

Orts- und kontaktbezogene mobile Dienste im Kommen

Bereits die Übersetzung von *Location-based Mobile Social Networking* bereitet einige Schwierigkeiten. Es geht um Anwendungen auf mobilen Endgeräten, welche den Austausch und den Umgang mit persönlichen, ortsbezogenen Daten (Wo bin ich gerade? Wo war ich? Was kann ich empfehlen? usw.) im Zusammenhang mit ausgewählten Kontakten – geschäftlichen oder privaten – ermöglichen. Solche Anwendungen sind ja seit den ersten Hype-Phasen von so genannten Location Based Services (LBS; deutsch: ortsbezogene Dienste) Ende der 90er Jahre des vergangenen Jahrhunderts bekannt. Ich kann also Freunden meine aktuelle Position verraten, sehen wo sich meine Freunde aufhalten, sie einladen für ein spontanes Treffen und gleich noch den Treffpunkt angeben, meine Lieblingsrestaurants verwalten etc. Was ist daran neu?

Gemäss einer Studie von ABIresearch sollen solche Anwendungen auf mobilen Endgeräten bis ins Jahr 2013 etwa 3.3 Mia US\$ generieren. Solche Schätzungen sind nicht neu und erinnern nicht selten an die euphemistischen Hoffnungen und entsprechenden Summen bei der Versteigerung der UMTS Lizenzen im Sommer 2000. Gegenüber den Prognosen haben sich allerdings einige wichtige Rahmenbedingungen massiv verändert:

- i) Der Zugang zu mobilen Netzwerken der dritten Generation ist heute möglich und stellt damit die nötige Bandbreite zur Verfügung.
- ii) Die Marktdurchdringung von sog. Smartphones oder mobilen digitalen Assistenten (MDAs) ist in den vergangenen Monaten gewachsen.
- iii) Heute stehen fertige Anwendungen zur Verfügung, die auf den mobilen Geräten installiert und genutzt werden können (bspw. GyPSii, Pelago und Loopt).
- iv) Positionierungstechnologien (GNSS, Wi-Fi, Funkzellen) haben sich entwickelt und können miteinander kombiniert werden. Dadurch kann die aktuelle Position im Freien und auch in Gebäuden oder bei GNSS-Abschattung ermittelt werden.
- v) Die erwähnten Positionierungstechnologien werden von Netzbetreibern (Telecom-Unternehmen) lizenziert und eingesetzt.
- vi) Die Web2.0-Welle führt dazu, dass bisher passive Anwender in die Informationsaufbereitung aktiv miteinbezogen werden. Dadurch wird vermehrt nutzergeneriert Inhalt erzeugt, der wiederum in der sog. Community geteilt und verändert werden kann.
- vii) Die zunehmende Popularität von sozialen Netzwerken (MySpace, Facebook, Friendster, StudiVZ) verschiedenster Gruppierungen, die sowohl global als auch regional auftreten und von allgemeinen bis zu sehr spezifischen Themen gewidmet sind.

Als kritischer Faktor wird jedoch nach wie vor der Datenschutz und damit implizit auch der Umgang mit der Privatsphäre der Anwender erwähnt. Die meisten Anbieter geben ihren Nutzern hier wenigstens die Möglichkeit zu entscheiden, ob ihre Informationen nur Freunden oder allen Nutzern der Plattform zur Verfügung stehen sollen.

Unabhängig davon, wie positiv oder optimistisch die Prognosen der Studie von ABIresearch auch sein mögen, es ist absehbar, dass das Angebot an LBS in Zukunft zunehmen wird. Ob sich darin jedoch auch ein lukrativer kommerzieller Markt ergibt, bleibt offen. Ebenso bleibt offen, ob sich signifikante Unterschiede in den unterschiedlichen Märkten (USA, EU, Japan etc.) ergeben.

Viele der über LBS angebotenen Informationen können ebenso über kostenlose (Web) oder günstige Alternativkanäle (anrufen und fragen "Wo bist Du?") ermittelt werden. Es ist durchaus möglich, dass sich solche ortsbezogenen Dienste auch über Werbung finanzieren lassen. Die Zukunft wird es zeigen.

Fachgruppe GIS Technologie

technologie@sogi.ch

Hans-Jörg Stark, Dirk Burghardt

Quellen:

Fabris, Nicole: Location-based Mobile Social Networking Will Generate Global Revenues of \$3.3 Billion by 2013. 1. August 2008. (online: 17.9.2008). [http://www.abiresearch.com/press/1204-Location-based-Mobile-Social-Networking-Will-Generate-Global-Revenues-of-\\$3.3-Billion-by-2013](http://www.abiresearch.com/press/1204-Location-based-Mobile-Social-Networking-Will-Generate-Global-Revenues-of-$3.3-Billion-by-2013)

Location-Based Mobile Social Networking. Market Development, Revenue Opportunities, Applications, and Key Industry Players. ABIresearch. 2008. (online: 17.9.2008). http://www.abiresearch.com/products/market_research/Location-Based_Mobile_Social_Networking

Social Network mit dem Handy – Plazes
<http://pdasammelsurium.blogspot.com/2006/11/social-network-mit-dem-handy-plazes.html>