampagnen in Eigenregie effektiver und schneller steuern lassen. Für die

Kundengewinnung und -bindung lässt sich der Infominder personalisiert und nach Postleitzahlgebieten regionalisieren. Auf der Unternehmensseite werden Inter- oder Intranet-Anwendungen mit dem Infominder SMS Service verknüpft. Dies geschieht über ein Plug-in-Tool auf der Homepage. Die Unternehmen regeln anschliessend ihren SMS-Versand in Selbstverwaltung. Die SMS-Nachrichten werden über inländische Netze versandt. Passo gewährleistet den Systembetrieb und den SMS-Versand auf die Handys der registrierten Nutzer. Die Nutzer melden sich im Internet an und erhalten ein Passwort, das ihnen den Zugang zu den gewählten Informationen ermöglicht. Der SMS-Versand lässt sich jederzeit abstellen. BPEXpress ist der erste Kunde von Passo, der den Infominder in seinem

Webauftritt integriert hat. Neben dem mobilen Direktmarketing per SMS steht ab sofort auch ein Multi Messaging Tool zur Verfügung. Damit können Unternehmen ihre Mitarbeiter, Aussendienstler oder Mitglieder schnell und ortsunabhängig informieren. Sie müssen einmalig eine E-Mail-Adresse einrichten und diese zusammen mit Versandzeitpunkt, Absender und Mobiltelefon-Verteiler an die Infominder-Zentrale bei Passo senden. Von dort aus werden anschliessend die SMS-Nachrichten direkt auf die Handys der Zielpersonen geschickt, auf Wunsch auch personalisiert.

Homepage: www.passo.de
Homepage: www.bpexpress.de